



# Manual de Identidade da Marca



## **Apresentação**

Este manual apresenta modelos, padrões e normas das manifestações visuais dos centros culturais, unificando-as em um conjunto consistente e organizado, projetando imagem coordenada, homogênea e integrada com as estratégias do Banco, além de contribuir para a proteção legal da marca Centro Cultural Banco do Brasil.

Na primeira parte da publicação apresentam-se os elementos básicos: marca, alfabeto e cores. Na segunda parte, consta a convivência com outras marcas e selos. Na terceira parte, apresentam-se as aplicações dos elementos básicos.

É fundamental o empenho de cada funcionário no fortalecimento da imagem e da marca Centro Cultural Banco do Brasil, seja por meio do atendimento aos frequentadores e da qualidade dos nossos eventos, bem como pelo cumprimento do Manual de Identidade da Marca Centro Cultural Banco do Brasil.

Diretoria Marketing e Comunicação

## **1. Elementos Básicos**

- 1.1 Marca
- 1.2 Diagrama de construção
- 1.3 Área de fundo
- 1.4 Área de não-interferência
- 1.5 Limites máximos de redução
- 1.6 Usos indevidos
- 1.7 Alfabeto padrão
- 1.8 Cores

## **2. Convivência com outras Marcas e Selos**

- 2.1 Marca Governo Federal
- 2.2 Selos Lei de Incentivo

## **3. Aplicação dos Elementos Básicos**

- 3.1 Assinatura em conjunto com o Ministério da Cultura
- 3.2 Assinatura em conjunto com outras marcas

## **4. Tipos de Eventos**

- 4.1 Patrocínio Banco do Brasil + Lei de incentivo
- 4.2 Co-patrocínio Banco do Brasil + Co-patrocínio parceiro + Lei de incentivo
- 4.3 Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro
- 4.4 Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro + Lei de Incentivo

## **5. Modelo**

- 5.1 Patrocínio Banco do Brasil + Lei de Incentivo
- 5.2 Patrocínio Banco do Brasil + Parceiro + Lei de Incentivo
- 5.3 Co-patrocínio Banco do Brasil + Co-patrocínio parceiro + Lei de Incentivo
- 5.4 Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro
- 5.5 Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro + Lei de Incentivo
- 5.6 Patrocínio BB sem Lei de Incentivo

## 1. Elementos Básicos

### 1.1 Marca

A marca Centro Cultural Banco do Brasil é o sinal gráfico que representa e identifica os diversos centros culturais do Banco do Brasil, e como tal, tem presença obrigatória com destaque em todas as peças visuais produzidas interna ou externamente. A marca é definida pelo uso conjunto do símbolo Banco do Brasil e do logotipo Centro Cultural na versão central.

Dada a quantidade e diversidade de peças, sendo a maioria delas desenhada por terceiros sem vínculo com a entidade, é fundamental a difusão, obediência e controle sobre a aplicação das normas descritas neste manual.

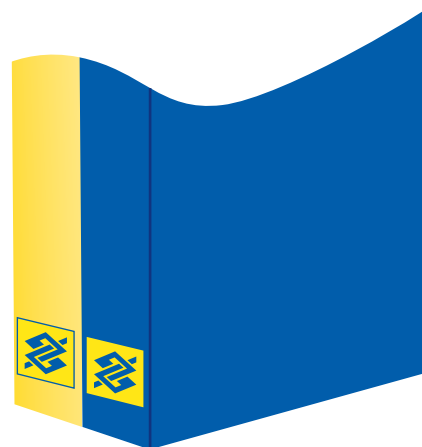
A versão em duas cores é de uso preferencial para os materiais impressos produzidos em quadricromia ou nas cores institucionais, respeitando o limite máximo de redução.

Quando a marca é aplicada sobre fundo amarelo e suas retículas, aplica-se a variação com fio de contorno azul delimitando seu suporte.

#### Variação em duas cores (uso preferencial)



#### Símbolo BB (uso restrito)



**O uso do símbolo BB isolado atende aos casos de limitação de área, onde a aplicação da marca Centro Cultural Banco do Brasil não se viabiliza.**

## 1. Elementos Básicos

### 1.2 Diagrama de construção

Este é o diagrama de construção da marca Centro Cultural Banco do Brasil, onde se especificam as proporções e as dimensões dos elementos, inalteráveis.

Para reprodução da marca e suas variações, utilizar somente os originais eletrônicos autorizados.



**A configuração da marca Centro Cultural Banco do Brasil não pode ser alterada.**



**A marca não deve ser composta graficamente, nem reproduzida por scanner ou cópia xerográfica.**



**Para reproduzir a marca Centro Cultural Banco do Brasil, utilize os originais eletrônicos.**



## 1. Elementos Básicos

### 1.3 Área do Suporte

Na composição das variações em duas cores, deve-se atentar para a área que define o suporte da marca Centro Cultural Banco do Brasil. Estabelece-se a área a partir da altura ( $h$ ) da letra C do logotipo Centro Cultural.

