

Manual de Uso da Marca do Governo Federal



BRASIL, UM PAÍS DE TODOS.

De um lado, sincretismo, diversidade, variedade.

De outro, união, afinidade, integração.

Num primeiro momento, diversidade e integração podem parecer atributos conflitantes, mas nada espelha mais a marca do povo brasileiro do que essa rica combinação.

Um povo que são vários povos, uma cultura que são muitas culturas, um país que são países sem conta. Tudo isso convivendo numa atmosfera de harmonia. Essa é a marca do Brasil: a unidade na diferença. E foi essa marca que se buscou registrar visualmente na marca oficial do Governo Federal.

Visualmente, a marca procura conciliar um traçado artístico sofisticado e uma moderna apresentação com a raiz primitiva do Brasil profundo, representada no traço rústico da bandeira no centro da composição. Essa

é uma das marcas do Brasil: a vigorosa mistura do arrojo da modernidade com espontaneidade telúrica de nossas tradições.

Conceitualmente, a marca propõe uma plataforma ambiciosa e mais do que urgente: a inclusão. O Brasil da integração só se tornará um país verdadeiramente coeso quando houver uma sociedade capaz de incluir todos os seus filhos na comunhão de sua enorme riqueza.

Um país de todos significa um país de oportunidades iguais, em que todos tenham acesso a direitos fundamentais e possam atender às suas necessidades básicas. O Brasil só será um país justo quando for efetivamente de todos os brasileiros.

Um Brasil de todos também resgata a imensa carga de cores de um país tropical, dos maracatus ao boi-bumbá,

da ingenuidade festiva do Divino à monumentalidade feérica dos desfiles de Carnaval. Esse festival pictórico resplandece nas fachadas de Olinda, de Ouro Preto ou do Pelourinho e desabrocha na elegância da vitória-régia, das frutas, do café, da natureza exuberante.

O Brasil de todas as cores está na cesta multicolorida das comunidades afastadas do interior ou nas fachadas reluzentes dos arranha-céus da megalópole. O Brasil é esse convívio.

A marca oficial do Governo Federal busca resgatar toda essa multiplicidade de influências, realidades, estéticas, costumes e valores, de raças e etnias que se convencionou chamar também de Brasil. Coerente com o Governo que a adotou, ela tenta também inverter uma estética da relação do Governo com a sociedade.

A nova marca rompe uma tradição, ao incorporar elementos visuais nunca antes associados a um símbolo governamental. Inverteu-se a equação estética, segundo a qual uma marca concebida em Brasília deveria ser “levada” a todos os rincões do país. Não se trata mais de levar Brasília para o Brasil, de fazer o país real parecer com a imagem e a semelhança do núcleo das decisões.

Ao contrário, a nova marca assume a necessidade de levar mais Brasil para Brasília. Isso espelha a intenção de tornar o Governo mais próximo das pessoas, mais próximo da realidade dos cidadãos, mais próximo do Brasil.

Um país de todos começa com um Governo que tem a cara do Brasil.

SECOM - Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República

Aplicação da Marca

Marca

A marca “**Brasil, Um País de todos**” foi desenhada para representar mudança, força e modernidade. A marca deve ser preservada e apresentada sempre em conformidade com o padrão e as normas deste manual.



Limite de Redução

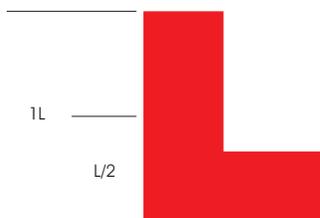


Aplicação da Marca

Reserva de Integridade

Para garantir a integridade e a legibilidade da marca, a área em volta dela deve ficar livre de qualquer elemento gráfico ou tipográfico. Para isso, deve ser reservada uma distância mínima das bordas externas da área ocupada pela marca. Dessa forma, estabeleceu-se o módulo L que equivale à altura da letra "L" da palavra Brasil. Conforme

