

1. MARCA

A marca, entre todos os elementos de identidade visual, é o mais representativo. Como uma síntese gráfica, ela nos identifica de forma rápida, direta e inequívoca. Por isso, veremos a seguir a importância de preservá-la e utilizá-la corretamente.



1.1 Símbolo e logotipo 07

1.2 Assinaturas 09

1.3 Área de não-interferência 11

1.4 Redução máxima 13

1.5 Marca colorida 15

1.6 Marca monocromática
em preto e branco 17

1.7 Marca monocromática
em cores 19

1.8 Aplicações especiais 21

1.0 Posição de assinatura 22

1.10 Convivência de marcas 25

1.11 Usos incorretos 36

1.1 Símbolo e logotipo

A nossa marca é uma composição entre símbolo e logotipo. O uso dissociado destes elementos é restrito a casos especiais.

a

SÍMBOLO

Auxilia no rápido reconhecimento visual da marca.

b

LOGOTIPO

Enuncia e representa o nosso nome.

IMPORTANTE:

CASOS ESPECIAIS

NENHUM MATERIAL COM O USO DISSOCIADO DOS ELEMENTOS PODE SER LIBERADO ANTES DA ANÁLISE E APROVAÇÃO DA GERÊNCIA DE MARCAS E PUBLICIDADE.

a**b**

1.1 Símbolo e logotipo / exemplos



- **USO CORRETO**
Use a marca com seus dois elementos.



- **USO CORRETO**
Use a marca com seus dois elementos.



- ✗ **USO INCORRETO**
Não utilize somente o símbolo.



- ✗ **USO INCORRETO**
Não utilize somente o logotipo.

1.2 Assinaturas

A marca possui duas assinaturas: horizontal e vertical. A escolha adequada é definida pelo formato dos materiais.



ASSINATURA HORIZONTAL

O símbolo à esquerda com o logotipo à direita.

ESTA É A ASSINATURA PREFERENCIAL DA MARCA PETROBRAS.



ASSINATURA VERTICAL

Símbolo alinhado ao centro, acima do logotipo.

Esta opção de assinatura da marca não é a preferencial e deve ser usada apenas em peças de formato vertical que tenham, no mínimo, altura 3 vezes maior que a largura.

ASSINATURA HORIZONTAL

- preferencial -



alinhamento pela base do BR

ASSINATURA VERTICAL



alinhamento centralizado com o logotipo menor na comparação com a assinatura horizontal

IMPORTANTE:

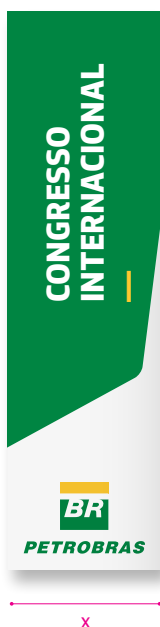
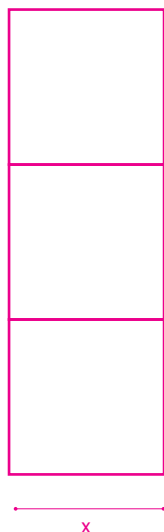
A PROPORÇÃO SÍMBOLO/LOGOTIPO É DIFERENTE NAS ASSINATURAS VERTICAL E HORIZONTAL. POR ISSO, SEMPRE USE ARQUIVOS ORIGINAIS.

1.2 Assinaturas / exemplos



USO CORRETO

Utilize a assinatura horizontal em materiais de formato horizontal.



USO CORRETO

Utilize a assinatura vertical centralizada em materiais verticais, que tenham, no mínimo, altura 3 vezes maior que a largura.



USO INCORRETO

Não utilize a assinatura horizontal em materiais verticais, que tenham, no mínimo, altura 3 vezes maior que a largura.



USO INCORRETO

Não utilize a assinatura vertical em materiais horizontais.

1.3 Área de não-interferência

Existe uma distância mínima entre a marca e qualquer elemento que possa interferir na sua visualização, conforme a indicação.

PROTEÇÃO À MARCA

Para proteger a legibilidade da marca, existe uma área de segurança que é determinada pela altura (x) das letras "BR" do símbolo.



Qualquer elemento, seja texto, foto, limite de página ou grafismo, não deve interferir nesta área.

Esta medida de segurança serve tanto para a assinatura horizontal quanto vertical.

CASOS ESPECIAIS

A área de não-interferência é reduzida, definida como $x/2$.

Exemplos: placa de campo ou avatar em mídias digitais.

Todos os casos especiais identificados devem ser submetidos à Gerência de Marcas e Publicidade para análise e aprovação.

ASSINATURA HORIZONTAL

- preferencial -



caso especial

ASSINATURA VERTICAL



caso especial

1.3 Área de não-interferência / exemplos



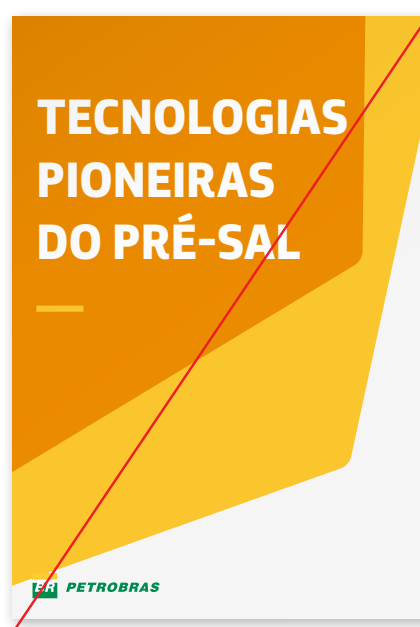
USO CORRETO

Casos especiais, como placas de campo de futebol, podem precisar da área de não-interferência reduzida (x/2). Antes de usá-la, consulte a Gerência de Marcas e Publicidade.



