

POLÍTICA INSTITUCIONAL:

Uso da Marca

INFORMAÇÕES OPERACIONAIS

Atividade	Responsável
Elaboração	Helenes Oliveira de Lima
Revisão e gestão	ASCOM
Aprovação	Conselho da Mantenedora

Sumário

1. INTRODUÇÃO	4
1.1 FINALIDADES	4
1.2 ARTICULAÇÃO COM A SOCIEDADE E COM A REGIÃO DE INSERÇÃO	4
1.3 ARTICULAÇÃO COM A IDENTIDADE ESTRATÉGICA	5
1.4 CONTRIBUIÇÃO DESTA POLÍTICA PARA A COMUNIDADE ACADÊMICA (PERFIL EGRESSOS)	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2. OBJETIVOS	5
2.1 GERAL	5
2.2 ESPECÍFICOS	5
3. APLICABILIDADE	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
4. REFERÊNCIAS	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
5. DIRETRIZES	7

1. INTRODUÇÃO

A Faculdade Católica Dom Orione, ao reafirmar sua missão de preparar profissionais por meio da ciência para transformar vidas, inspirada no carisma orionita e na integração entre fé, razão e serviço à sociedade, e orientada por sua visão de futuro de ser reconhecida, até 2030, como a primeira escolha em ensino superior no centro-norte do Tocantins, institui a presente Política Institucional de Uso da Marca. Esta política estabelece princípios, diretrizes e regras para assegurar o uso adequado, padronizado e estratégico da marca institucional, preservando sua identidade visual, simbólica e comunicacional.

A marca da Católica constitui ativo institucional estratégico, expressando sua identidade acadêmica, valores, reputação e compromisso social. O uso correto e consistente da marca contribui para o fortalecimento da imagem institucional, para a clareza da comunicação com a sociedade e para a credibilidade da instituição nos âmbitos acadêmico, administrativo e regulatório. Esta política fundamenta-se no Manual de Marcas institucional, nas boas práticas de governança da comunicação e nas exigências legais aplicáveis à educação superior, especialmente aquelas relacionadas ao sistema e-MEC.

1.1 Finalidades

Estabelecer normas claras para o uso da marca da Faculdade Católica Dom Orione, disciplinando sua aplicação em materiais institucionais, acadêmicos, administrativos, publicitários e digitais, garantindo unidade visual, coerência comunicacional, proteção da identidade institucional e conformidade com a legislação educacional vigente.

2. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

A Política Institucional de Uso da Marca orienta-se pelos seguintes princípios:

- I. **Identidade institucional:** preservação da marca como expressão da missão, dos valores e do carisma orionita;
- II. **Unidade e padronização:** uso consistente da marca em todos os canais e materiais institucionais;
- III. **Transparência e clareza:** distinção objetiva entre marca institucional e sigla regulatória;
- IV. **Responsabilidade comunicacional:** alinhamento entre comunicação institucional, governança e estratégia;
- V. **Proteção da marca:** prevenção de usos indevidos, distorções ou descaracterizações.

3. DEFINIÇÕES

Para os fins desta Política, considera-se:

Marca institucional: identidade visual oficial da instituição, representada pelo logotipo “Católica” conforme Manual de Marcas.

Nome oficial da IES: Faculdade Católica Dom Orione, conforme credenciamento junto ao Ministério da Educação.

Sigla institucional: FACDO, utilizada exclusivamente como identificação abreviada nos sistemas e atos regulatórios oficiais.

Manual de Marcas: documento institucional que estabelece padrões técnicos e visuais para aplicação da marca.

4. OBJETIVOS

4.1 Geral

Assegurar o uso correto, padronizado e estratégico da marca da Faculdade Católica Dom Orione, fortalecendo sua identidade institucional, sua comunicação com a sociedade e sua credibilidade acadêmica e regulatória.

4.2 Específicos

- I. Padronizar o uso da marca institucional em todos os materiais e canais da Católica;
- II. Diferenciar claramente o uso da marca institucional do uso da sigla regulatória;
- III. Centralizar e qualificar os processos de criação visual e publicitária institucional;
- IV. Prevenir usos indevidos, distorções ou descaracterizações da marca;
- V. Orientar a comunidade acadêmica quanto às responsabilidades no uso da marca;
- VI. Proteger a marca como ativo estratégico e institucional da Católica.

