



Manual de uso da marca do
GOVERNO FEDERAL – PATROCÍNIO

JANEIRO/2019

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.	Limite de redução	7
V.	Aplicação sobre fundos	8
VI.	Aplicação sobre fundos instáveis	9
VII.	Marca do Governo Federal em escala de cinza	10
VIII.	Assinatura conjunta horizontal.	11
IX.	Assinatura conjunta vertical	16
X.	Aplicação de marcas de programas de governo e de campanhas de mobilização ...	21
XI.	Assinatura de peças com os selos e marcas das leis de incentivo	22
XII.	Assinatura de peças de ações incentivadas pela Lei Rouanet	25
XIII.	Assinatura em ações de centros culturais	26
XIV.	Assinatura em outros idiomas	27

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.

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).

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.



MINISTÉRIO DE
MINAS E ENERGIA



Exemplo 2 – No fôlder de exposição no Centro Cultural Banco do Brasil, não é obrigatório aplicar a assinatura do Banco do Brasil, bastando as marcas do Centro Cultural e do Governo Federal. 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.

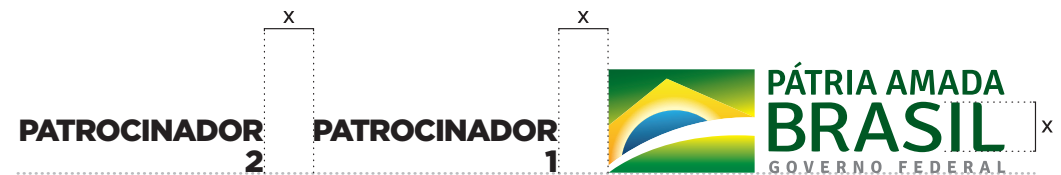


III.

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 o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Área de não interferência



X = Altura da letra **B**

IV.

Limite de redução

Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca, sua aplicação em meios impressos não deve adotar largura inferior a 2,7 cm. Em meios eletrônicos, a redução máxima é de 200 px.

Redução
máxima permitida.

2,7 cm



V.

Ao aplicar a marca sobre fundo claro ou branco, utilizar a fonte no verde padrão da marca. Ao aplicar em fundo escuro, utilizar a fonte na cor branca.

Nos casos em que a cor de fundo coincidir com a cor dos elementos da marca, como no exemplo em verde, deve ser usado um box branco em torno da marca, seguindo o padrão de não interferência descrito na página 6.

Aplicação sobre fundos



VI.

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

Quando necessário, no caso de imagens que comprometam a leitura de todos os elementos da marca, utilizar um suporte branco, seguindo o padrão de não interferência descrito na página 6.

Aplicação sobre fundos instáveis



VII.

A versão em escala de cinza deve ser utilizada na cor preta, e será aplicada nas situações em que as limitações de reprodução impeçam outra opção.

Admite-se, excepcionalmente, a utilização de outra cor, se essa for a única no processo de impressão.

Marca do Governo Federal em escala de cinza

Positiva



Negativa



VIII.

Assinatura conjunta 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 *Signika*, em dois pesos: *Light* e *SemiBold*, sempre em letras maiúsculas. A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” ou “Secretaria Especial do(a)” deve estar em *Signika Light* e o nome do ministério ou da secretaria deve estar em *Signika SemiBold*.

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 o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta horizontal



Nas assinaturas horizontais, o alinhamento inferior deve ser feito de acordo com o exemplo abaixo, caso o ministério adjacente à marca do Governo Federal possua **3 ou mais linhas** em sua composição:



VIII.

Assinatura conjunta 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 tipologia *Signika*, em dois pesos: *Light* e *SemiBold*, sempre em letras maiúsculas. A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” ou “Secretaria Especial do(a)” deve estar em *Signika Light* e o nome do ministério ou da secretaria deve estar em *Signika SemiBold*.

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 o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta horizontal



VIII.

Assinatura conjunta 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 o 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 da Cidadania 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 do Governo Federal, 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 11) devem ser maiores que as 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 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

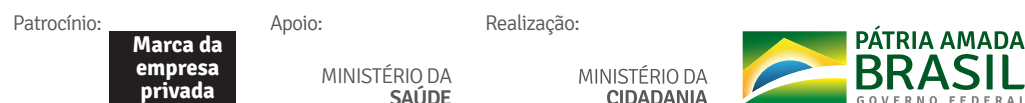
Exemplo 4 – Estatal e empresa privada patrocinam evento em igualdade de condições ou a estatal é a patrocinadora principal de um evento.



Exemplo 5 – Um seminário é patrocinado pela Eletronorte e a realização é do Ministério da Cidadania, 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 da Cidadania, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Ministério da Cidadania (área mais destacada). A assinatura do Ministério da Saúde deverá entrar sozinha na área dos 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 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.



IX.

Assinatura conjunta 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 tipologia *Signika*, em dois pesos: *Light* e *SemiBold*, sempre em letras maiúsculas. A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” ou “Secretaria Especial do(a)” deve estar em *Signika Light* e o nome do ministério ou da secretaria deve estar em *Signika SemiBold*.

