



MANUAL DE USO DA MARCA DO
GOVERNO FEDERAL - PATROCÍNIO

JUNHO/2016

Manual de uso da marca do Governo Federal – Patrocínio

I.	Introdução.....	3
II.	Assinatura de marcas do Governo Federal em patrocínios.....	4
III.	Área de não interferência	6
IV.	Redução máxima e versão simplificada.....	7
V.	Variações sobre fundos	8
VI.	Aplicação sobre fundos instáveis	10
VII.	Assinatura conjunta horizontal.....	12
VIII.	Assinatura conjunta vertical	16
IX.	Aplicação de marcas de programas de governo e de campanhas de mobilização ...	21
X.	Assinaturas de peças com os selos e marcas das leis de incentivo.....	22
XI.	Assinaturas de peças de ações incentivadas pela Lei Rouanet	25
XII.	Patrocínio internacional.....	26

I.

Introdução

A obrigatoriedade do uso da marca do Governo Federal nas ações patrocinadas por órgãos e entidades vinculados ao Poder Executivo Federal está disciplinada na Instrução Normativa nº 09, de 19 de dezembro de 2014.

II.

Assinatura de marcas do Governo Federal em patrocínios

É recomendável que todas as marcas de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal sejam assinadas juntas com o mesmo status de participação. Com as assinaturas em bloco único, evita-se a repetição da marca do Governo Federal em uma mesma peça, além de facilitar a identificação do patrocínio para o leitor.

Na hora de definir quais e como as assinaturas serão aplicadas, a principal regra é: use o bom-senso. O excesso de marcas prejudica a estética da peça e não traz benefício nem ao patrocinador, nem ao patrocinado.

II.

No caso das assinaturas de órgãos e entidades, utilizar junto com a marca do Governo Federal as marcas dos que patrocinam ou participam diretamente do evento (exemplo 1).

Também não é recomendável a aplicação de mais de uma marca do mesmo órgão ou entidade (exemplo 2), a não ser que isso faça parte da estratégia de comunicação (exemplo 3).

Assinatura de marcas do Governo Federal em patrocínios

Exemplo 1 – No cartaz de filme patrocinado pela Petrobras (empresa ligada ao Ministério de Minas e Energia), é opcional a aplicação da assinatura do ministério, se ele não estiver envolvido diretamente nesse patrocínio.



Exemplo 2 – No *folder* de exposição da CAIXA Cultural, não é obrigatório aplicar a assinatura da CAIXA, bastando as marcas da CAIXA Cultural e “Brasil”. Exceção para os casos em que a estratégia de comunicação do patrocinador estabelecer essa necessidade.



Exemplo 3 – Na placa de reforma de um teatro, podem ser aplicadas as marcas da Eletrobras e de suas subsidiárias CGTEE e Furnas, caso isso seja fundamental para o cumprimento da estratégia de comunicação da entidade patrocinadora.

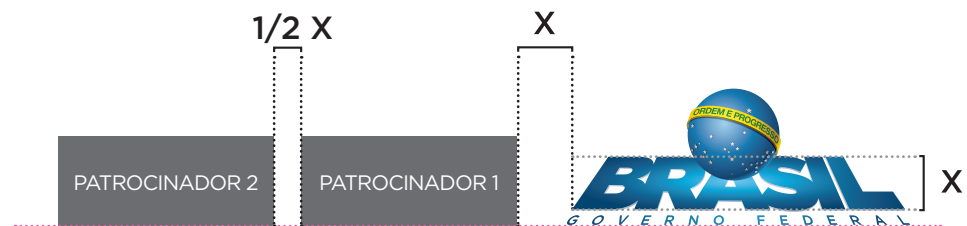


III.

Deve-se manter uma área de não interferência em torno da marca do Governo Federal, como distância mínima entre a marca e qualquer outro elemento visual. A distância mínima a ser respeitada está demonstrada no diagrama ao lado. Entretanto, recomenda-se reservar, sempre que possível, espaçamento maior que a área mínima.

Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Área de não interferência



IV.

Redução máxima e versão simplificada

Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca, sua aplicação em meios impressos não deve adotar largura inferior a 3,5 cm. Em meios eletrônicos, a redução máxima é de 200 px.