USO CORRETO

Respeite o limite da área de não-interferência da marca.



USO INCORRETO

Não invada, com qualquer elemento, a área de não-interferência.



USO INCORRETO

Não invada, com qualquer elemento, a área de não-interferência.

1.4 Redução máxima

Para garantir a legibilidade do logotipo, existem tamanhos mínimos permitidos para aplicação da marca.

Os tamanhos mínimos são os mesmos para marcas coloridas ou as suas respectivas versões monocromáticas.

MATERIAL IMPRESSO

Para materiais impressos, a redução máxima é 20 mm de largura para a assinatura horizontal e 15 mm de largura para a assinatura vertical.

Considerando que existem variados processos de impressão e produção, recomendamos a realização de provas de legibilidade quando a marca for aplicada em tamanhos reduzidos.

MÍDIA DIGITAL

Em mídia digital, a redução máxima é 100 pixels de largura para assinatura horizontal e 74 pixels de largura para assinatura vertical.

Em telas de alta-resolução, essa medida pode resultar em uma marca muito pequena. Nesses casos, o tamanho mínimo deverá ser aquele que ainda ofereça boa legibilidade.

IMPORTANTE:

PARA MATERIAIS ONDE EXISTE A CONVIVÊNCIA COM A MARCA DO GOVERNO FEDERAL A REDUÇÃO MÁXIMA SERÁ DE 30 MM DE LARGURA PARA MATERIAIS IMPRESSOS E 130 PIXELS PARA MÍDIAS DIGITAIS.

MATERIAL IMPRESSO

ASSINATURA HORIZONTAL



ASSINATURA VERTICAL



MÍDIA DIGITAL

ASSINATURA HORIZONTAL



ASSINATURA VERTICAL



1.4 Redução máxima / exemplos



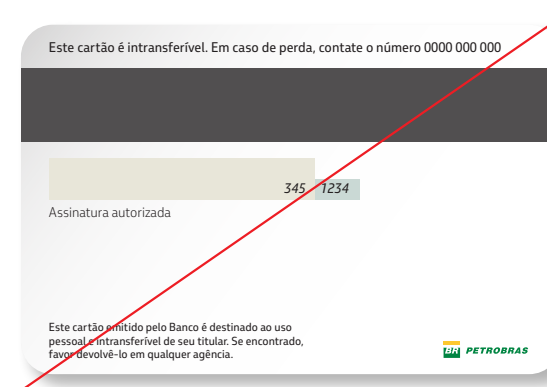
- USO CORRETO**
Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de itens estreitos como canetas.



- USO CORRETO**
A redução máxima é a mesma para a marca colorida ou para as versões monocromáticas



- USO CORRETO**
Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de itens pequenos como broches e pins.



- USO INCORRETO**
Não reduza a marca além da medida mínima. A assinatura horizontal não deve ser inferior a 20 mm de largura.

1.5 Marca colorida

A marca colorida possui três padrões, e deve ser utilizada prioritariamente nos materiais que a Petrobras tenha o controle da criação. Importante destacar que ela só pode ser aplicada sobre fundo branco.



PANTONE®

O padrão Pantone® é utilizado em materiais que exigem alta precisão de cores.

É a referência de cor para o ajuste da impressão no padrão CMYK, para a definição de cores em vinís, cores automotivas, tecidos e outros substratos.

É usado para a produção de materiais diversos como placas de sinalização, brindes, papelaria e sacolas.



CMYK

Este padrão é indicado para produção de materiais como manuais, folhetos, guias, relatórios, entre outros.

Sua reprodução é possível nos mais diversos meios de impressão.



DIGITAL

O padrão digital deve ser utilizado quando a mídia for eletrônica, seja uma projeção, tela de computador ou aparelho móvel.

Os valores indicados na tabela ao lado estão em RGB, próprios para uso em vídeos, e em hexadecimal, para uso em páginas de internet ou qualquer linguagem de computador que utiliza este padrão de cor.

IMPORTANTE:

NA MARCA PETROBRAS COLORIDA AS LETRAS BR E A SOBRETARJA DO SÍMBOLO SÃO BRANCAS, NÃO VAZADAS.

MARCA
COLORIDA



Cor

VERDE PETROBRAS

AMARELO PETROBRAS

BRANCO

Pantone®

REVESTIDO ¹	PANTONE® 348 C	PANTONE® 123 C	-
NÃO-REVESTIDO ²	PANTONE® 355 U	PANTONE® 108 U	-

CMYK

REVESTIDO ¹	C100 M0 Y90 K20	C0 M20 Y90 K0	C0 M0 Y0 K0
NÃO-REVESTIDO ²	C80 M0 Y90 K0	C0 M10 Y95 K0	C0 M0 Y0 K0

Digital

RGB	R0 G133 B66	R253 G200 B47	R255 G255 B255
HEXADECIMAL	# 00 85 42	# FD C8 2F	# FF FF FF

ATENÇÃO: CADA TIPO DE MATERIAL EXIGE UMA REFERÊNCIA DE COR ESPECÍFICA

- 1 — **Revestido** - para papéis com revestimento, com aspecto brilhante, utilize a escala **Pantone® Coated**.
2 — **Não-revestido** - para papéis sem revestimento, com aspecto fosco, utilize a escala **Pantone® Uncoated**.

