

# 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

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.

**a****b**

The logo features the symbol above the word "PETROBRAS" in a bold, green, sans-serif font.

**IMPORTANTE:****CASOS ESPECIAIS**

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

## 1.2 Assinaturas

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

Assinatura horizontal  
- preferencial -



alinhamento  
pela base  
do BR



### Assinatura horizontal

O símbolo à esquerda  
com o logotipo à direita.



### 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.

Esta é a assinatura preferencial  
da marca Petrobras.

### Assinatura vertical



### PETROBRAS

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.

## 1.3 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 setorial de Marcas para análise e aprovação.*

### Assinatura horizontal

- preferencial -



caso especial

### Assinatura vertical



caso especial

## 1.4 Redução máxima

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

### 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.

### Material impresso

#### Assinatura horizontal



20 mm

#### Assinatura vertical



15 mm

### Mídia digital

#### Assinatura horizontal



100 pixels

#### Assinatura vertical



74 pixels

### 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.**

## 1.5 Marca colorida

A marca colorida possui três padrões, e deve ser utilizada em todos os materiais que a Petrobras tenha o controle da criação. Importante destacar que ela só pode ser aplicada sobre fundo branco (item 1.7).



Pantone®



CMYK



Digital

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.

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.

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.

marca  
colorida

Cor	VERDE PETROBRAS	AMARELO PETROBRAS	BRANCO
-----	-----------------	-------------------	--------

### Pantone®

Revestido <sup>1</sup>	PANTONE® 348 C	PANTONE® 123 C	-
Não-revestido <sup>2</sup>	PANTONE® 355 U	PANTONE® 108 U	-

### CMYK

Revestido <sup>1</sup>	C100 M0 Y90 K20	C0 M20 Y90 K0	C0 M0 Y0 K0
Não-revestido <sup>2</sup>	C80 M0 Y90 K0	C0 M10 Y95 K0	C0 M0 Y0 K0

### Digital

RGB	R0 G133 B66	R253 G200 B47	R255 G255 B255
Hexadecimal	#008542	#FD C8 2F	#FFF

**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**.

## 1.6 Marca monocromática

A marca monocromática possui dois padrões, e só deve ser utilizada:

- em casos onde a Petrobras não tenha controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores.

Marca  
monocromática  
positiva



Marca  
monocromática  
negativa



Cor



PRETO

BRANCO

CMYK

	C0	M0	Y0	K100	C0	M0	Y0	K0
Revestido	C0	M0	Y0	K100				
Não-revestido	C0	M0	Y0	K100				

### IMPORTANTE:

PARA A ESCOLHA DA  
MARCA CORRETA,  
CONSULTE O ITEM 1.9  
(ÁRVORE DE DECISÃO).

Digital

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

## 1.7 Fundo branco

A cor branca representa equilíbrio e transmite clareza, ela é fundamental para o sistema de identidade visual e deve ser a base de todos os nossos materiais.

Quando utilizado com os outros elementos visuais da Petrobras, o fundo branco auxilia na consolidação de nossa identidade.

### Contraste ideal

A cor branca preserva e valoriza a marca Petrobras, proporcionando seu melhor contraste e legibilidade em comparação com qualquer outro fundo.