Em casos excepcionais, onde houver necessidade de uma aplicação com largura inferior a 3,5 cm ou 200 px, deve ser utilizada a versão simplificada da marca, conforme demonstrado ao lado, sendo que a largura mínima permitida, nesses casos, é de 2,7 cm em impressos e 110 px em meios eletrônicos.

Largura igual ou maior que 3,5 cm/200 px: usar versão preferencial



Largura igual ou menor que 3,49 cm/199 px: usar versão simplificada



Redução máxima excepcional em mídia impressa:

2,7 cm



Redução máxima excepcional em mídia eletrônica:

110 px



V.

A marca deve ser aplicada preferencialmente colorida e em 3D, conforme orientações do presente manual. A aplicação em 3D também poderá adotar a versão P&B (escala de cinza) e monocromática (escala de cor).

As diferentes versões 3D da marca do Governo Federal ainda podem ser aplicadas sobre fundo claro, versão positiva, ou sobre fundo escuro, versão negativa.

Importante: no uso das versões monocromáticas, recomenda-se dar preferência às cores da Bandeira Nacional. No caso de uso de cores destoantes, recomenda-se aplicar a versão negativa.

Variações sobre fundos

Versão 3D colorida



Versão 3D P&B



Versão 3D monocromática



V.

Variações sobre fundos

A aplicação da versão 2D é recomendada nos casos de limitações técnicas para aplicação da versão preferencial, como na serigrafia e adesivos vinílicos, sendo ainda admissíveis as versões P&B e monocromática.

As diferentes versões 2D da marca do Governo Federal ainda podem ser aplicadas sobre fundo claro, versão positiva, ou sobre fundo escuro, versão negativa.

Importante: no uso das versões monocromáticas, recomenda-se dar preferência às cores da Bandeira Nacional. No caso de uso de cores destoantes, recomenda-se aplicar a versão negativa.

Versão 2D colorida



Versão 2D P&B



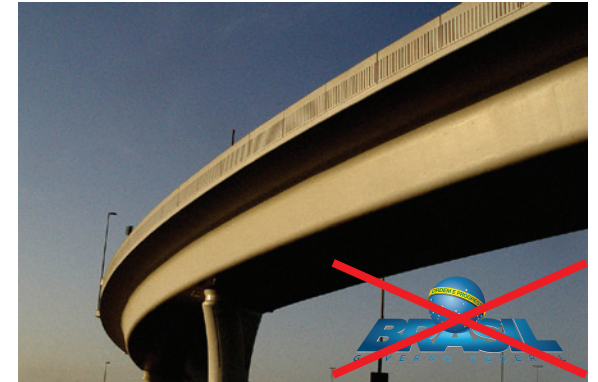
Versão 2D monocromática



VI.

Aplicação sobre fundos instáveis

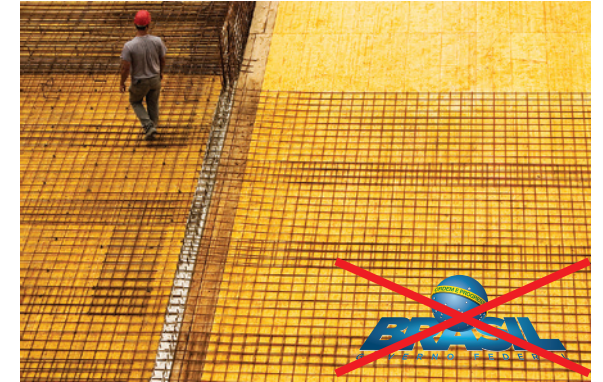
Na aplicação sobre imagens, deve-se preservar o contraste entre a marca do Governo Federal e o fundo.



VI.

Aplicação sobre fundos instáveis

Quando necessário, no caso de imagens que comprometam a leitura de todos os elementos da marca, utilizar um suporte branco.



VII.

Assinaturas conjuntas com órgãos da Administração Direta

Para assegurar a integração das assinaturas dos órgãos da Administração Direta com a marca do Governo Federal, deve-se utilizar os arquivos aqui disponibilizados.