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 alinhadas a esquerda**, 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 o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

Assinatura conjunta vertical



IX.

Assinatura conjunta com órgãos da administração indireta (exemplos 1 a 3)

A largura total das marcas da administração indireta não deve ultrapassar a largura e altura 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 o 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 da Cidadania são patrocinadores, sendo que a CAIXA destinou mais recursos para o patrocínio.



IX.

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

É recomendável que a marca do Governo Federal, 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 11) devem ser maiores que as 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**, **parceiros** ou **patrocinadores**. A ordem do status de participação (apoio, patrocínio 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 principal de um evento.



Exemplo 5 – Um seminário é patrocinado pela Eletronorte e a realização é do Ministério da Cidadania, 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 da Cidadania (sem a marca do Governo Federal). O mesmo acontecerá com a assinatura do Ministério da Saúde na área reservada aos apoiadores.



IX.

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 da Cidadania, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Ministério da Cidadania (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.



IX.

Assinatura conjunta vertical

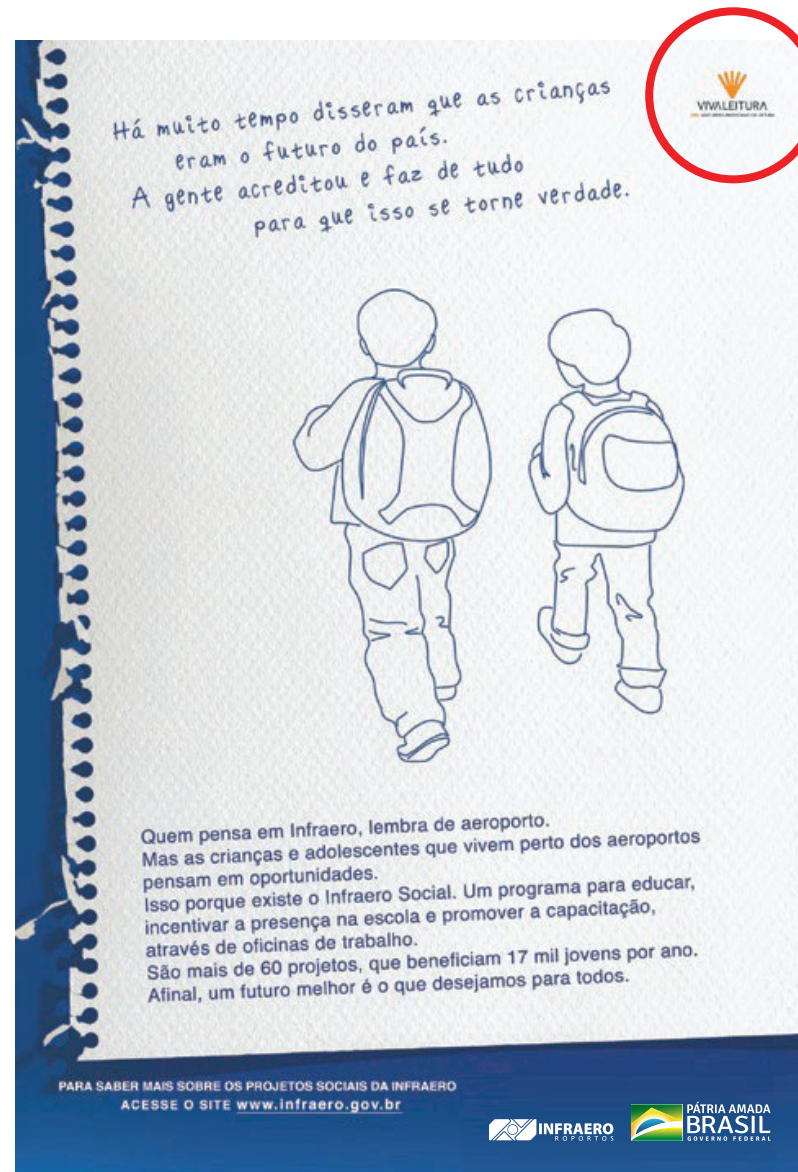
Exemplo 8 – Um evento tem o patrocínio da prefeitura, do governo estadual e da CAIXA. Nesse caso, a marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da CAIXA, preferencialmente na parte inferior. O posicionamento e a proporção das marcas da prefeitura e do governo estadual 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.



X.

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



XI.

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.

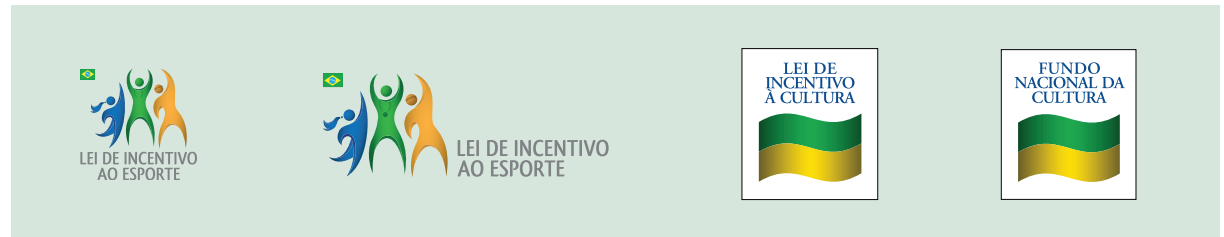
Contudo, existem critérios que devem ser observados em sua utilização. O selo e a marca, por exemplo, não devem ser aplicados em áreas de assinaturas destinadas a patrocínio, apoio, parceria e realização, de forma a preservar o necessário destaque.