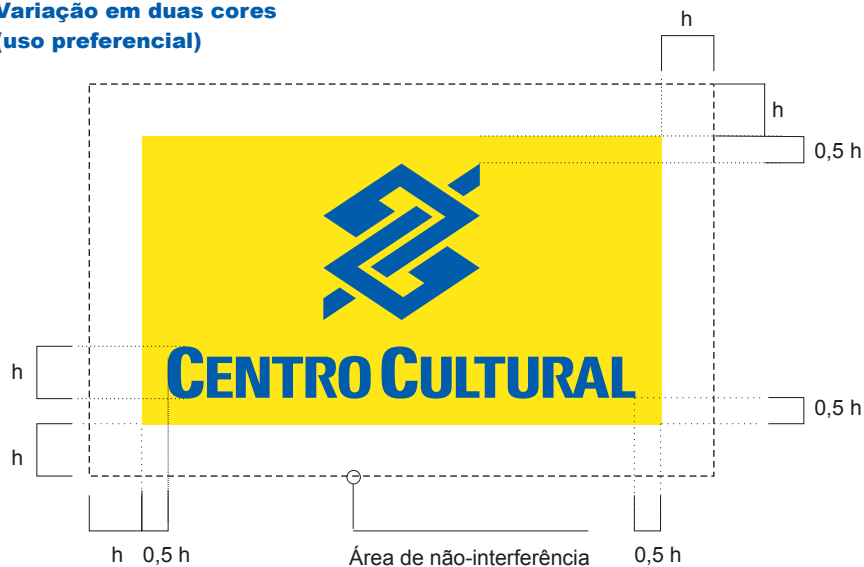
### 1.4 Área de não-interferência

Na aplicação da marca Centro Cultural Banco do Brasil exige-se um campo livre de interferências, sinais ou quaisquer outros elementos gráficos, em toda a sua volta, a fim de preservar sua visibilidade.

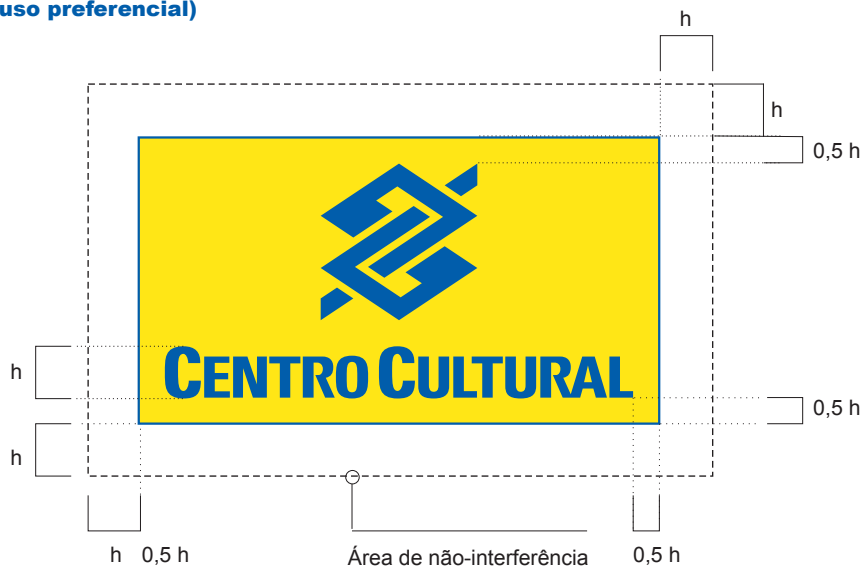


**O fio de contorno deve ser aplicado com 0,3 mm de espessura correspondente à área de seu suporte.**

#### Variação em duas cores (uso preferencial)



#### Variação em duas cores com fio (uso preferencial)



## 1. Elementos Básicos

### 1.5 Limites máximos de redução

Os limites de redução estão ao lado estabelecidos.

#### Variação em duas cores (uso preferencial)



25 mm



25 mm



**Não deve ser usado em sua redução máxima junto aos Selos Lei de Incentivo.**

#### Símbolo BB (uso restrito)

#### Variação em duas cores



7 mm



7 mm

## 1. Elementos Básicos

### 1.6 Usos indevidos


Estes são os erros mais frequentes nas aplicações de marcas em geral. Em particular, como a marca é composta por vários elementos, recomenda-se atenção na seleção de seus originais, em suas normas de uso e aspectos como contraste, proporções e controle de qualidade.

#### Distorções na marca



#### Distorções na marca




 A aplicação da variação em preto e branco é utilizada em impressões monocromáticas.

#### Ausência de suporte



#### Ausência de suporte



 É vetado o uso do vermelho e do laranja em impressões monocromáticas

#### Uso incorreto de cores



#### Limite de redução não respeitado



#### Ausência de fio



#### Uso de cores vetadas em monocromia





## 1. Elementos Básicos

### 1.7 Alfabeto padrão

Para maior homogeneidade visual, otimização de custos e por motivos técnicos, adotou-se uma única família de tipos gráficos como alfabeto padrão do Centro Cultural Banco do Brasil. É a família Arial, de caráter neutro e alta legibilidade, nas fontes Arial (estilos regular e negrito) e Arial Black.

Seu uso é obrigatório na composição de textos das mensagens visuais de caráter permanente: formulários, impressos, equipamentos, sinalizações, brindes etc.

Os textos devem ser compostos em caixa alta e baixa para evitar competição com o logotipo. Textos apenas em caixa alta devem ser evitados.

Os textos devem ter espaçamento simples e alinhamento à esquerda, evitando-se a divisão silábica.

Como regra geral, deve ser usada a Arial, estilo regular, na escrita comum. Nos títulos e destaques, usar Arial em estilo negrito ou Arial Black.

#### Arial (estilo regular)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
Çç&%!?!@'^~"-+=  
1234567890

#### Arial (estilo negrito)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
Çç&%!?!@'^~"-+=  
1234567890

#### Arial Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
Çç&%!?!@'^~"-+=  
1234567890



**A utilização de  
quaisquer fontes da  
família Arial em itálico não é  
autorizada.**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
Çç&%!?!@'^~"-+=  
1234567890