### Proporção de cor

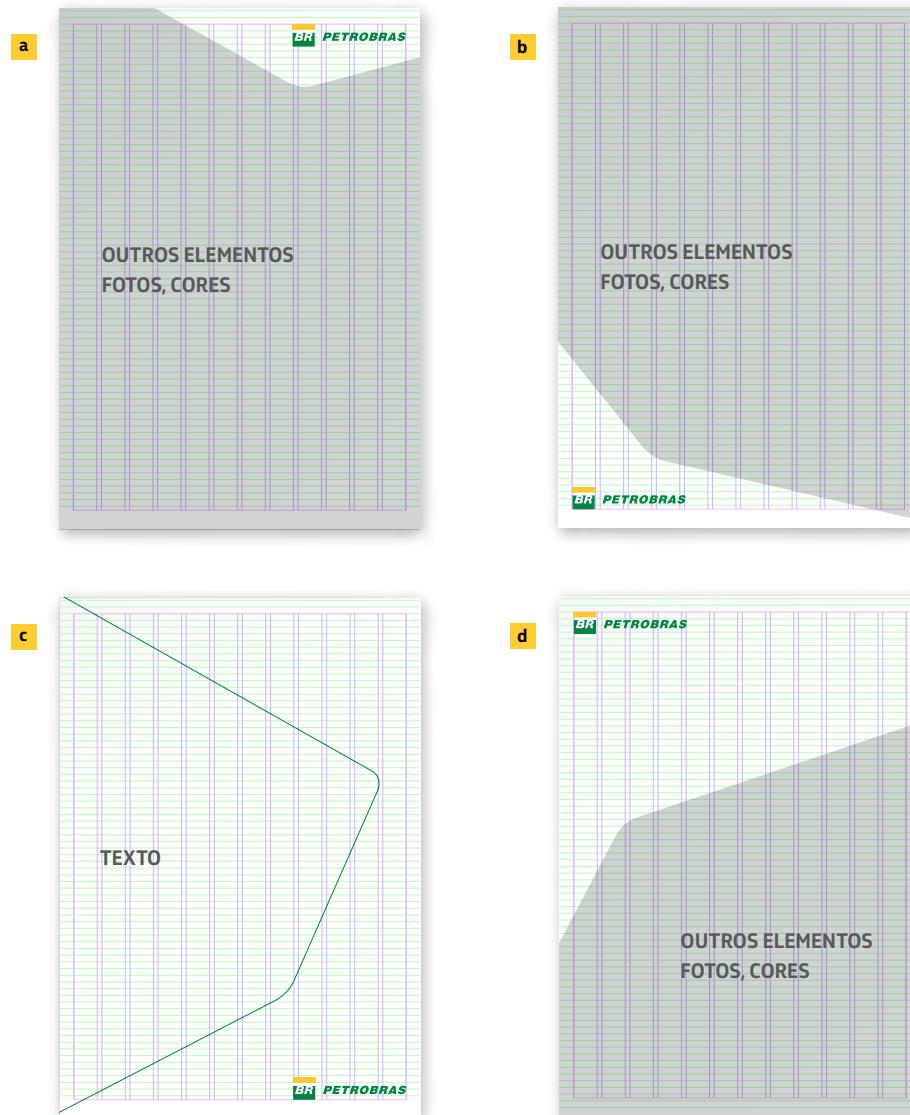
O branco pode estar em uma área menor do layout (a/b), ou de forma predominante (c) ou ainda, ocupando metade do layout (d).

Para detalhes sobre a posição de assinatura no layout, consulte o item 1.11.

#### IMPORTANTE:

**BRANCO É A COR DE FUNDO Padrão DO SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL. PORTANTO, A MARCA COLORIDA SÓ PODE SER APLICADA SOBRE O FUNDO BRANCO.**

Exemplos de layouts com o fundo de cor institucional branco



## 1.8 Fundos coloridos

Sobre fundos coloridos, use a marca monocromática. Mas, antes de utilizar esta versão, consulte a árvore de decisão (item 1.9) e aplicações especiais (item 1.10) para verificar se esta é a assinatura correta para o material.

### IMPORTANTE:

#### POSITIVA OU NEGATIVA

A LEGIBILIDADE É O PRINCIPAL CRITÉRIO PARA A ESCOLHA DA MARCA MONOCROMÁTICA. EM FUNDOS ESCUROS UTILIZE A MARCA EM BRANCO, EM FUNDOS CLAROS UTILIZE A MARCA EM PRETO E EM FUNDOS INTERMEDIÁRIOS, UTILIZE A MARCA MONOCROMÁTICA EM BRANCO OU EM PRETO.