1.5 Marca colorida / exemplos



- USO CORRETO**
Utilize a marca colorida em materiais institucionais.



- USO CORRETO**
A marca colorida só pode estar sobre fundo branco.



- USO CORRETO**
Deixe sempre uma área branca para aplicar a marca.



- USO INCORRETO**
Não aplique a marca colorida sobre qualquer cor que não seja o branco.



- USO INCORRETO**
Não aplique a marca colorida sobre fundo de imagem.



- USO INCORRETO**
Não aplique a marca colorida em papéis do tipo reciclado (bege) ou qualquer fundo que não seja branco.



- USO INCORRETO**
Não aplique a marca colorida em papel kraft ou qualquer outra superfície que não seja branca.

1.6 Marca monocromática em preto e branco

A marca monocromática em preto e branco deve ser utilizada, excepcionalmente:

- Em casos onde a Petrobras não tenha controle da criação para definir o uso do fundo nas cores da paleta Petrobras;
- Em materiais com restrição técnica ao uso de cores, sendo permitido apenas na cor preta;
- Sobre fotos, sendo permitida apenas na cor branca;
- Sobre fundo verde Petrobras, sendo permitida apenas na cor branca.

MARCA EM 50% DE BRANCO



Aplicação sobre vídeo

MARCA EM BRANCO



MARCA EM PRETO



MARCA EM BRANCO



QUALQUER PAPEL OU MATERIAL QUE NÃO SEJA BRANCO É UM FUNDO COLORIDO: PAPÉIS KRAFT, RECICLADOS, COLORPLUS, ENTRE OUTROS. OPTE PELA VERSÃO DE MARCA EM PRETO.

MARCA EM PRETO



MARCA EM BRANCO



Cor

PRETO

BRANCO

CMYK

REVESTIDO	C0	M0	Y0	K100	C0	M0	Y0	K0
NÃO-REVESTIDO	C0	M0	Y0	K100	C0	M0	Y0	K0

Digital

RGB	R0	G0	B0	R255	G255	B255
Hexadecimal	# 00 00 00	# FF FF FF				

1.6 Marca monocromática em preto e branco / exemplos



- USO CORRETO**
Aplique a versão da marca negativa quando não houver possibilidade de aplicação sobre o fundo branco (ex: materiais de terceiros). Use a versão negativa sobre fundos de cor escura.



- USO CORRETO**
Utilize a versão da marca em preto quando este for o padrão utilizado pelas demais marcas em materiais de terceiros mesmo que o fundo seja branco.



- USO INCORRETO**
Não aplique a versão da marca em preto sobre fundo branco em materiais sem restrição de cor e com criação sob controle da Petrobras.



- USO CORRETO**
Utilize a versão da marca em preto quando houver restrições técnicas para o uso de cores. Neste caso a versão da marca em preto deve ser aplicada mesmo que o fundo seja branco.



- USO CORRETO**
Utilize a versão da marca em preto em papéis coloridos ou com texturas.



- USO CORRETO**
Utilize a versão da marca em 50% de branco sobre vídeos.



- USO INCORRETO**
Não escolha o fundo preto e a marca em negativo em materiais sem restrição de cor e com criação sob controle da Petrobras.

1.7 Marca monocromática em cores

A marca colorida continua sendo a versão preferencial e deve ser aplicada sempre que for possível. No entanto, em alguns casos excepcionais, como patrocínios esportivos, culturais, de inovação e eventos voltados ao público jovem, é permitida a aplicação da marca monocromática excepcionalmente nas cores verde Petrobras sobre fundos amarelo Petrobras, amarelo claro e verde claro, e amarelo Petrobras sobre verde Petrobras (para especificação das cores, ver capítulo 3 “Cores”).

A aplicação da marca monocromática colorida sobre fundo branco ou sobre outras cores da paleta diferentes das combinações ao lado não são permitidas.



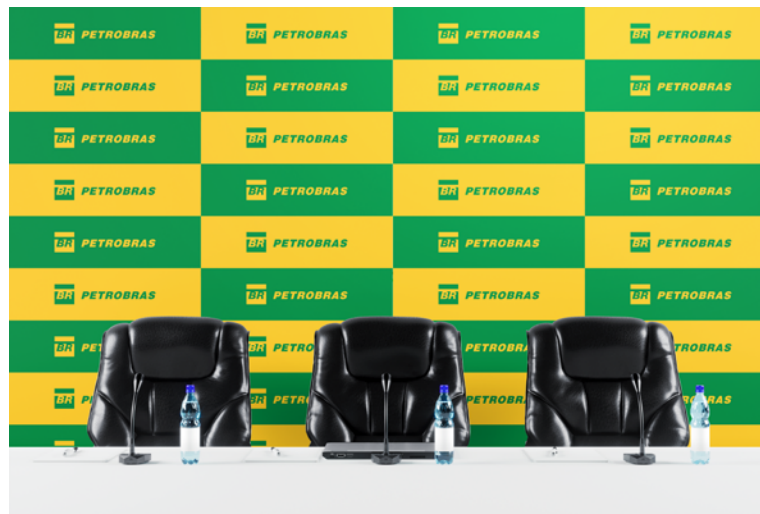
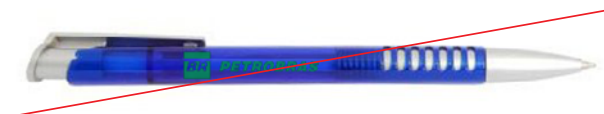
✗ USO INCORRETO
Se não existir restrição técnica de cores, (material em 2 ou mais cores ou digital) não há motivo para aplicar a versão monocromática sobre o fundo branco.