# 1. Elementos Básicos

## 1.8 Cores

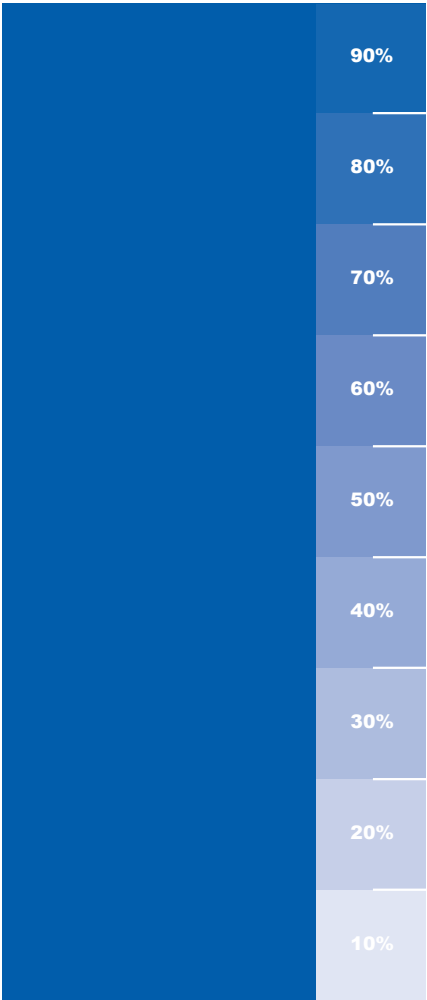
O Sistema de Identidade Visual Banco do Brasil adota o azul (Pantone\* 286) e o amarelo (Pantone\* 108), como cores institucionais.

Ao se reproduzirem essas cores, é importante o rigor no controle de qualidade, a fim de garantir contraste e singularidade.

Nos casos de impressão em quadricromia, onde não houver a possibilidade de utilizar as cores especiais, seguir as tabelas indicadas ao lado.

O padrão Html deve ser a referência para manifestações visuais na internet. O padrão RGB deve ser usado para manifestações em vídeo.

\*Pantone é marca registrada da Pantone Inc.



**Azul institucional**  
**Pantone\*286**  
**(para qualquer tipo de papel)**

**Quadricromia (CMYK)**

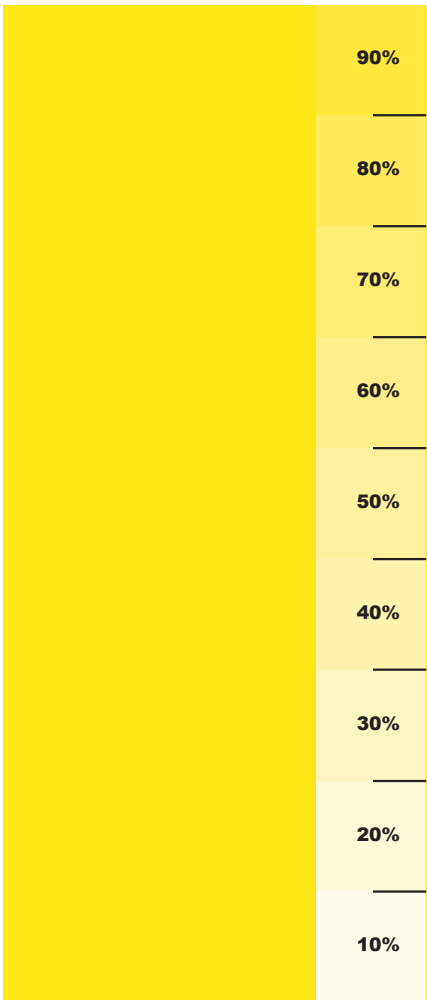
Cyan	100 %
Magenta	60 %
Yellow	0 %
Black	6 %

**Web**

Html 0038A8

**RGB**

R	0
G	56
B	168



**Amarelo institucional**  
**Pantone\*108**  
**(para qualquer tipo de papel)**

**Quadricromia (CMYK)**

Cyan	0 %
Magenta	0 %
Yellow	100 %
Black	0 %

**Web**

Html F9DD16

**RGB**

R	249
G	221
B	22

## 2. Convivência com outras Marcas e Selos

### 2.1 Marca Governo Federal

Para aplicação das marcas Centro Cultural Banco do Brasil e Governo Federal em quaisquer peças, é importante observar a proporção, a posição, e a distância mínima entre elas.

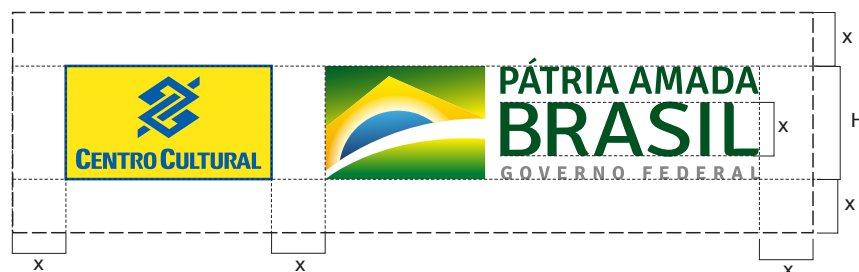
A altura da marca Governo Federal (H) corresponde à altura do suporte da marca Centro Cultural Banco do Brasil.

Para outras informações relacionadas à marca do Governo Federal, consultar os manuais disponibilizados pela SECOM.

#### Variação em duas cores (uso preferencial)



#### Variação em duas cores com fio (uso preferencial)



## 2. Convivência com outras Marcas e Selos

### 2.1.1 Alinhamento vertical e horizontal

A marca do Governo Federal não deverá ultrapassar a altura H da marca do Centro Cultural Banco do Brasil.

As marcas são alinhadas pela esquerda quando aplicadas verticalmente.



## 2. Convivência com outras Marcas e Selos

### 2.1.2 Usos indevidos

#### Altura da marca Governo Federal



#### Altura da marca Governo Federal



#### Distância entre as marcas



#### Versões distintas



## 2. Convivência com outras Marcas e Selos

### 2.2 Selos Lei de Incentivo

Todos os projetos, programas e eventos que utilizam recursos advindos da renúncia fiscal, têm seus materiais de divulgação assinados com os Selos do Ministério da Cidadania.

A altura dos Selos corresponde à altura da marca Governo Federal (H).