#### Papel reciclado e kraft

Qualquer papel ou material que não seja branco é um fundo colorido: papéis kraft, reciclados, colorplus, entre outros.



### Fundos claros



### Fundos intermediários



#### O USO CORRETO

O contraste do fundo colorido intermediário permite a legibilidade da marca nas duas opções.

### Fundos escuros



#### X USO INCORRETO

A marca de exceção deixa de existir.

#### ! CASO ESPECIAL

A aplicação de marcas Petrobras sobre fundos vermelhos é restrita a casos especiais. Consulte a gerência setorial de Marcas.



## 1.8 Fundos coloridos / exemplos



- **USO CORRETO**  
Utilize a versão monocromática quando houver restrição técnica.

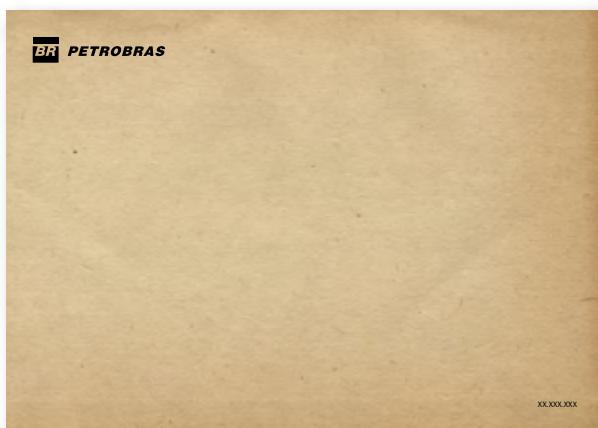


- **USO CORRETO**  
Utilize a versão monocromática em papéis coloridos ou com texturas.



✗ **USO INCORRETO**

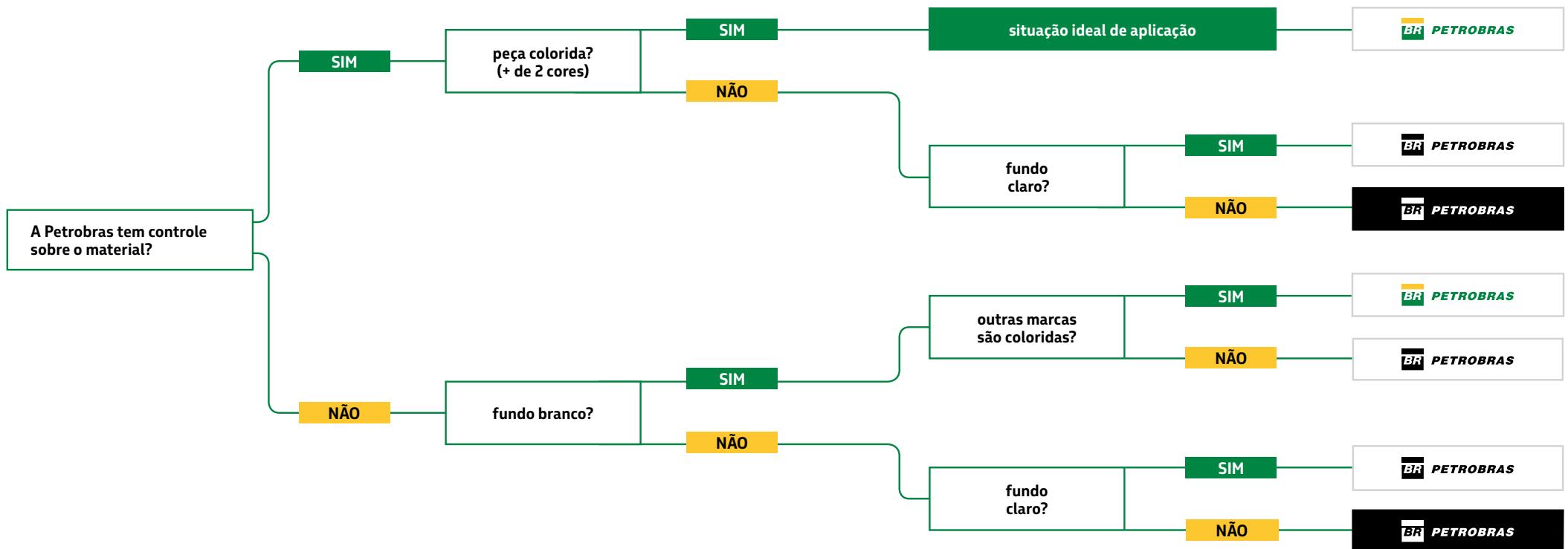
Não aplique a marca monocromática positiva em fundos escuros.