Quando for necessário compor nova assinatura conjunta, deve-se utilizar a tipografia *Gotham*, em dois pesos: *Book* e *Black*, sempre em letras maiúsculas. A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” deve estar em *Gotham Book* e o nome do ministério ou da secretaria deve estar em *Gotham Black*.

O corpo deve ser proporcional à marca do Governo Federal, conforme exemplos ao lado. O espaçamento entrelinhas deve ser igual ao tamanho da fonte, o que representa a proporção 1:1. Ex.: se a fonte for composta no tamanho de 20 pt, o espaço entrelinhas deve ser de 20 pt. O espaço entre os caracteres (*tracking*) deve ser de -40.

Nas assinaturas conjuntas horizontais, os nomes dos órgãos da **Administração Direta** devem estar compostos em **duas linhas** ou, no máximo, **três linhas alinhadas à direita** e devem respeitar os espaçamentos entre elas, conforme exemplos ao lado.

Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta horizontal



VII.

Assinaturas conjuntas com órgãos da Administração Indireta (exemplos 1 a 3)

A altura total da marca não deve ultrapassar a altura total da marca do Governo Federal. O alinhamento inferior deve observar a base do termo “GOVERNO FEDERAL”, de acordo com os exemplos ao lado.

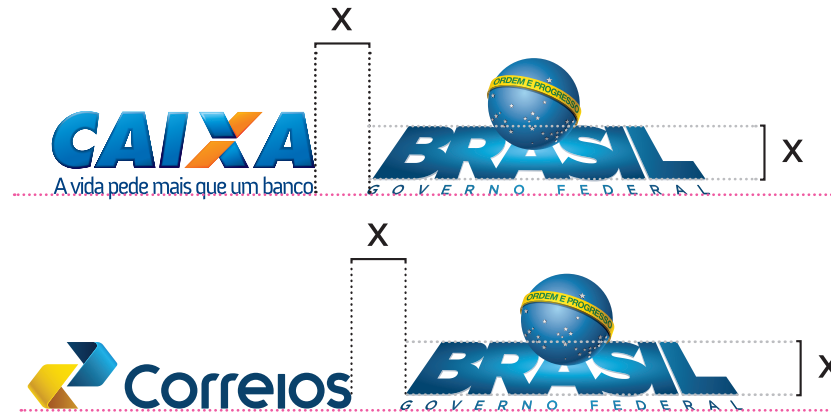
Preferencialmente, a marca do Governo Federal estará à direita de todas as demais. O posicionamento das marcas no bloco obedecerá à seguinte sequência hierárquica: autarquias, estatais e ministérios.

Quando **duas entidades** da mesma hierarquia participarem de um patrocínio, a que participar com mais recursos estará sempre mais próxima da marca do Governo Federal. Quando as contribuições forem iguais, a ordem de assinatura das marcas deve ser determinada pelos patrocinadores e pelo proponente, em comum acordo.

Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta horizontal

Exemplo 1 - CAIXA ou Correios patrocinam o evento.



Exemplo 2 - Infraero e Correios patrocinam o mesmo evento, mas os Correios destinaram mais recursos para o patrocínio.



Exemplo 3 - CAIXA, Petrobras e Ministério do Esporte são patrocinadores, sendo que a CAIXA destinou mais recursos para o patrocínio.



VII.

Assinaturas conjuntas com órgãos e entidades do Poder Executivo Federal e parceiros privados (exemplo 4)

É recomendável que a marca “Brasil”, e proporcionalmente o bloco de marcas governamentais, tenha, no mínimo, o mesmo destaque e tamanho das marcas dos outros patrocinadores privados.

Nos casos em que a entidade é o principal patrocinador, a sua marca e as demais marcas governamentais (respeitando a proporção estabelecida na página 12) devem ser maiores que a dos outros apoiadores. De preferência, o bloco de assinaturas do governo ficará posicionado na parte inferior da peça e à direita. É importante também estabelecer reserva de integridade para todo o conjunto de assinaturas do governo, equivalente à metade da altura da letra B da marca do Governo Federal.