O nome do Ministério da Cidadania é inserido à esquerda da marca Governo Federal.

A distância entre os Selos, a marca Governo Federal, o nome do Ministério da Cidadania e a marca Centro Cultural Banco do Brasil utiliza como base a altura x, da letra B da palavra Brasil.

#### Variação em cores (uso preferencial)



#### Variação em cores com fio de contorno (uso preferencial)



### 3. Aplicação dos Elementos Básicos

#### 3.1. Assinatura em conjunto com o Ministério da Cidadania

Em eventos apresentados em conjunto com o Ministério da Cidadania, a expressão “Realização” deve estar alinhada à esquadra do nome do Ministério da Cidadania.

##### Versão em duas cores



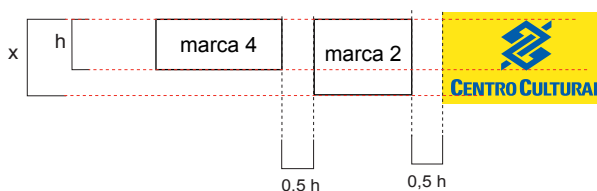
##### Versão em duas cores com fio



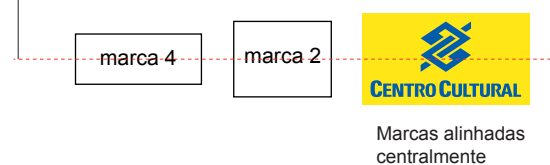
#### 3.2. Assinatura em conjunto com outras marcas

Em eventos apresentados em conjunto com outras marcas, as assinaturas devem respeitar a proporção descrita neste manual. E devem ser corretamente alinhadas. Estas regras se aplicam tanto a patrocinadores, quanto co-patrocinadores. As marcas ao lado são apenas para fins de **exemplificação**.

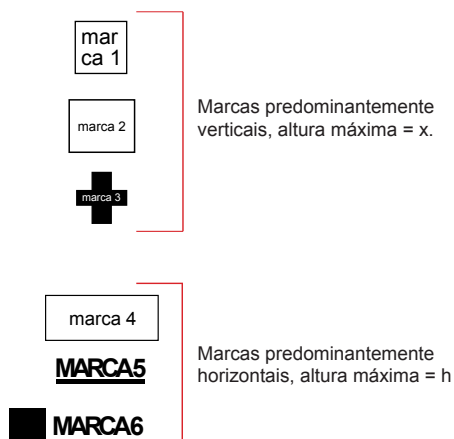
##### Versão em duas cores



##### Alinhamento



Marcas alinhadas centralmente



Marcas predominantemente verticais, altura máxima = x.

Marcas predominantemente horizontais, altura máxima = h

## 4. Tipos de Eventos

### 4.1. Patrocínio BB + Lei de Incentivo

Quando os eventos sediados nos centros culturais são também patrocinados pelo Banco do Brasil, com recursos advindos de renúncia fiscal, as informações são incluídas da seguinte forma:



**Os eventos culturais também patrocinados pelo Banco do Brasil devem conter, como primeira informação, “Ministério da Cidadania”, composta em fonte Arial estilo negrito e “apresenta” em Arial regular.**

**A segunda informação deve ser “Banco do Brasil”, em Arial Negrito, e “apresenta e patrocina” em Arial regular.**

**Ministério da Cidadania apresenta  
Banco do Brasil apresenta e patrocina**

### 4.2. Co-patrocínio BB + Co-patrocínio parceiro + Lei de Incentivo

Quando os eventos sediados nos centros culturais são também co-patrocínados pelo Banco do Brasil e por outros parceiros, essa informação é incluída junto com a apresentação.

