



Manual da Marca

# Introdução

Esse Manual tem como objetivo a correta aplicação da marca em diversos tipos de mídia.

Incluí-se apresentação do Instituto Themis Furigo, identidade verbal, visual, direcionamento de conteúdos e aplicações práticas.



# História



O ITF foi fundado por Themis Furigo, mãe solo, inspirada pela sua mãe Marisa, seu pai Eliseu, sua irmã Talita, seu irmão Leonardo e pelo exemplo de sua avó Dulce, símbolo de empatia e cuidado.

Antes do Instituto, atuou como voluntária com crianças em situação de rua, com câncer ou vítimas de violência.

Em 2018, transformou seu propósito em um trabalho estruturado, superando desafios com fé, amor e determinação para gerar impacto social e romper ciclos de pobreza.

Sua trajetória é marcada pela coragem de quem acredita que é possível fazer do mundo um lugar melhor e mais justo.

*"Cuidar de uma criança é cuidar de todo o futuro — e a mulher é a ponte para essa transformação".*



## Missão

Promovemos projetos nas áreas de saúde, educação, alimentação, empreendedorismo e sustentabilidade para crianças em situação de vulnerabilidade e para as mulheres que as cuidam. Com amor, empatia e inovação, geramos transformação social alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

## Visão

Ser uma ONG reconhecida no Brasil e no mundo por transformar vidas, protegendo a infância e fortalecendo as mulheres como pilares essenciais das famílias e da sociedade, contribuindo para comunidades mais justas, humanas e sustentáveis





## Valores

Acreditamos no amor, na esperança e na educação para transformar vidas, valorizamos empatia, ética, colaboração e resiliência. Nunca abrimos mão da proteção da criança, do apoio às mulheres, da inclusão, justiça social, sustentabilidade e transparéncia.

## Propósito

Romper o ciclo da pobreza estrutural por meio do cuidado integral à criança e do fortalecimento das mulheres, construindo redes de apoio que promovam dignidade, esperança e oportunidades para um futuro melhor



## **Tom & Voz**

Afetivo e leve no acolhimento, firme na defesa de direitos. Usa linguagem acessível, sensível e encorajadora. Compaixão e presença são marcas da nossa comunicação.



# Quem queremos alcançar?

## Público-Alvo

**Crianças em vulnerabilidade social  
(com prioridade para crianças com deficiência) e mulheres em situação de vulnerabilidade:**

**mães solo, chefes de família, com baixa escolaridade, vítimas de violência, moradoras de comunidades carentes.**

Atuamos em territórios de extrema pobreza com pouca ou nenhuma presença de serviços essenciais e baixa atuação de ONGs, focando especialmente em regiões como São Paulo, Maranhão, Ceará e Piauí.

Além disso, prestamos atendimento emergencial em situações de desastres naturais, como chuvas e secas, em estados como São Paulo, Amazonas, Rio Grande do Sul e Maranhão





# Nossos Projetos

## Projeto Florescer

Apoio psicológico e terapias complementares para mulheres em situação de vulnerabilidade social.

## Capacita +

Investimos em capacitações, palestras e treinamentos pois é essencial para o crescimento pessoal e profissional.

## Saúde Para Todos

Agendamos consultas, exames, cirurgias e tratamentos estéticos, promovendo cuidado e bem-estar para quem mais precisa.

## Projeto Cantando para a Vida (Projeto futuro)

Banda marcial com 64 crianças e jovens de 7 a 24 anos, promovendo desenvolvimento artístico, social e ambiental com instrumentos feitos de materiais recicláveis.

## Curió Look

Capacitamos mulheres em vulnerabilidade por meio da costura sustentável.

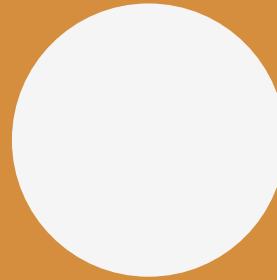


Esses são alguns dos nossos projetos, para conhecer todos acesse: [www.institutotf.org.br](http://www.institutotf.org.br)

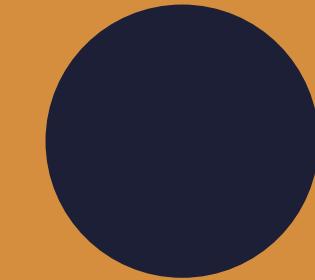
# Identidade Visual

## Cores, Isotipos & Logos

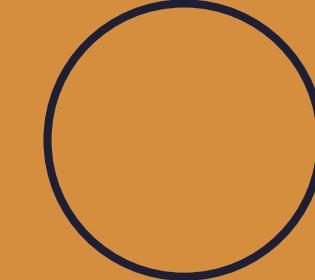
Cores



hex #f5f5f5  
rgb (245,245,245)  
cmyk 0,0,0,4



hex #1d1f36  
rgb (29,31,62)  
cmyk 46,43,0,79



hex #d58e3e  
rgb (213,142,62)  
cmyk (0,33,71,16)