1.7 Marca monocromática em cores / exemplos



USO CORRETO
Utilize as versões monocromática para materiais com fundos coloridos.

USO INCORRETO
Não aplique a marca monocromática verde em fundos escuros porque não há contraste.



USO CORRETO
Utilize as opções de marcas monocromáticas em cores em materiais como brindes ou em ações promocionais e de patrocínio que admitam informalidade.

1.8 Aplicações especiais

A marca monocromática deve ser utilizada para aplicações especiais, como em superfícies que não sejam brancas. Metais, madeira, cimento ou tecido se enquadram nesta categoria.

Também é indicada em processos como silkscreen, bordados, flexografia, gravação a laser, baixo ou alto relevo.



USO CORRETO

Utilize a marca monocromática em qualquer superfície que não seja branca.

Nesta aplicação especial, a marca monocromática foi gravada a laser em metal.

SIMULAÇÕES DE APLICAÇÃO DA MARCA EM METAL, MADEIRA, CIMENTO E TECIDO.



SUPERFÍCIES OU MATERIAIS

Outra situação especial é quando a marca se funde à superfície de aplicação, para incorporar suas características.

Gravada a laser (a), o resultado é um tom mais escuro que o material original.

Aplicada em alto-relevo, madeira (b) ou cimento (c), assumirá o tom e a textura dos materiais.

No exemplo (d), a aplicação é em silkscreen branco sobre tecido verde, para melhor contraste.

1.9 Posição de assinatura / preferencial

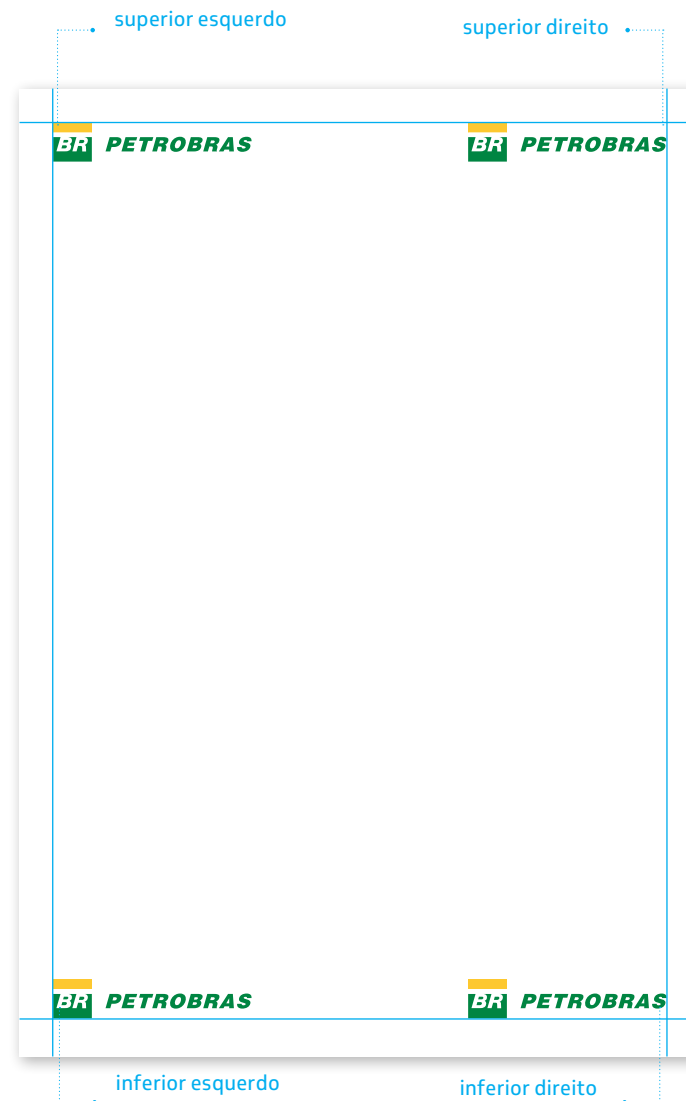
Em materiais impressos, a marca pode estar em qualquer um dos quatro cantos do layout. Busque a posição que proporcione sua melhor proteção e visibilidade.

Em mídias digitais, como *sites* e *blogs*, utilize preferencialmente os cantos superiores.

MÍDIA
DIGITAL



MATERIAIS
IMPRESSOS



OBS: NESTES GRIDS A MARCA APARECE REPETIDA APENAS PARA ENTENDIMENTO DA REGRA. A MARCA SÓ DEVE APARECER UMA VEZ EM CADA LAYOUT, EXCETO EM PAINÉIS BACKDROP EM QUE A REPETIÇÃO É NECESSÁRIA, CONFORME MANUAL ESPECÍFICO.