**Ministério da Cidadania apresenta  
Banco do Brasil, Marca 1 e  
Marca 2 apresentam e patrocinam**

### 4.3. Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro

**Banco do Brasil apresenta  
Marca 1 apresenta e patrocina**



## 4. Tipos de Eventos

### 4.4. Cessão de Espaço do CCBB + Parceiro + Lei de Incentivo

**Ministério da Cidadania e  
Banco do Brasil** apresentam  
**Marca 1** apresenta e patrocina

### 4.4. Patrocínio BB sem Lei de Incentivo

**Banco do Brasil** apresenta e patrocina



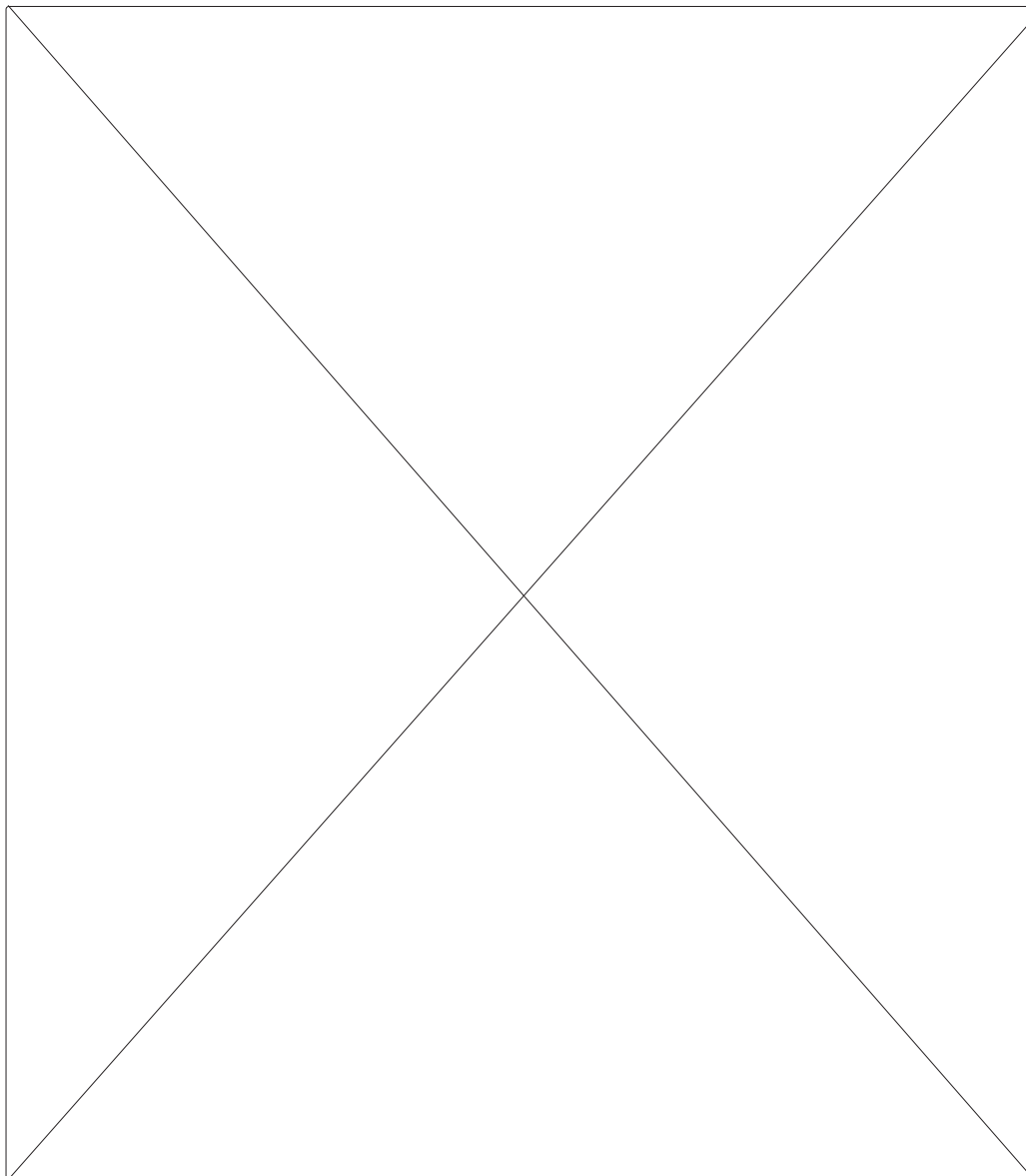
## 5. Modelo

### 5.1 Modelo

Patrocínio Banco do Brasil + Lei de Incentivo

**Ministério da Cidadania** apresenta

**Banco do Brasil** apresenta e patrocina

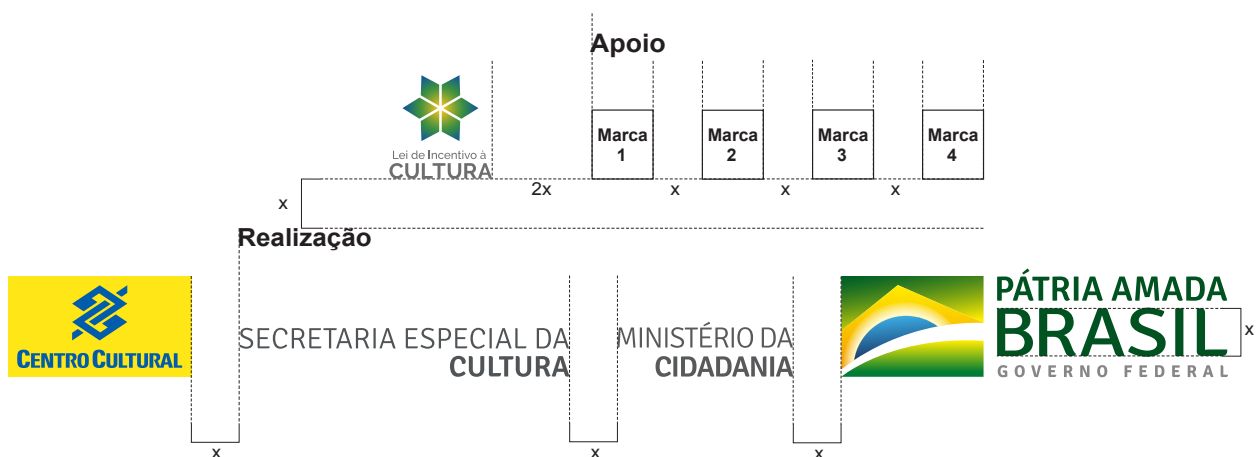
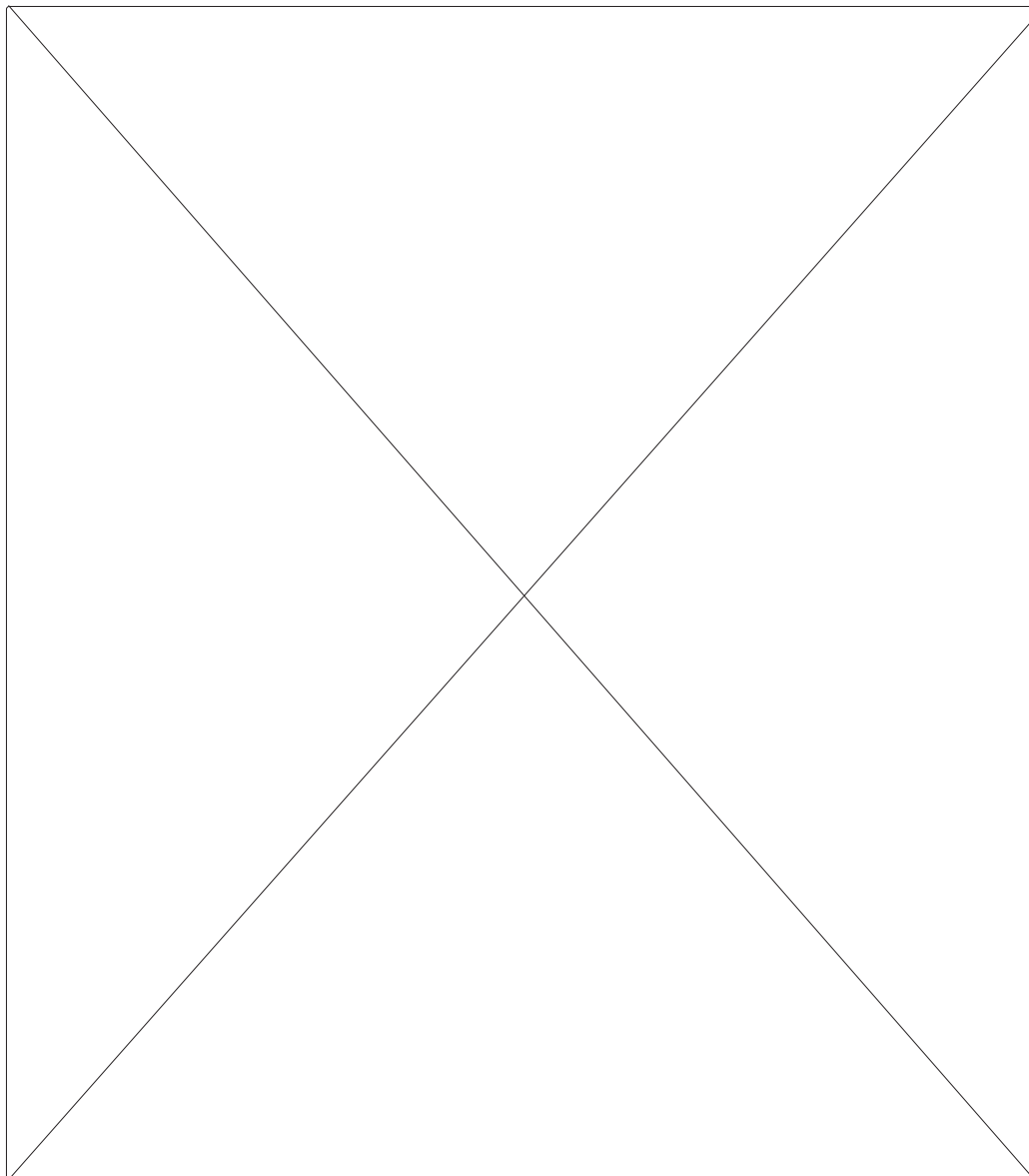