5. DIRETRIZES

CAPÍTULO I DO USO DA MARCA INSTITUCIONAL

Art. 1º A marca institucional oficial da Faculdade Católica Dom Orione é aquela definida no Manual de Marcas vigente, sendo vedada qualquer alteração, adaptação, distorção, rotação, recomposição ou aplicação não autorizada.

Art. 2º A marca deverá ser utilizada de forma íntegra, respeitando cores, tipografia, proporções, área de respiro, tamanho mínimo e fundos permitidos, conforme o Manual de Marcas institucional

Art. 3º É expressamente proibido:

- I - Utilizar a marca como marca d'água;
- II - Sobrepor textos ou imagens sobre a marca;
- III - Utilizar apenas partes isoladas do logotipo;
- IV - Alterar cores, fontes ou proporções;
- V - Criar versões não oficiais da marca.

CAPÍTULO II DA CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE MATERIAIS VISUAIS

Art. 4º A criação, desenvolvimento e adaptação de peças gráficas, digitais e publicitárias institucionais são atribuições exclusivas da agência de comunicação contratada pela Católica, em articulação com a Assessoria de Comunicação (ASCOM).

Art. 5º Nenhum setor, curso, coordenação ou colaborador está autorizado a criar, por conta própria, peças gráficas institucionais para divulgação de eventos, campanhas ou ações oficiais da Católica.

Art. 6º Materiais produzidos sem observância desta Política não poderão ser divulgados nos canais institucionais oficiais da Católica, nem utilizados, veiculados ou compartilhados em canais de terceiros, físicos ou digitais, incluindo redes sociais,

sites, materiais impressos, releases, convites ou qualquer outro meio de comunicação, sem autorização prévia e expressa da Assessoria de Comunicação (ASCOM), sob pena de responsabilização conforme as normativas institucionais vigentes.

CAPÍTULO III DO USO DA SIGLA “FACDO”

Art. 7º A sigla “FACDO” constitui identificação abreviada de natureza regulatória, vinculada ao cadastro da instituição no sistema e-MEC.

Art. 8º O uso da sigla “FACDO” é restrito aos seguintes contextos:

- I - Sistemas oficiais do Ministério da Educação (e-MEC, INEP, DOU);
- II - Diplomas, históricos escolares e registros acadêmicos oficiais;
- III - Contratos de prestação de serviços educacionais;
- IV - Documentos administrativos e jurídicos com exigência legal expressa.

Art. 9º É vedado o uso da sigla “FACDO”:

- I - Como substituta da marca institucional;
- II - Em materiais publicitários e promocionais;
- III - Em comunicações institucionais internas e externas (e-mails, apresentações, textos institucionais);
- IV - Em redes sociais, campanhas e peças de divulgação.

Art. 10 Para fins comunicacionais, institucionais e publicitários, a identificação da instituição deverá utilizar exclusivamente:

- I - “Católica”; ou
- II - “Católica Orione” ou.
- III - Católica Dom Orione”; ou
- III - Faculdade Católica Dom Orione

CAPÍTULO IV DAS RESPONSABILIDADES

Art. 11 Compete à ASCOM:

- I - Zelar pelo cumprimento desta política;

- II - Orientar setores e colaboradores;
- III - Validar aplicações da marca;
- IV - Intermediar demandas com a agência contratada.

Art. 12 Compete aos gestores, coordenadores e colaboradores:

- I - Cumprir integralmente esta política;
- II - Submeter demandas de comunicação aos canais institucionais adequados;
- III - Preservar a integridade da marca institucional.

CAPÍTULO V MONITORAMENTO E SANÇÕES

Art. 13 O descumprimento desta Política poderá implicar:

- I - Retirada imediata do material irregular;
- II - Readequação obrigatória da peça;
- III - Responsabilização administrativa, conforme normativas internas.

CAPÍTULO VI REVISÃO E VIGÊNCIA

Art. 14 Esta Política será revisada sempre que houver atualização do Manual de Marcas, alteração normativa relevante ou decisão estratégica institucional.

Art. 15 Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Superior.

Araguaína, Tocantins, 02 de fevereiro de 2026.

Pe. Edson de Oliveira da Silva
Diretor Presidente
Faculdade Católica Dom Orione