1.9 Posição de assinatura / alternativa

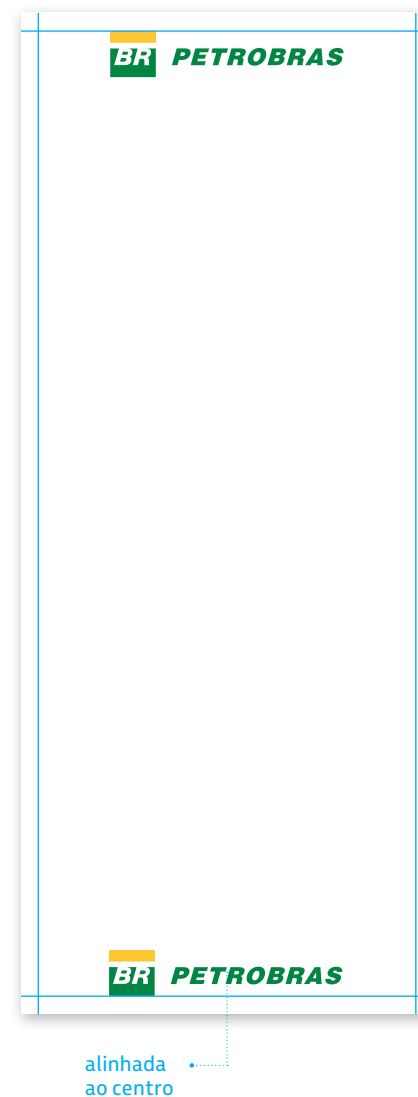
Em mídias digitais como filmes, a assinatura da marca deve ser centralizada na tela.

Em materiais impressos verticais em que a marca necessite ser aplicada com um tamanho maior, utilize-a centralizada no layout.

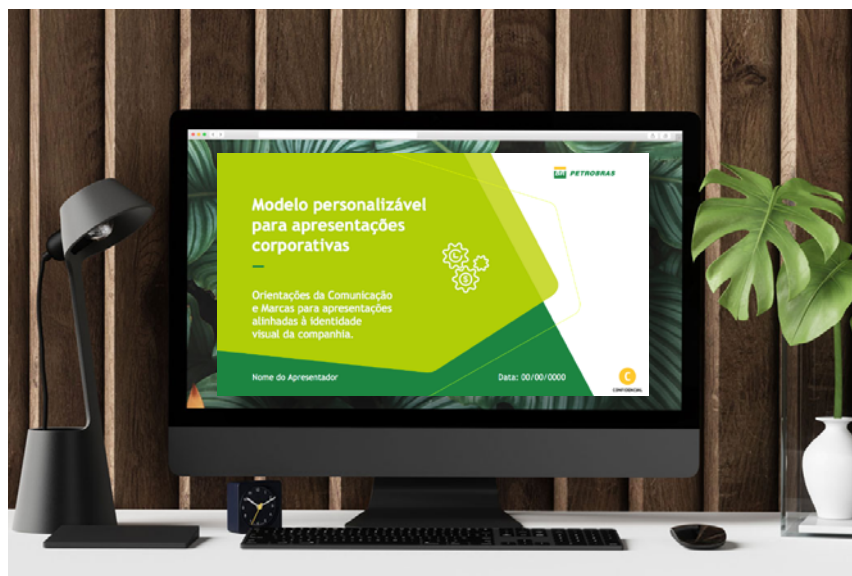
EXEMPLO DE
ASSINATURA
EM FILMES
E VÍDEOS



EXEMPLO DE
ASSINATURA
EM TOTEM
(COM ALTURA
INFERIOR A
3 VEZES A
LARGURA)



1.9 Posição de assinatura / exemplos



- USO CORRETO**
Utilize a marca nos cantos dos layouts em apresentações digitais e em *sítes* da Petrobras, subsidiárias e licenciadas.

- USO INCORRETO**
Não utilize a marca alinhada ao centro em peças em que poderiam ter a posição preferencial, isto é, em um dos cantos.



- USO CORRETO**
Utilize a marca centralizada em assinaturas de filmes e vídeos institucionais.

1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / horizontal

Para a convivência equilibrada entre a marca Petrobras e a maioria das marcas de outras empresas, siga o diagrama ao lado.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e a maioria das marcas, utilize o diagrama de convivência padrão (ao lado em azul).

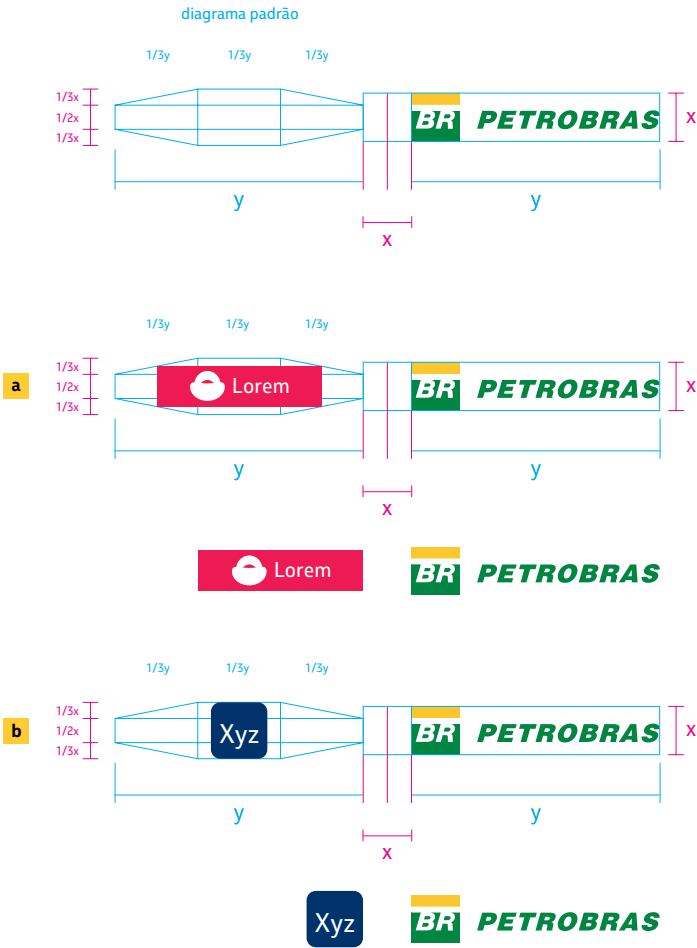
O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Petrobras.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias. A primeira marca (a), vermelha, com formato horizontal e a segunda (b), azul, com formato quadrado.