## 5. Modelo

### 5.2. Modelo

Patrocínio Banco do Brasil + Parceiro + Lei de Incentivo

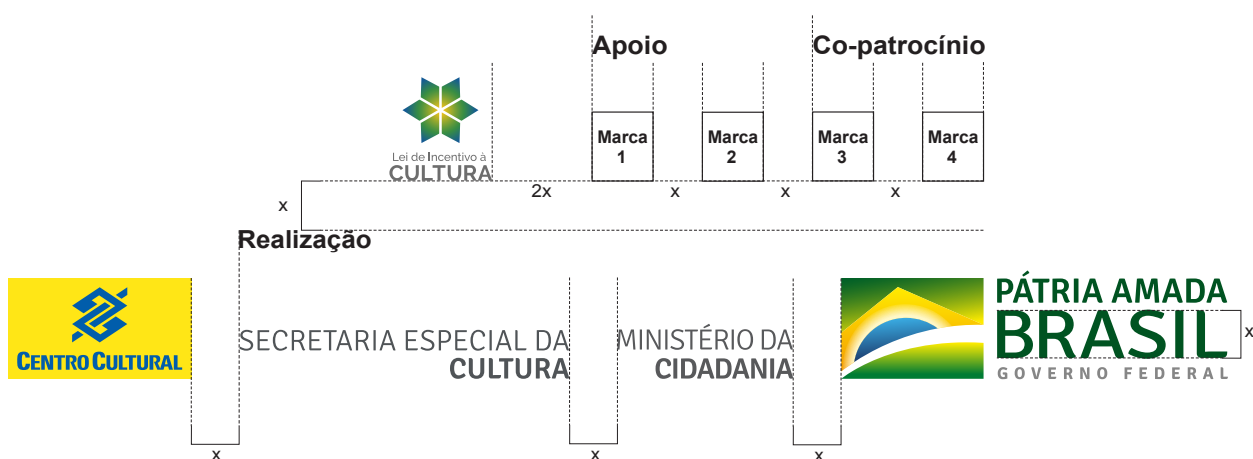
**Ministério da Cidadania** apresenta  
**Banco do Brasil** apresenta e patrocina



### 5.3. Modelo

**Ministério da Cidadania apresenta**

A square with a light gray border. Two diagonal lines, also in light gray, intersect at the center of the square, forming an 'X' shape that divides the square into four right-angled triangles. This diagram represents a 90-degree angle.