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.

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.

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

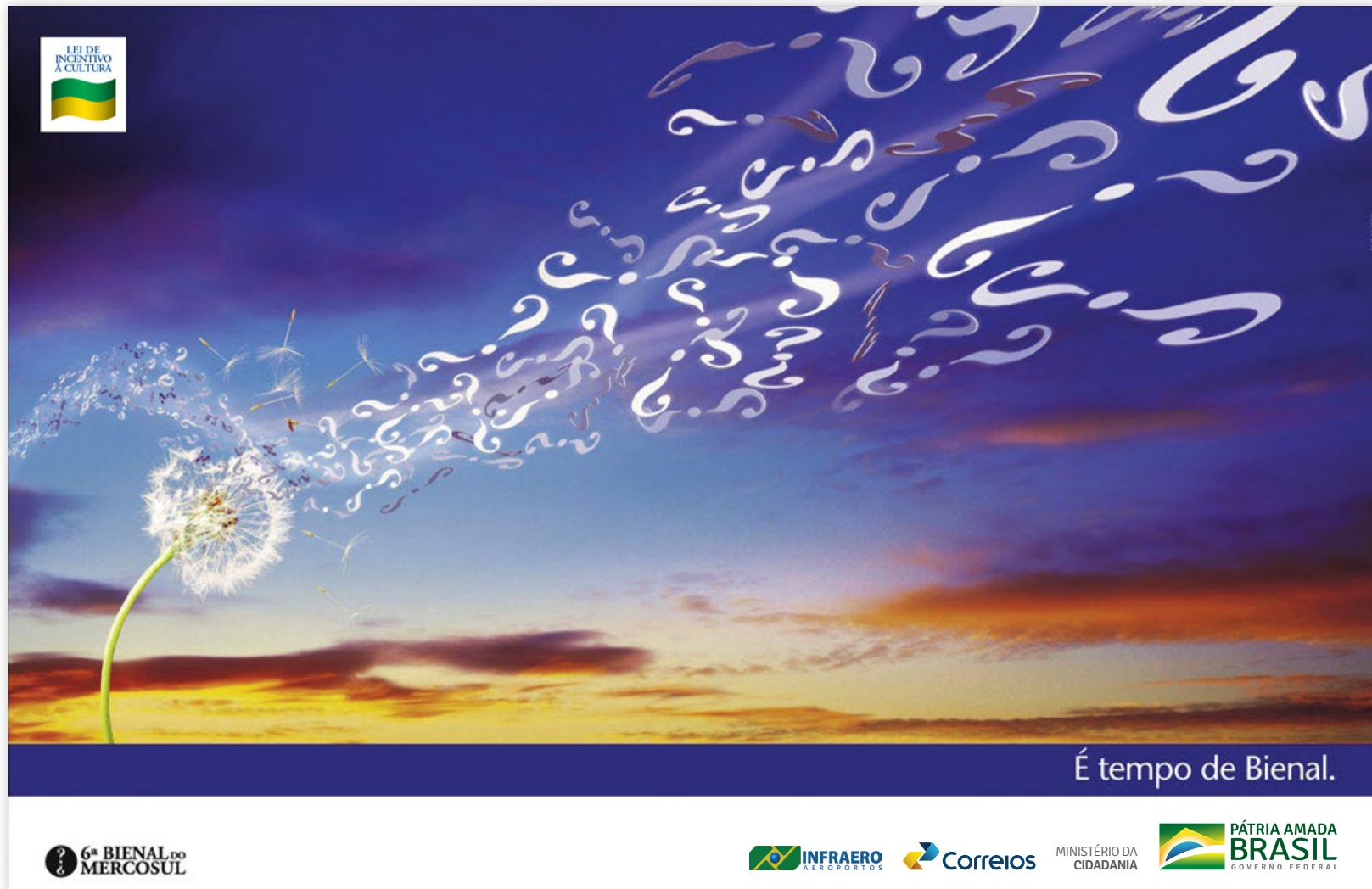


O selo deverá ser posicionado antes do conjunto de marcas, tanto nos blocos de assinaturas horizontais como verticais.



XI.

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



Exemplo 1

XI.

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



Exemplo 2

XII.

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

Assinatura de peças de ações incentivadas pela Lei Rouanet



XIII.

Evitar a redundância de marcas. Nas peças de eventos e produtos de centros culturais, é recomendável aplicar as marcas do centro cultural e do Governo Federal. É opcional a assinatura da marca da estatal à qual o centro cultural está subordinado.

Assinatura em ações de centros culturais



**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL



**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL



XIV.

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.

Assinatura em outros idiomas



INGLÊS



ALEMÃO



ITALIANO



ESPAÑHOL



JAPONÊS



FRANÇÊS



MANDARIM



ÁRABE