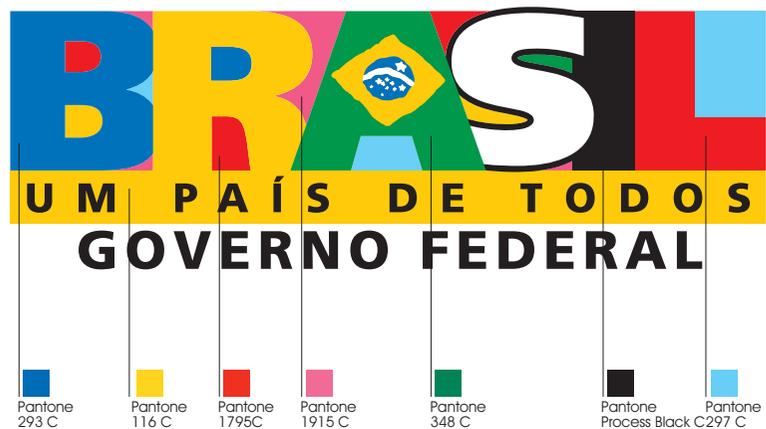
a ilustração abaixo, a reserva mínima equivale à metade da altura da letra "L". Para obter os melhores resultados, recomenda-se utilizar, sempre que possível, uma reserva maior que o requisito mínimo.



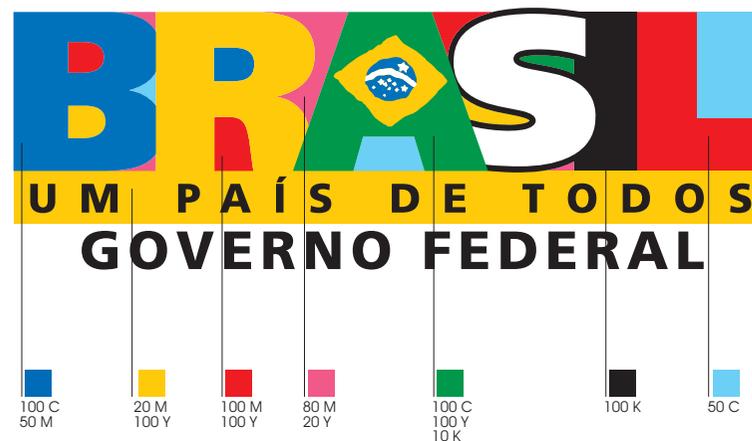
A cor, como um componente fundamental da identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta e consistente. A marca “Brasil, Um País de Todos” possui sete cores padrão.

A versão quadricomia (CMYK) abaixo serve para orientar a correta aplicação dessas cores tornando-as um meio rápido e eficaz de reconhecimento visual.

Versão Pantone



Versão Quadricomia

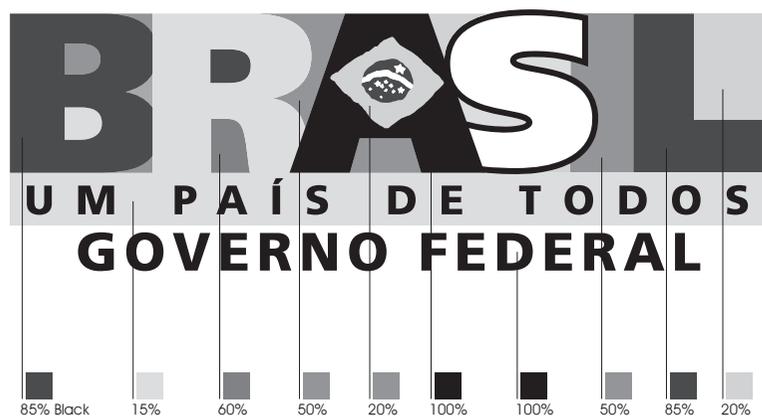


Aplicação da Marca

Versões Escala de Cinza

A versão escala de cinza deve ser utilizada sempre na cor preta, e será aplicada naquelas situações em que as limitações de reprodução impeçam outra opção.
Admite-se, excepcionalmente, a utilização de outra cor se essa for a única cor no processo de impressão.

Versões Escala de Cinza



Limite de Redução

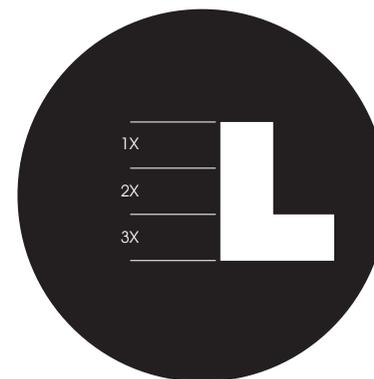


Aplicação da Marca

Versões Traço Positivo

A versão traço positivo deverá ser utilizada apenas em casos especiais em que o processo de impressão impeça o uso de mais de uma cor.