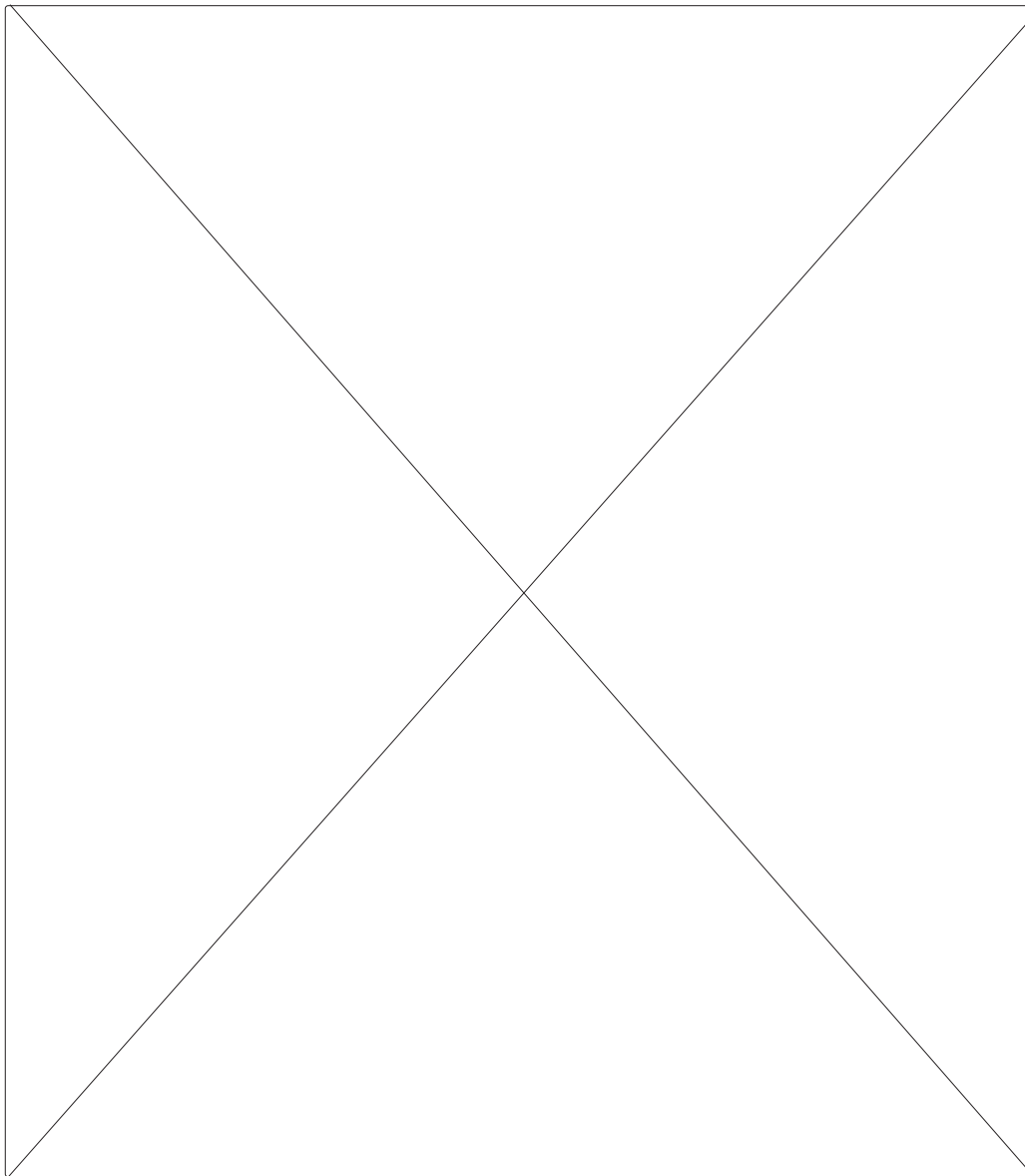


## 5. Modelo

### 5.4 Modelo

Cessão de Espaço CCBB + Parceiro

**Banco do Brasil, Marca 3 e Marca 4** apresentam  
**Marca 3 e Marca 4** patrocinam



**Apoio**



x



x

**Patrocínio**



x



x



x



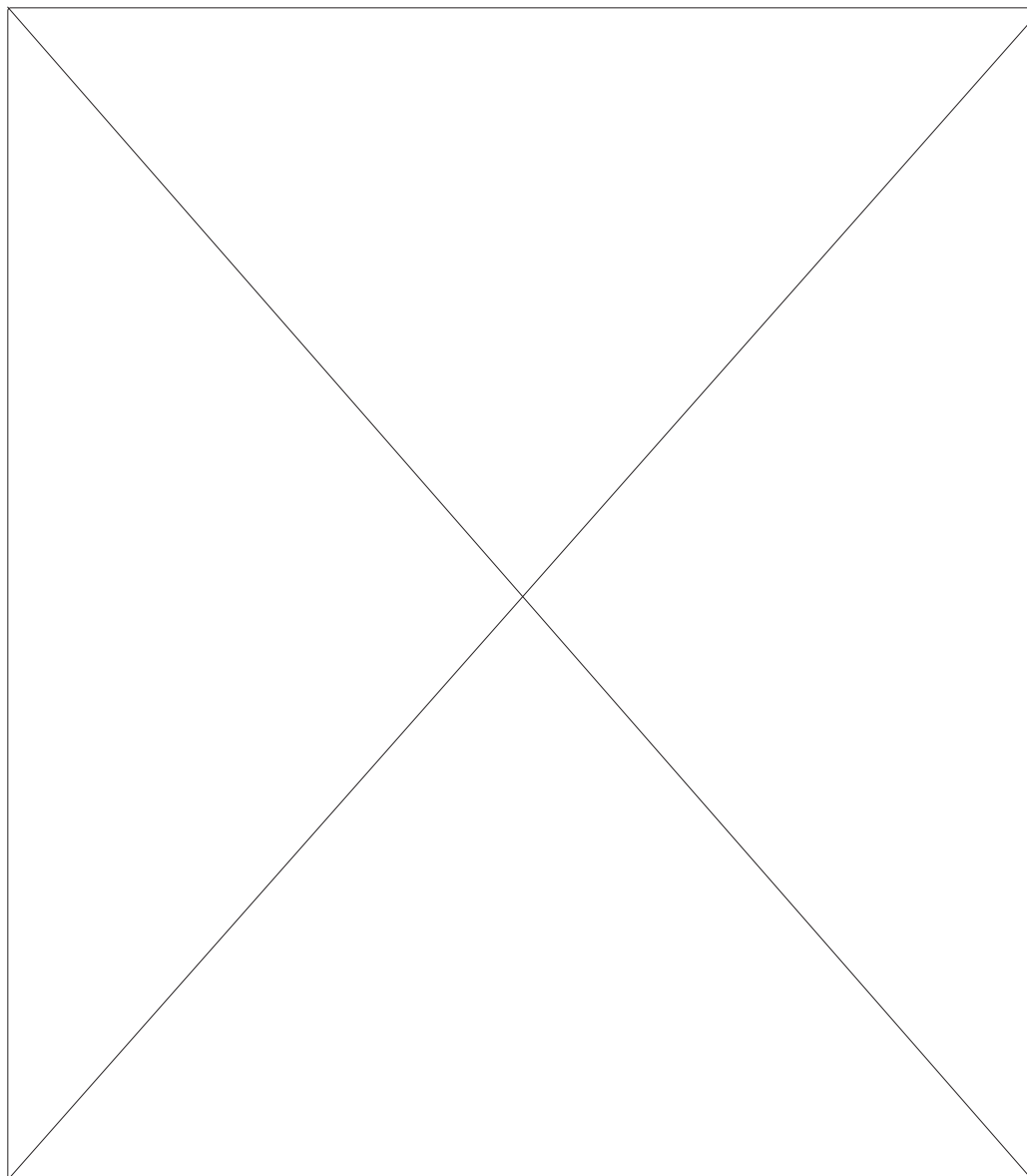
**PÁTRIA AMADA  
BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