Assinaturas conjuntas em parceria com o setor público-privado e categorias diferenciadas de patrocínio/apoio (exemplos 5 a 8)

Órgãos e entidades do Poder Executivo Federal podem participar de um mesmo projeto, da mesma forma ou de forma diferente: como **apoiadores**, **realizadores**, **parceiros** ou **patrocinadores**. A ordem do status de participação (apoio, patrocínio, organização etc.) será determinada em acordo entre patrocinado e patrocinador.

Assinatura conjunta horizontal

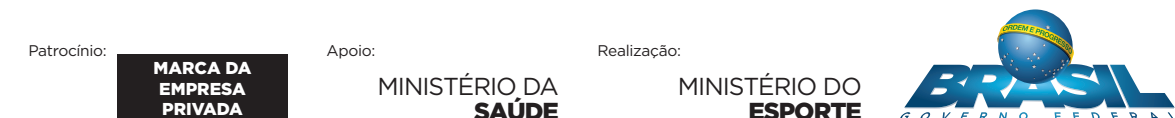
Exemplo 4 – Estatal e empresa privada patrocinam evento em igualdade de condições ou a estatal é a patrocinadora master de um evento.



Exemplo 5 – Um seminário é patrocinado pela Eletronorte e a realização é do Ministério das Cidades, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a marca da Eletronorte na área dos patrocinadores. Na área dos realizadores, entrará a assinatura do Ministério das Cidades (sem a marca do Governo Federal). O mesmo acontecerá com a assinatura do Ministério da Saúde na área reservada aos apoiadores.



Exemplo 6 – Um evento é patrocinado por empresa privada, mas a realização é do Ministério do Esporte, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Ministério do Esporte (área mais destacada). A assinatura do Ministério da Saúde deverá entrar sozinha na área dos apoiadores.



VII.

A marca do Governo Federal deverá ser aplicada apenas uma vez na peça. Se mais de um órgão ou entidade estiver participando, a marca do Governo Federal acompanhará a assinatura da que tiver maior destaque entre as categorias de patrocínio/apoio, exceto em ações incentivadas pela Lei Rouanet.

Assinatura conjunta horizontal

Exemplo 7 - Um evento é patrocinado por empresas privadas e também pela Eletronorte. A realização é de uma instituição privada. O evento conta com o apoio de ministérios e de empresas privadas. A marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da Eletronorte. Na área de apoio, as assinaturas de governo serão aplicadas em um bloco único.



Exemplo 8 - Um evento tem o patrocínio da prefeitura, do governo estadual e da CAIXA. Nesse caso, a marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da CAIXA, preferencialmente no canto inferior direito da peça. O posicionamento e a proporção das marcas da prefeitura e do governo estadual devem ser estabelecidos em acordo entre o proponente e os patrocinadores. É recomendável que essas marcas não ultrapassem em tamanho a marca do Governo Federal.



VIII.

Assinaturas conjuntas com órgãos da Administração Direta

Para assegurar a integração das assinaturas dos órgãos da Administração Direta com a marca do Governo Federal, deve-se utilizar os arquivos aqui disponibilizados.

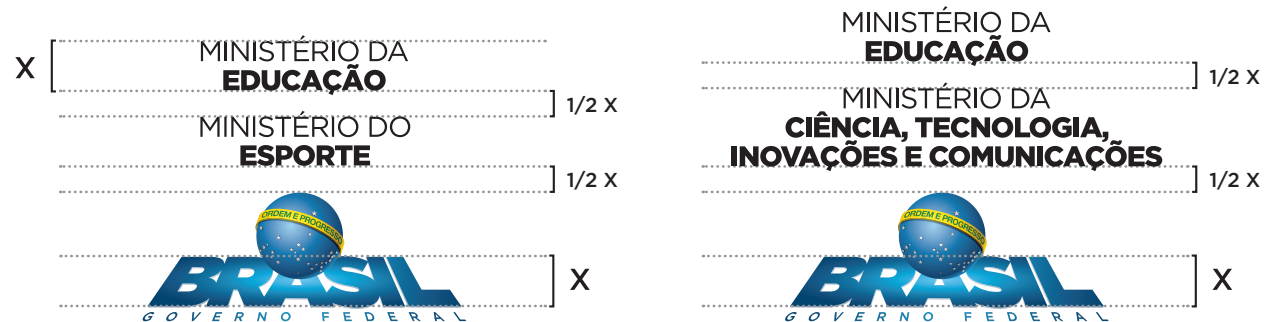
Quando for necessário compor nova assinatura conjunta, deve-se utilizar a tipografia *Gotham*, em dois pesos: *Book* e *Black*, sempre em letras maiúsculas. A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” deve estar em *Gotham Book* e o nome do ministério ou da secretaria deve estar em *Gotham Black*.