Em (a), a marca da empresa “Lorem”, por conta de suas proporções horizontais, fica menos alta e larga que a da Petrobras.

No exemplo (b), o formato quadrado da marca “Xyz” permite que sua altura seja maior do que a da marca Petrobras (x).

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Petrobras (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / horizontal / exemplos



IMPORTANTE:

AS REGRAS DE APLICAÇÃO E CONVIVÊNCIA COM A MARCA DO GOVERNO FEDERAL PODEM SER ALTERADAS A QUALQUER TEMPO. VERIFIQUE QUAL É A SUA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO.

1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / vertical

Em casos de aplicação em composições verticais, também utilize a marca preferencial, seguindo o diagrama ao lado.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e a maioria das outras marcas, utilize o diagrama de convivência padrão (ao lado em azul).

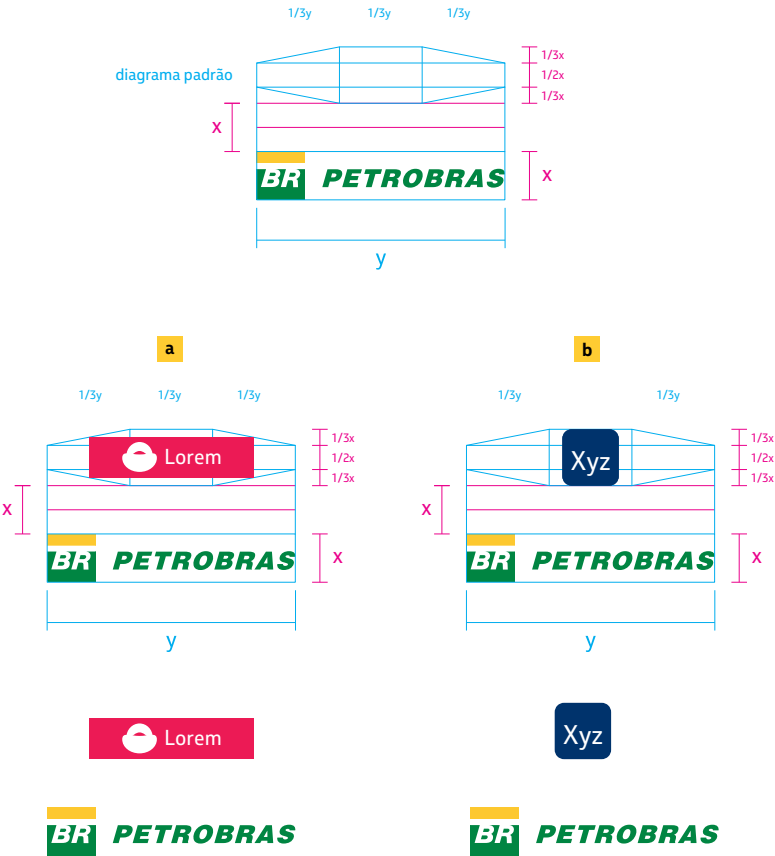
O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Petrobras.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias. A primeira marca (a), vermelha, com formato horizontal e a segunda (b), azul, com formato quadrado.

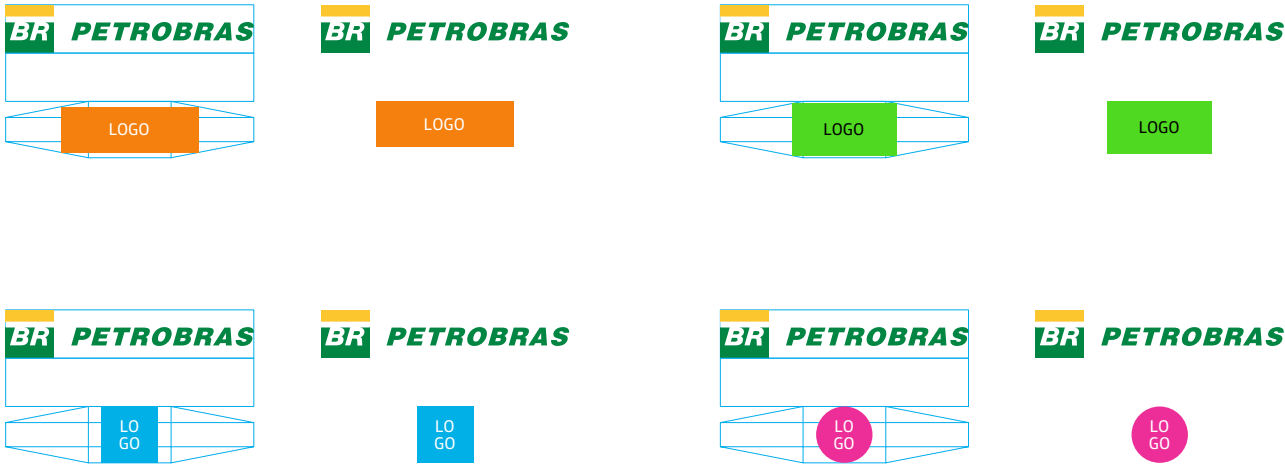
Em (a), a marca da empresa “Lorem”, por conta de suas proporções horizontais, fica menos alta e larga que a da Petrobras.