Para a versão traço em fundo escuro, foi estabelecida uma reserva de branco que equivale a um módulo de X nas suas extremidades.



Limite de Redução



Para a versão traço, além da cor preta, admite-se, em casos especiais, apenas as cores azul Pantone 293 C e verde Pantone 348 C.



■ Pantone 293 C



■ Pantone 348 C

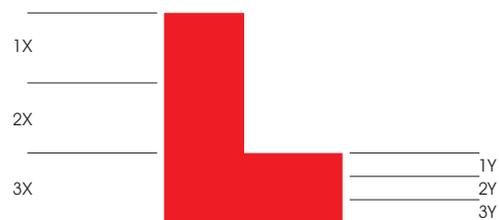
Aplicação da Marca

Grid de Construção

Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca “**Brasil, Um País de Todos**”, foi desenvolvido um grid que assegura a reprodução e aplicação da marca em qualquer tipo de suporte. No diagrama, o módulo principal X constitui a base do grid,

juntamente com a sua subdivisão, formada pelo módulo Y. A utilização do grid é essencial para o alinhamento da tipografia e dos elementos gráficos que compõem a marca, para a manutenção das proporções, espaços e medidas de sua composição.

Unidade de Medida



As proporções e a configuração da marca são baseadas na letra “L” da Palavra BRASIL. O módulo X equivale a um terço da altura da letra “L” e constitui a referência básica para a construção da marca. O módulo X se subdivide no módulo Y, que equivale a um terço de X. Essas medidas servem de referência para o posicionamento dos componentes da marca e não devem ser alteradas.



Aplicação da Marca

Aplicação sobre Fundos Coloridos

Com o objetivo de proporcionar maior impacto visual na comunicação, a marca pode ser aplicada sobre fundos coloridos. Contudo, algumas precauções especiais devem ser tomadas, a fim de garantir o destaque da marca sobre o fundo.



Para assegurar a perfeita integração das assinaturas dos ministérios à marca principal foi adotada a fonte Frutiger Bold (que pode ser substituída pela Humanist 777BT Bold). Os ministérios assinarão sempre em duas ou três linhas alinhadas à direita. A altura das linhas de texto será determinada pelo

módulo equivalente a X (ver ilustração). O entrelinhamento será sempre igual a 100% do corpo da letra. Exemplo: Corpo 50/50.