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

## 1.9 Árvore de decisão

Por meio de perguntas-chave, a árvore de decisão orienta a escolha da marca correta para cada aplicação. Caso a dúvida persista, entre em contato com a gerência setorial de Marcas.



Revisão 6

MANUAL DO SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL PETROBRAS

## 1.10 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.

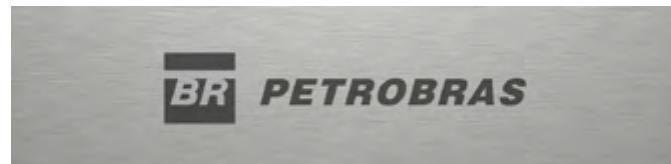


### ○ USO CORRETO

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

Neste caso, a aplicação da marca monocromática é em silkscreen preto ou bordada em tecido americano cru.

Simulações de aplicação da marca em metal, madeira, cimento e tecido.



a



b



c



d

### 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.

## 1.12 Convivência de marcas / Governo Federal / horizontal

A marca Petrobras deve estar à esquerda da marca do governo federal e seus ministérios.

As regras e condições de uso destas marcas devem ser consultadas em <http://www.secom.gov.br/>

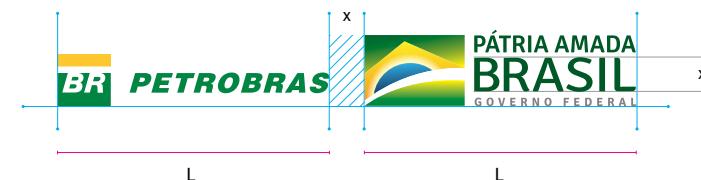
### IMPORTANTE:

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.

Convivência com marca do Governo Federal

L = As larguras das marcas são as mesmas na convivência das versões horizontais.

x = a altura do logotipo BRASIL define a distância mínima entre marcas



Convivência com marca do Governo Federal / Ministérios



## 1.12 Convivência de marcas / Governo Federal / vertical

A marca Petrobras deve estar acima da marca do governo federal e seus ministérios.

As regras e condições de uso destas marcas devem ser consultadas em <http://www.secom.gov.br/>

**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.

L = As larguras das marcas são as mesmas na convivência das versões horizontais.

x = a altura do logotipo BRASIL define a distância mínima entre marcas

Convivência com marca do Governo Federal



Convivência com marca do Governo Federal / Ministérios



## 1.12 Convivência de marcas / outras marcas / horizontal

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

### Esquema de construção

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e qualquer outra marca, utilize o diagrama de convivência (ao lado em azul).

