

# 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 <b>Símbolo e logotipo</b> 07<br><br>1.2 <b>Assinaturas</b> 09<br><br>1.3 <b>Área de não-interferência</b> 11<br><br>1.4 <b>Redução máxima</b> 13<br><br>1.5 <b>Marca colorida</b> 15<br><br>1.6 <b>Marca monocromática em preto e branco</b> 17 | 1.7 <b>Marca monocromática em cores</b> 19<br><br>1.8 <b>Aplicações especiais</b> 21<br><br>1.0 <b>Posição de assinatura</b> 22<br><br>1.10 <b>Convivência de marcas</b> 25<br><br>1.11 <b>Usos incorretos</b> 36 |
|---|---|



## 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

**PETROBRAS**

#### IMPORTANTE:

#### CASOS ESPECIAIS

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

## 1.1 Símbolo e logotipo / exemplos



- **USO CORRETO**  
Use a marca com seus dois elementos.



- **USO CORRETO**  
Use a marca com seus dois elementos.



- ✗ **USO INCORRETO**  
Não utilize somente o símbolo.



- ✗ **USO INCORRETO**  
Não utilize somente o logotipo.

## 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.

**ESTA É A ASSINATURA  
PREFERENCIAL  
DA MARCA PETROBRAS.**

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.

ASSINATURA  
VERTICAL



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.

## 1.2 Assinaturas / exemplos



**○ USO CORRETO**

Utilize a assinatura horizontal em materiais de formato horizontal.



**○ USO CORRETO**

Utilize a assinatura vertical centralizada em materiais verticais, que tenham, no mínimo, altura 3 vezes maior que a largura.



**✗ USO INCORRETO**

Não utilize a assinatura horizontal em materiais verticais, que tenham, no mínimo, altura 3 vezes maior que a largura.



**✗ USO INCORRETO**

Não utilize a assinatura vertical em materiais horizontais.

## 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 de Marcas e Publicidade para análise e aprovação.*

### ASSINATURA HORIZONTAL

- preferencial -



caso especial

### ASSINATURA VERTICAL



caso especial

## 1.3 Área de não-interferência / exemplos



- **USO CORRETO**  
Casos especiais, como placas de campo de futebol, podem precisar da área de não-interferência reduzida (x/2). Antes de usá-la, consulte a Gerência de Marcas e Publicidade.



- **USO CORRETO**  
Respeite o limite da área de não-interferência da marca.



- ✗ **USO INCORRETO**  
Não invada, com qualquer elemento, a área de não-interferência.



- ✗ **USO INCORRETO**  
Não invada, com qualquer elemento, a área de não-interferência.

## 1.4 Redução máxima

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

Os tamanhos mínimos são os mesmos para marcas coloridas ou as suas respectivas versões monocromáticas.

### 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.

### 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.**

## 1.4 Redução máxima / exemplos



### ○ USO CORRETO

Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de itens estreitos como canetas.



### ○ USO CORRETO

A redução máxima é a mesma para a marca colorida ou para as versões monocromáticas



### ○ USO CORRETO

Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de itens pequenos como broches e pins.



### ✗ USO INCORRETO

Não reduza a marca além da medida mínima. A assinatura horizontal não deve ser inferior a 20 mm de largura.

## 1.5 Marca colorida

A marca colorida possui três padrões, e deve ser utilizada prioritariamente nos materiais que a Petrobras tenha o controle da criação. Importante destacar que ela só pode ser aplicada sobre fundo branco.



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.

### IMPORTANTE:

**NA MARCA PETROBRAS COLORIDA AS LETRAS BR E A SOBRETRARJA DO SÍMBOLO SÃO BRANCAS, NÃO VAZADAS.**

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

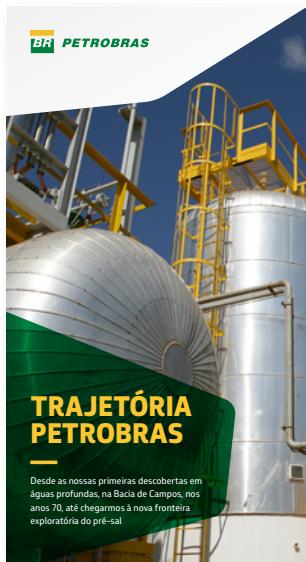
- 1 — **Revestido** — para papéis com revestimento, com aspecto brilhante, utilize a escala Pantone® Coated.  
 2 — **Não-revestido** — para papéis sem revestimento, com aspecto fosco, utilize a escala Pantone® Uncoated.

## 1.5 Marca colorida / exemplos



### ○ USO CORRETO

Utilize a marca colorida em materiais institucionais.



### ○ USO CORRETO

A marca colorida só pode estar sobre fundo branco.



### ○ USO CORRETO

Deixe sempre uma área branca para aplicar a marca.



### ✗ USO INCORRETO

Não aplique a marca colorida sobre qualquer cor que não seja o branco.



### ✗ USO INCORRETO

Não aplique a marca colorida sobre fundo de imagem.



### ✗ USO INCORRETO

Não aplique a marca colorida em papéis do tipo reciclado (bege) ou qualquer fundo que não seja branco.



### ✗ USO INCORRETO

Não aplique a marca colorida em papel kraft ou qualquer outra superfície que não seja branca.