**Ministério do
Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior**

X/2



**Ministério
da Defesa**

X/2



**Ministério
da Educação**

X/2

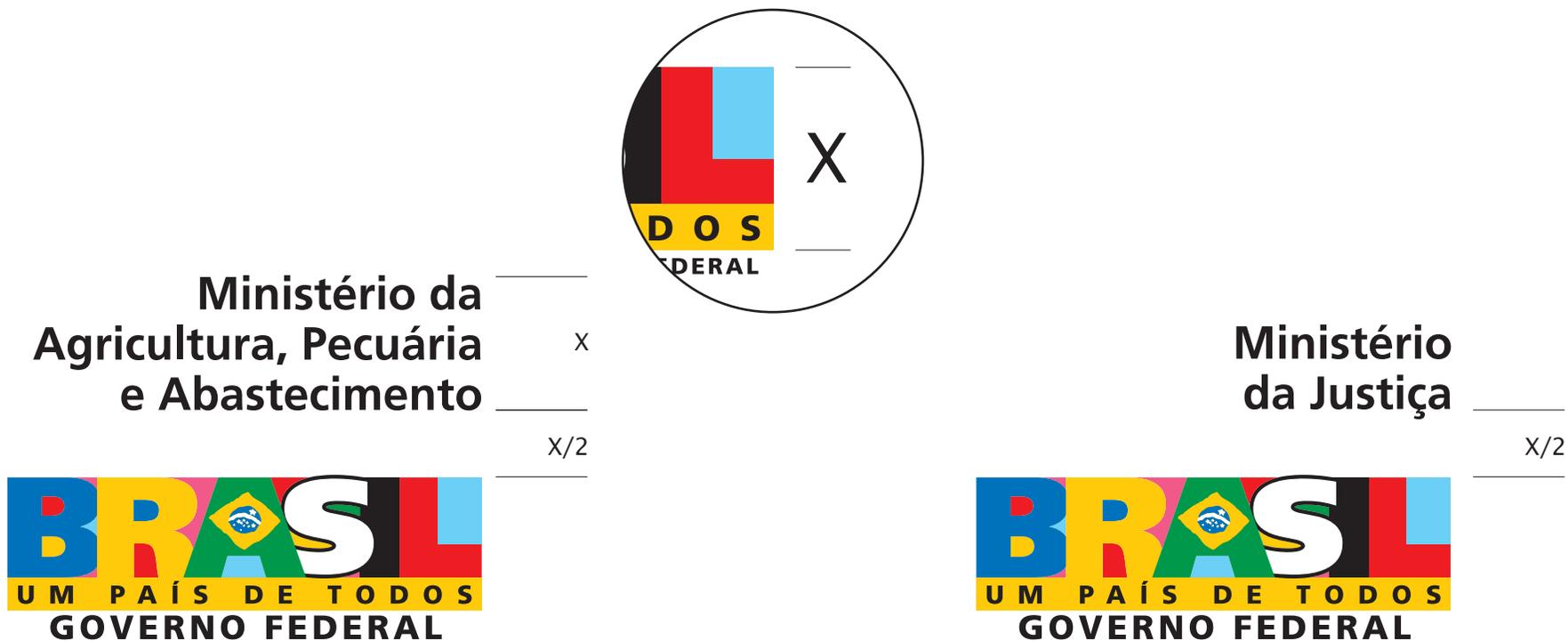


Aplicação da Marca

Assinatura Conjunta na Vertical

Assim como na assinatura conjunta horizontal, os ministérios assinarão sempre em duas ou três linhas alinhadas à direita. A assinatura do ministério ficará acima da marca do Governo Federal, alinhada à direita.

A altura das linhas de texto será determinada pelo módulo equivalente a X (ver ilustração). O entrelinhamento será sempre igual a 100% do corpo da letra. Exemplo: Corpo 50/50.



Aplicação da Marca

Assinatura Conjunta - Disposição das assinaturas

Nas assinaturas com mais de um órgão ou entidade deve-se observar duas questões simultaneamente: o grau de envolvimento com o que está sendo comunicado e a relação hierárquica entre as entidades envolvidas.

A marca do Governo Federal ficará sempre à direita ou abaixo do conjunto. Os demais órgãos ou entidades serão distribuídos, nas assinaturas horizontais, da direita para a esquerda e, quando assinado na vertical, de baixo para cima conforme exemplos abaixo:



Ministério
dos Transportes _____

x/2

Ministério
da Justiça _____

x/2



Secretaria de
Comércio Exterior

Ministério do
Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior

x/2

x/2



Marca do
Organismo
Financiador

x/2

Marca do
Governo
Estadual

x/2

Ministério
da Saúde

x/2

Ministério
parceiro

Secretaria
de Ensino Técnico

x/2

Secretaria
responsável pela ação

Ministério
da Educação

x/2

Ministério
gestor da ação



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

FRANCÊS



JAPONÊS



RUSSO



ITALIANO



INGLÊS



ÁRABE



ESPAÑHOL



AMANDARIM



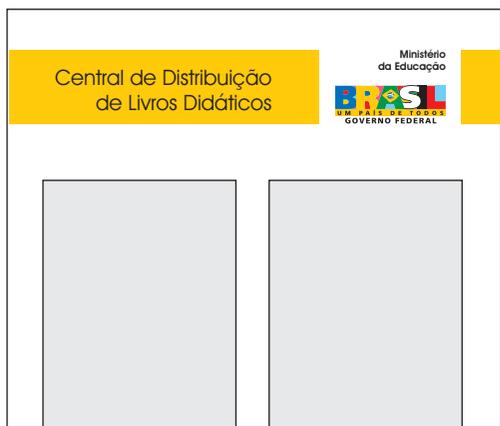
ALEMÃO



A sinalização externa deve ser criteriosa. Cabe ressaltar que nos exemplos abaixo não se incluem fachadas de instalações, prédios públicos e frota de veículos que não se destinem especificamente ao atendimento móvel, itinerante ou provisório.

Esses exemplos são ilustrativos, sendo possíveis outras soluções. Entretanto, as recomendações anteriores deste manual, devem ser observadas.

Instalações provisórias para atendimento público



Unidades móveis para atendimento público



O uso da vinheta eletrônica institucional em peças para TV e rádio deverá ser precedida de consulta à Secom.



O uso da marca em brindes, quando autorizado pela SECOM deve seguir o padrão estabelecido neste manual.