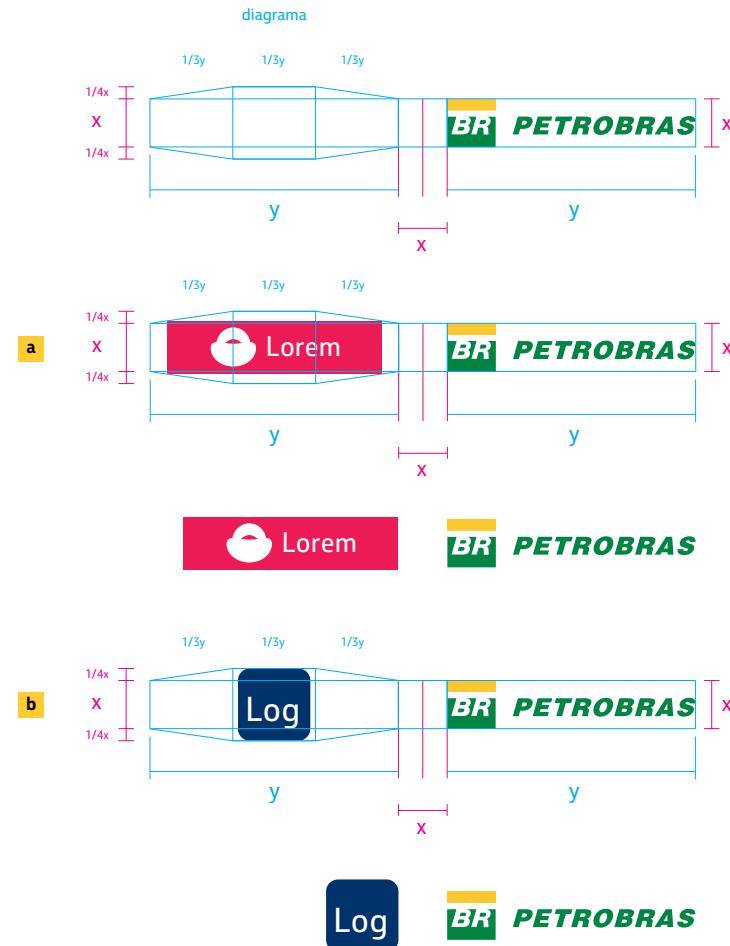
Ele foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca à esquerda, direita, acima ou abaixo.

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 suas proporções, ao ser colocada no diagrama, fica ligeiramente mais alta e menos larga, que a da Petrobras.

No exemplo (b), o formato quadrado da marca "Log" permite que sua altura seja maior do que a da marca Petrobras (x), sempre dentro do diagrama.

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.



## 1.12 Convivência de marcas / outras marcas / vertical

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

### Esquema de construção

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e qualquer outra marca, utilize o diagrama de convivência (ao lado em azul).

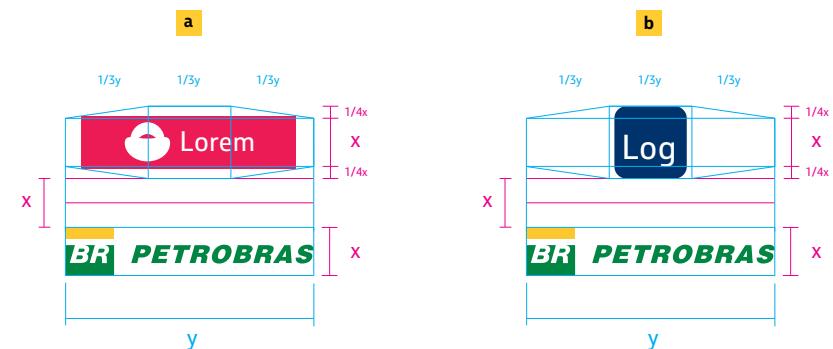
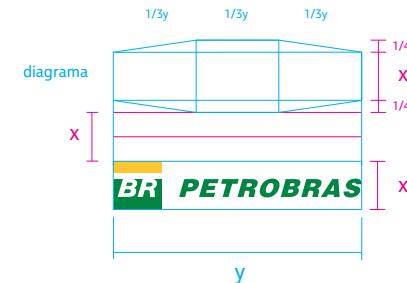
Em (a), a marca da empresa "Lorem", por suas proporções, ao ser colocada no diagrama, fica ligeiramente mais alta e menos larga, que a da Petrobras.

Ele foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca à esquerda, direita, acima ou abaixo.

No exemplo (b), o formato quadrado da marca "Log" permite que sua altura seja maior do que a da marca Petrobras (x), sempre dentro do diagrama.

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 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.



Log

– Lorem

BR PETROBRAS

BR PETROBRAS

## 1.13 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.