## 5. Modelo

### 5.5 Modelo

Cessão de espaço do CCBB + Parceiro + Lei de Incentivo

**Banco do Brasil e Ministério da Cidadania** apresentam  
**Marca 1 e Marca 2** apresentam e patrocinam

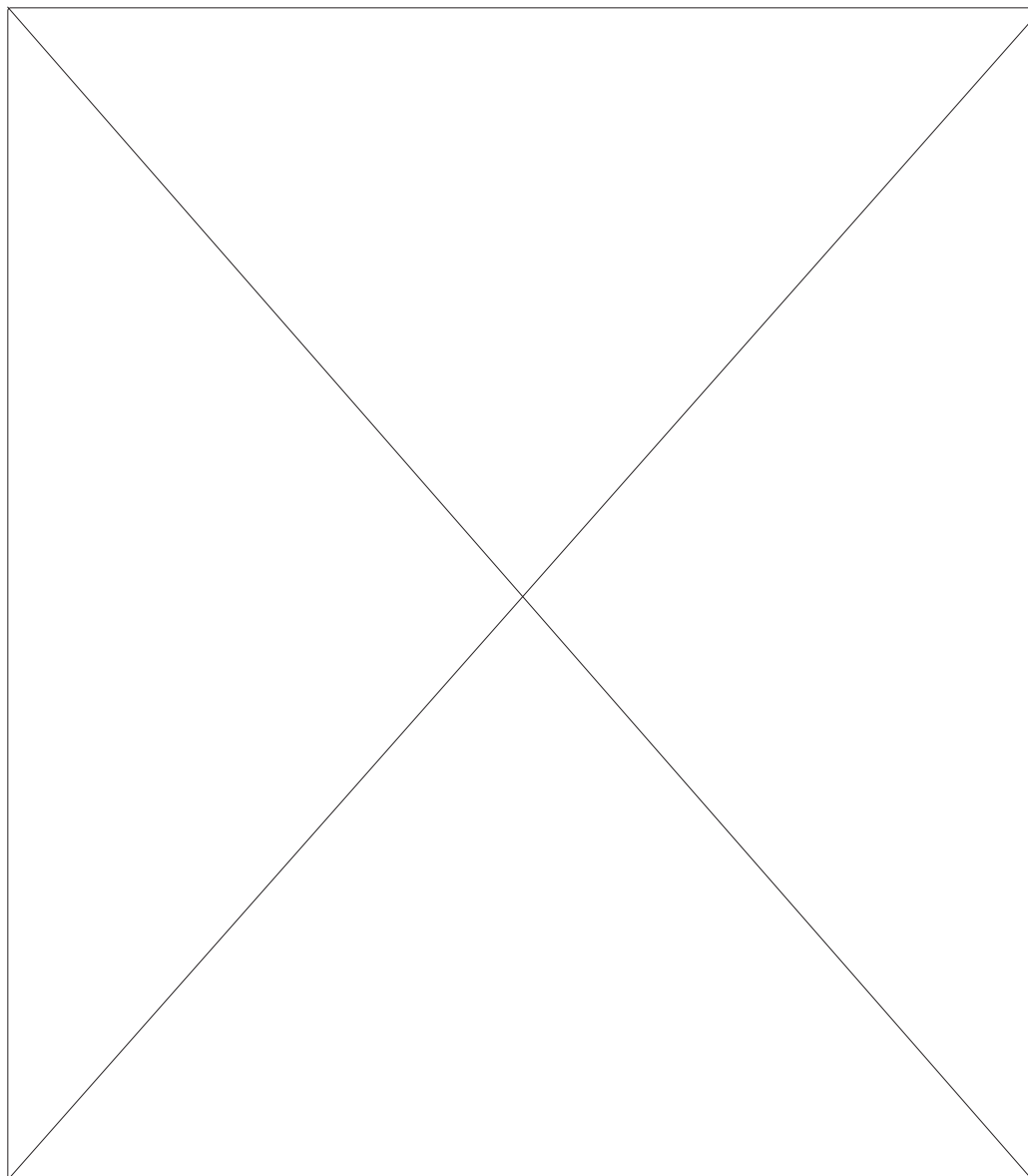


## 5. Modelo

### 5.6 Modelo

Patrocínio BB sem Lei de Incentivo

**Banco do Brasil** apresenta e patrocina



Manual de Identidade Visual da Marca  
Centro Cultural Banco do Brasil

Banco do Brasil S.A.  
Atualizado em Maio/2019  
Diretoria Marketing e Comunicação  
Gerência Gestão da Marca