O corpo deve ser proporcional à marca do Governo Federal, conforme exemplos ao lado. O espaçamento entrelinhas deve ser igual ao tamanho da fonte, o que representa a proporção 1:1. Ex.: se a fonte for composta no tamanho de 20 pt, o espaço entrelinhas deve ser de 20 pt. O espaço entre os caracteres (*tracking*) deve ser de -40.

Nas assinaturas conjuntas verticais, os nomes dos órgãos da **Administração Direta** devem estar compostos em **duas linhas** ou, no máximo, **três linhas centralizadas** e devem ser dispostos acima da marca do Governo Federal, respeitados os espaçamentos entre elas, conforme exemplos ao lado.

Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta vertical



VIII.

Assinaturas conjuntas com órgãos da Administração Indireta (exemplos 1 a 3)

A largura total das marcas da Administração Indireta não deve ultrapassar a largura total da marca do Governo Federal.

Preferencialmente, a marca do Governo Federal estará abaixo de todas as demais. O posicionamento das marcas no bloco obedecerá à seguinte sequência hierárquica: autarquias, estatais e ministérios.

Quando **duas entidades** da mesma hierarquia participarem de um patrocínio, a que participar com mais recursos estará sempre mais próxima da marca do Governo Federal. Quando as contribuições forem iguais, a ordem de assinatura das marcas deve ser determinada pelos patrocinadores e pelo proponente, em comum acordo.

Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta vertical

Exemplo 1 - CAIXA ou Correios patrocinam o evento.



Exemplo 2 - Infraero e Correios patrocinam o mesmo evento, mas os Correios destinaram mais recursos para o patrocínio.



Exemplo 3 - CAIXA, Petrobras e Ministério do Esporte são patrocinadores, sendo que a CAIXA destinou mais recursos para o patrocínio.



VIII.

Assinaturas conjuntas com órgãos e entidades do Poder Executivo Federal e parceiros privados (exemplo 4)

É recomendável que a marca “Brasil”, e proporcionalmente o bloco de marcas governamentais, tenha, no mínimo, o mesmo destaque e tamanho das marcas dos outros patrocinadores privados.

Nos casos em que a entidade é o principal patrocinador, a sua marca e as demais marcas governamentais (respeitando a proporção estabelecida na página 16) devem ser maiores que a dos outros apoiadores. De preferência, o bloco de assinaturas do governo ficará posicionado na parte inferior da peça. É importante também estabelecer reserva de integridade para todo o conjunto de assinaturas do governo, equivalente à metade da altura da letra B da marca do Governo Federal.

Assinaturas conjuntas em parceria com o setor público-privado e categorias diferenciadas de patrocínio/apoio (exemplos 5 a 8)

Órgãos e entidades do Poder Executivo Federal podem participar de um mesmo projeto, da mesma forma ou de forma diferente: como **apoiadores**, **realizadores**, **parceiros** ou **patrocinadores**. A ordem do status de participação (apoio, patrocínio, organização etc.) será determinada em acordo entre patrocinado e patrocinador.

Assinatura conjunta vertical

Exemplo 4 – Estatal e empresa privada patrocinam evento em igualdade de condições ou a estatal é a patrocinadora master de um evento.



Exemplo 5 – Um seminário é patrocinado pela Eletronorte e a realização é do Ministério das Cidades, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a marca da Eletronorte na área dos patrocinadores. Na área dos realizadores, entrará a assinatura do Ministério das Cidades (sem a marca do Governo Federal). O mesmo acontecerá com a assinatura do Ministério da Saúde na área reservada aos apoiadores.