No exemplo (b), o formato quadrado da marca “Xyz” permite que sua altura seja maior do que a da marca Petrobras (x).

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Petrobras (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / vertical / exemplos



IMPORTANTE:

AS REGRAS DE APLICAÇÃO E CONVIVÊNCIA COM A MARCA DO GOVERNO FEDERAL PODEM SER ALTERADAS A QUALQUER TEMPO. VERIFIQUE QUAL É A SUA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO.

1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / horizontal

Para a convivência equilibrada entre a marca Petrobras e marcas de formatos excepcionais, siga o diagrama ao lado.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e marcas de formatos excepcionais, utilize o diagrama de convivência alternativo (ao lado em azul).

São considerados formatos excepcionais aqueles que fogem de proporções quadradas ou horizontais, como marcas de desenhos verticais ou diagonais.

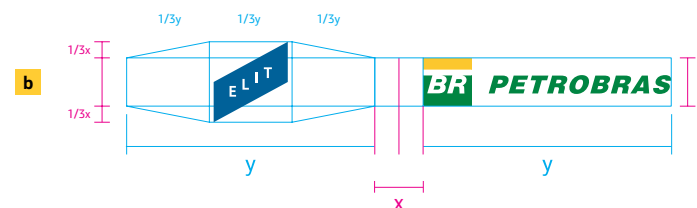
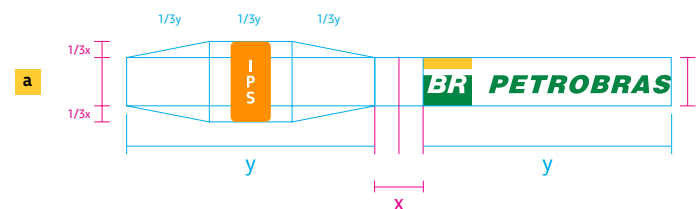
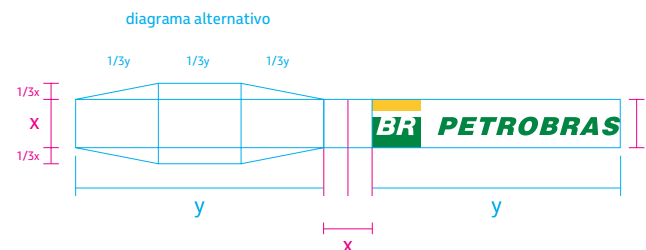
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados simultaneamente para adequar marcas de formatos distintos.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias de formatos excepcionais. A primeira marca (a), laranja, com formato vertical e a segunda (b), azul, com formato diagonal.

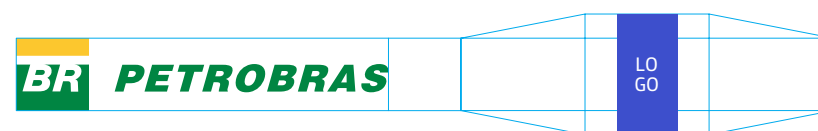
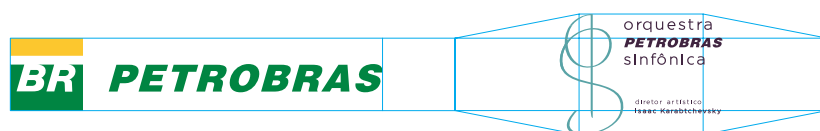
Em (a), a marca da empresa “IPS”, por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

Em (b), a marca da empresa “ELIT”, por possuir proporções diagonais, também é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Petrobras (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / horizontal / exemplos



1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / vertical

Ao aplicar marcas de formatos excepcionais em composições verticais, também utilize a marca preferencial, seguindo o diagrama ao lado.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e marcas de formatos excepcionais, utilize o diagrama de convivência alternativo (ao lado em azul).

São considerados formatos excepcionais aqueles que fogem de proporções quadradas ou horizontais, como marcas de desenhos verticais ou diagonais.