Isotipos



Principal



Variação 1



Variação 2



Variação 3

Secundário



Variação 1



Variação 2



Variação 3

Alternativa



Variação 1



Variação 2



Variação 3

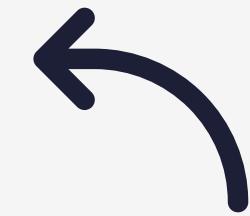
# Identidade Visual

## Tipografia & elementos gráficos

**Fonte Família Bree Serif**

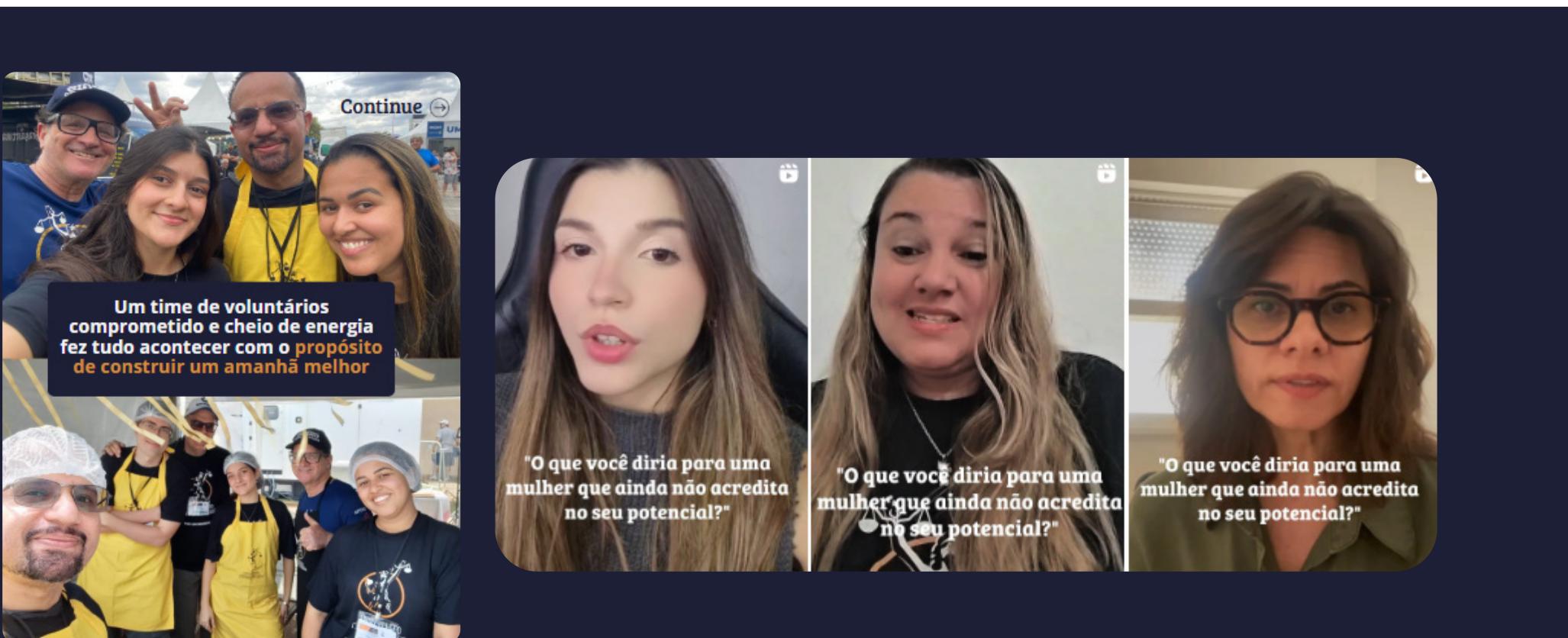
**Título - Bree Serif Bold ou ExtraBold**  
**Subtítulo - Bree Serif SemiBold**  
**Texto - Bree Serif Regular ou Thin**

Vale destacar que não estamos limitados apenas a esses elementos visuais, existe uma flexibilidade de criatividade que é bem-vinda, seguindo a identidade visual outros elementos podem ser utilizados.



# Modelos & Aplicações

## Organização dos elementos



Nossa identidade equilibra conteúdos **humanizados** com uma presença institucional sólida.

Estamos sempre abertos a formatos criativos, desde que estejam alinhados ao nosso posicionamento digital.

### Boas práticas para conteúdos:

- Priorizar enquadramentos que valorizem rostos e pessoas;
- Aplicar títulos, logo (ITF) na parte inferior e legendas sempre que possível e/ou associações à identidade da marca;
- Manter artes visuais limpas, com espaços de respiro e sem poluição visual;
- Finalizar com um convite claro para interação e engajamento.

# O que não fazemos?



🚫 Não somos assistencialistas:  
promovemos autonomia,  
protagonismo e  
transformação social.

🚫 Não somos arrogantes:  
trabalhamos com  
humildade, escuta ativa e  
compromisso com a verdade

🚫 Não buscamos lucro:  
somos movidos por propósito,  
missão e impacto real

🚫 Não somos superficiais:  
nossa atuação é profunda,  
com raízes nos territórios e  
conexão genuína com as  
pessoas

# Slogan e Taglines

Slogan:

"Cuidar de uma criança é cuidar de todo o futuro — e a mulher é a ponte para essa transformação".

Taglines:

"Quando cuidamos da infância, construímos um amanhã melhor e fortalecer a mulher é parte essencial desse caminho".

"A infância é a raiz do futuro e a mulher é a força que faz essa transformação crescer".



Faça parte dessa História!