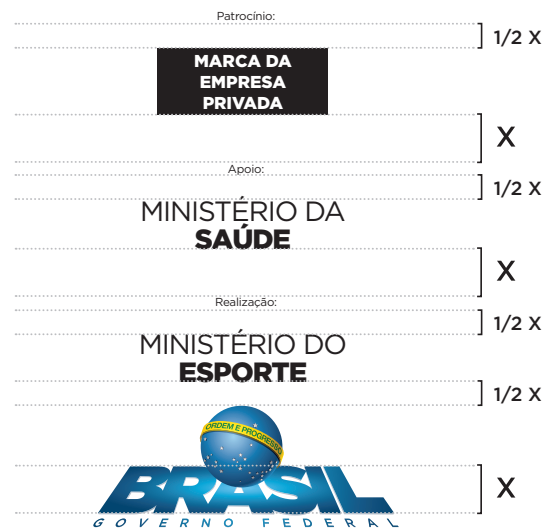


VIII.

A marca do Governo Federal deverá ser aplicada apenas uma vez na peça. Se mais de um órgão ou entidade estiver participando, a marca do Governo Federal acompanhará a assinatura da que tiver maior destaque entre as categorias de patrocínio/apoio, exceto em ações incentivadas pela Lei Rouanet.

Assinatura conjunta vertical

Exemplo 6 - Um evento é patrocinado por empresa privada, mas a realização é do Ministério do Esporte, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Ministério do Esporte (área mais destacada). A assinatura do Ministério da Saúde deverá entrar sozinha na área dos apoiadores.



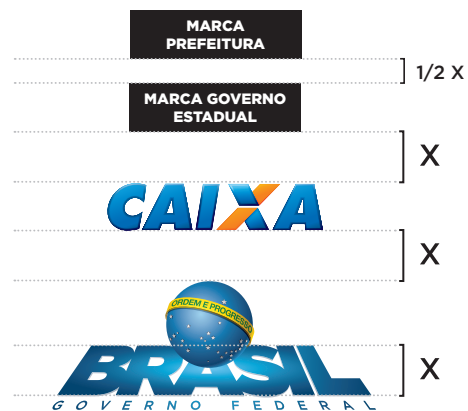
Exemplo 7 - Um evento é patrocinado por empresas privadas e também pela Eletronorte. A realização é de uma instituição privada. O evento conta com o apoio de ministérios e de empresas privadas. A marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da Eletronorte. Na área de apoio, as assinaturas de governo serão aplicadas em um bloco único.



VIII.

Assinatura conjunta vertical

Exemplo 8 - Um evento tem o patrocínio da prefeitura, do governo estadual e da CAIXA. Nesse caso, a marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da CAIXA, preferencialmente na parte inferior. O posicionamento e a proporção das marcas da prefeitura e do governo estadual devem ser estabelecidos em acordo entre o proponente e os patrocinadores. É recomendável que essas marcas não ultrapassem em tamanho a marca do Governo Federal.



IX.

As marcas de programas sociais do Governo Federal e de campanhas de mobilização, presentes em peças de publicidade, promoção e divulgação de eventos patrocinados, não devem fazer parte do bloco de assinaturas do Governo Federal, ou seja, podem ser aplicadas como selos em outra parte da peça.

Aplicação de marcas de programas de governo e de campanhas de mobilização

Há muito tempo disseram que as crianças eram o futuro do país. A gente acreditou e faz de tudo para que isso se torne verdade.

Quem pensa em Infraero, lembra de aeroporto. Mas as crianças e adolescentes que vivem perto dos aeroportos pensam em oportunidades. Isso porque existe o Infraero Social. Um programa para educar, incentivar a presença na escola e promover a capacitação, através de oficinas de trabalho. São mais de 60 projetos, que beneficiam 17 mil jovens por ano. Afinal, um futuro melhor é o que desejamos para todos.

PARA SABER MAIS SOBRE OS PROJETOS SOCIAIS DA INFRAERO
ACESSE O SITE www.infraero.gov.br

INFRAERO AEROPORTOS
BRASIL GOVERNO FEDERAL

X.