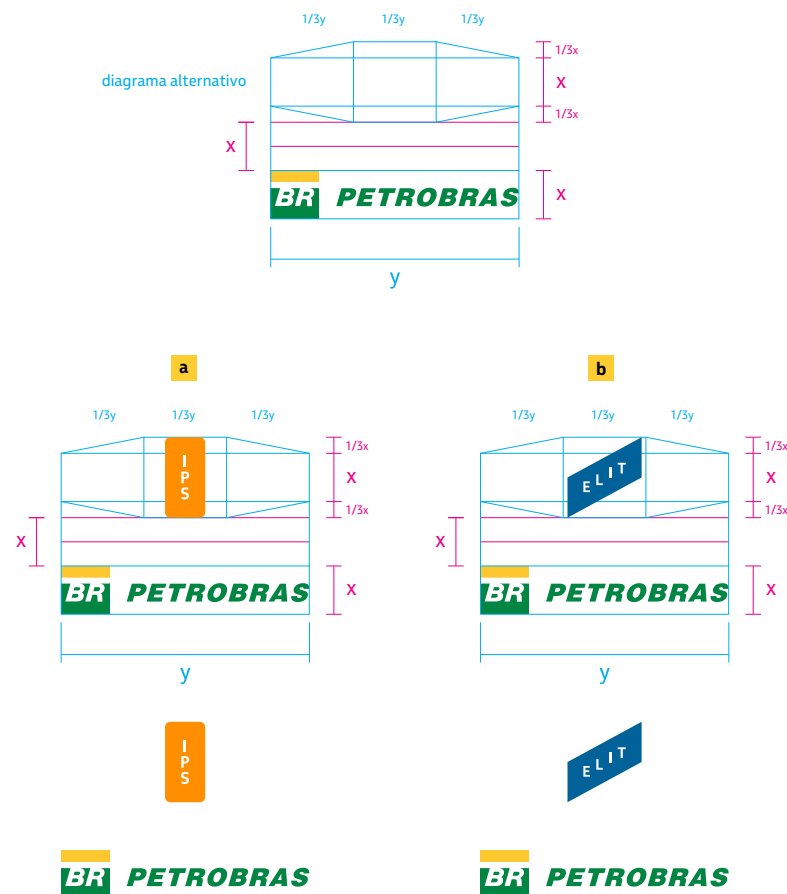
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados para adequar marcas de formatos distintos.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias de formatos excepcionais. A primeira marca (a), laranja, com formato vertical e a segunda (b), azul, com formato diagonal.

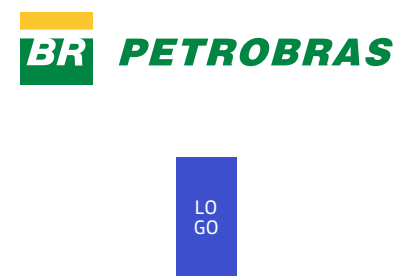
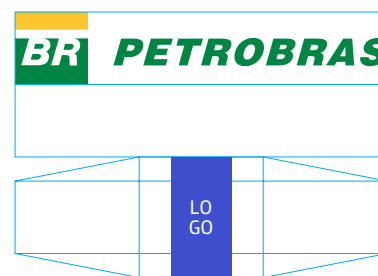
Em (a), a marca da empresa “IPS”, por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

Em (b), a marca da empresa “ELIT”, por possuir proporções diagonais, também é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Petrobras (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / vertical / exemplos

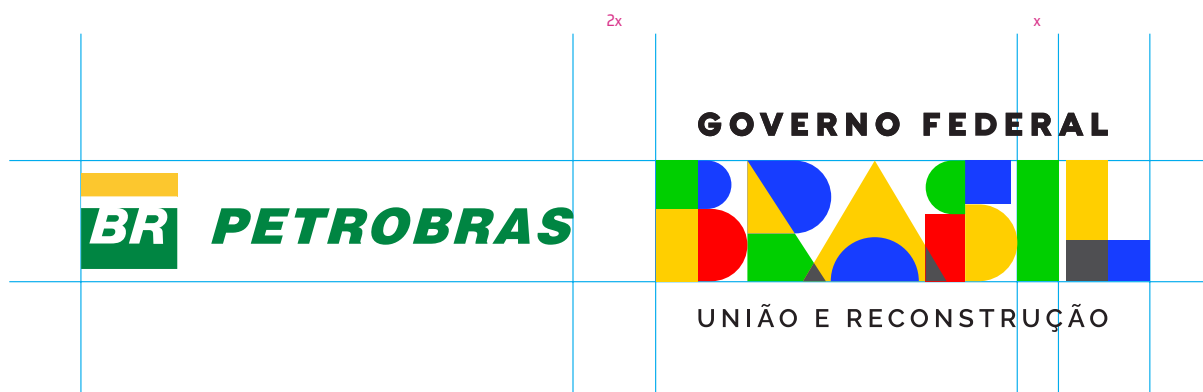


1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / governo federal / horizontal

Para a convivência entre a marca Petrobras e marca do Governo Federal, devem ser seguidas as orientações do Manual de uso da marca do Governo Federal, estabelecidas pela Secretaria de Comunicação Social do Governo.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO HORIZONTAL

A marca Petrobras deve ter a mesma largura da marca nominativa do Governo Federal e deve estar alinhada ao centro da altura da palavra "BRASIL". As duas marcas devem ser separadas pelo dobro da largura da letra "l" de "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.



1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / governo federal / vertical

Para a convivência entre a marca Petrobras e marca do Governo Federal, devem ser seguidas as orientações do Manual de uso da marca do Governo Federal, estabelecidas pela Secretaria de Comunicação Social do Governo.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO VERTICAL

A marca Petrobras deve ter a mesma largura da expressão "Governo Federal". As duas marcas devem ser separadas por distância equivalente ao dobro da largura da letra "l" de "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.



1.10 Convivência de marcas / exemplos



- USO CORRETO**
Convivência de marcas
Petrobras / governo federal /
Ministério de Minas e Energia.

- USO CORRETO**
Convivência de marcas
Petrobras / governo federal.



- USO CORRETO**
Convivência de marcas (horizontal)
Petrobras / marca "Lorem" (a).



- USO CORRETO**
Convivência de marcas
(vertical) Petrobras
/ marca "Log" (b).

1.11 Usos incorretos

É obrigatório manter as características originais da marca, com o uso de arquivos oficiais e suas regras de aplicação.

NUNCA ALTERAR A MARCA

A composição visual da marca deve ser preservada. Alterações ou deformações são proibidas.

Utilize sempre os arquivos fornecidos no Portal Petrobras.