Além de representarem importantes iniciativas de apoio e fomento, o selo da Lei de Incentivo ao Esporte e as marcas da Lei de Incentivo à Cultura e do Fundo Nacional da Cultura têm como principal função simplificar a assinatura, evitando redundância, excessiva exposição de marcas e poluição visual nas peças.

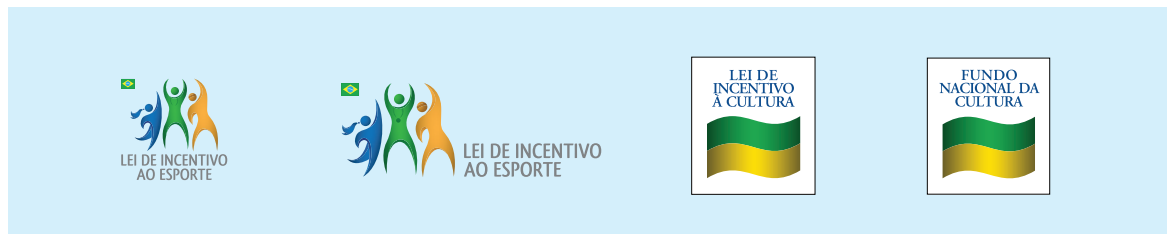
Contudo, existem critérios que devem ser observados em sua utilização. O selo e a marca, por exemplo, não devem ser aplicados em áreas de assinaturas destinadas a patrocínio, apoio, parceria e realização, de forma a preservar o necessário destaque.

No caso da presença de outras marcas de órgãos e entidades que apoiam a ação, a marca do Governo Federal será aplicada somente no bloco de selos/marcas das leis de incentivo.

A marca do Governo Federal ficará sempre à direita, nas assinaturas horizontais, e abaixo de todas as marcas, nas assinaturas verticais. Os demais órgãos e entidades e suas marcas serão colocados da direita para a esquerda, nas assinaturas horizontais, e de baixo para cima, nas assinaturas verticais.

Para tirar dúvidas e obter mais informações, consultar o manual de aplicação do selo da Lei de Incentivo ao Esporte e das marcas da Lei de Incentivo à Cultura e do Fundo Nacional da Cultura nos *sites* www.esporte.gov.br e www.cultura.gov.br.

Assinaturas de peças com os selos e marcas das leis de incentivo



O selo deverá ser posicionado antes do conjunto de marcas, tanto nos blocos de assinaturas horizontais como verticais.



X. Assinaturas de peças com os selos e marcas das leis de incentivo



Exemplo 1

- X. Assinaturas de peças com os selos e marcas das leis de incentivo

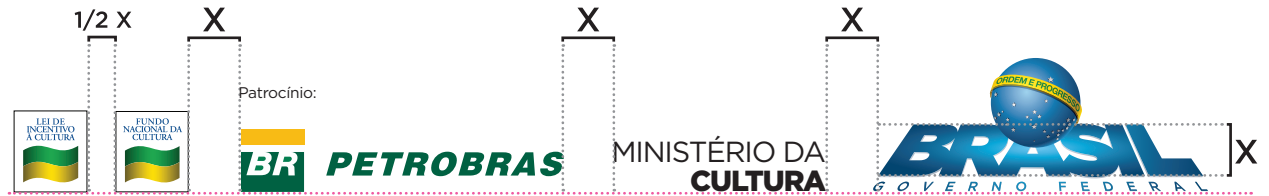


Exemplo 2

XI.

Este manual não substitui as aplicações determinadas para as ações incentivadas pela Lei Rouanet. É necessário consultar o manual específico do Ministério da Cultura no *site* www.cultura.gov.br para saber como montar e aplicar corretamente o bloco de marcas da Lei Rouanet.

Assinaturas de peças de ações incentivadas pela Lei Rouanet



XII.

A marca deverá seguir o idioma utilizado nas peças de comunicação, conforme exemplos ao lado. Nos casos das peças em mais de uma língua, deverá ser adotada a versão na língua do país em que o material será distribuído ou na língua predominante entre o público-alvo da peça. Outros casos específicos deverão ser precedidos de consulta à Secom.

Patrocínio internacional



Alemão



Espanhol



Francês



Inglês



Italiano



Japonês



Mandarim



Russo



Árabe