## 1.6 Marca monocromática em preto e branco

A marca monocromática em preto e branco deve ser utilizada, excepcionalmente:

- Em casos onde a Petrobras não tenha controle da criação para definir o uso do fundo nas cores da paleta Petrobras;
- Em materiais com restrição técnica ao uso de cores, sendo permitido apenas na cor preta;
- Sobre fotos, sendo permitida apenas na cor branca;
- Sobre fundo verde Petrobras, sendo permitida apenas na cor branca.

MARCA  
EM PRETO



MARCA  
EM BRANCO



Cor



PRETO

BRANCO

CMYK

REVESTIDO	C0	M0	Y0	K100	C0	M0	Y0	K0
NÃO-REVESTIDO	C0	M0	Y0	K100	C0	M0	Y0	K0

MARCA EM 50% DE BRANCO



Aplicação sobre vídeo

MARCA EM PRETO



MARCA EM BRANCO



MARCA EM BRANCO



QUALQUER PAPEL  
OU MATERIAL  
QUE NÃO SEJA  
BRANCO É UM  
FUNDO COLORIDO:  
PAPÉIS KRAFT,  
RECICLADOS,  
COLORPLUS, ENTRE  
OUTROS. OPTE  
PELA VERSÃO DE  
MARCAS EM PRETO.

Digital

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

## 1.6 Marca monocromática em preto e branco / exemplos



### ○ USO CORRETO

Aplique a versão da marca negativa quando não houver possibilidade de aplicação sobre o fundo branco (ex: materiais de terceiros). Use a versão negativa sobre fundos de cor escura.



### ○ USO CORRETO

Utilize a versão da marca em preto quando este for o padrão utilizado pelas demais marcas em materiais de terceiros mesmo que o fundo seja branco.



### ✗ USO INCORRETO

Não aplique a versão da marca em preto sobre fundo branco em materiais sem restrição de cor e com criação sob controle da Petrobras.



### ○ USO CORRETO

Utilize a versão da marca em preto quando houver restrições técnicas para o uso de cores. Neste caso a versão da marca em preto deve ser aplicada mesmo que o fundo seja branco.



### ○ USO CORRETO

Utilize a versão da marca em preto em papéis coloridos ou com texturas.



### ○ USO CORRETO

Utilize a versão da marca em 50% de branco sobre vídeos.



### ✗ USO INCORRETO

Não escolha o fundo preto e a marca em negativo em materiais sem restrição de cor e com criação sob controle da Petrobras.

## 1.7 Marca monocromática em cores

A marca colorida continua sendo a versão preferencial e deve ser aplicada sempre que for possível. No entanto, em alguns casos excepcionais, como patrocínios esportivos, culturais, de inovação e eventos voltados ao público jovem, é permitida a aplicação da marca monocromática excepcionalmente nas cores verde Petrobras sobre fundos amarelo Petrobras, amarelo claro e verde claro, e amarelo Petrobras sobre verde Petrobras (para especificação das cores, ver capítulo 3 “Cores”).

A aplicação da marca monocromática colorida sobre fundo branco ou sobre outras cores da paleta diferentes das combinações ao lado não são permitidas.



- ✗ **USO INCORRETO**  
Se não existir restrição técnica de cores, (material em 2 ou mais cores ou digital) não há motivo para aplicar a versão monocromática sobre o fundo branco.

## 1.7 Marca monocromática em cores / exemplos

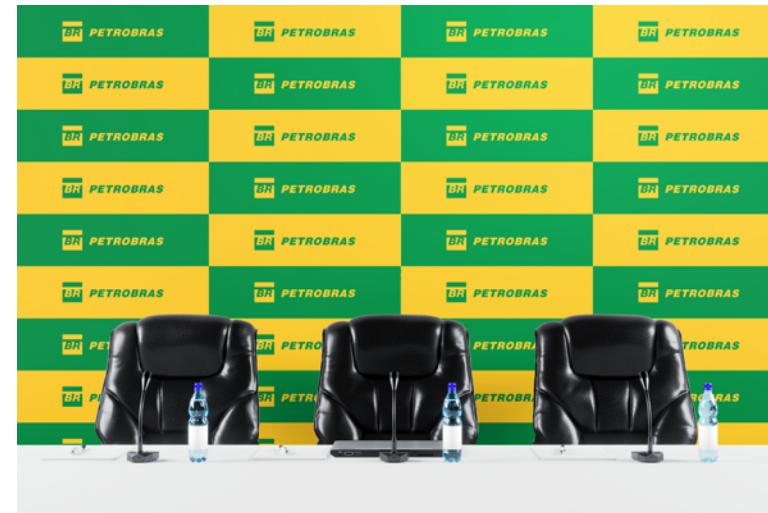
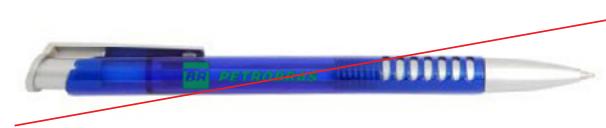


**○ USO CORRETO**

Utilize as versões monocromáticas para materiais com fundos coloridos.

**✗ USO INCORRETO**

Não aplique a marca monocromática verde em fundos escuros porque não há contraste.



**○ USO CORRETO**

Utilize as opções de marcas monocromáticas em cores em materiais como brindes ou em ações promocionais e de patrocínio que admitam informalidade.

## 1.8 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.

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.

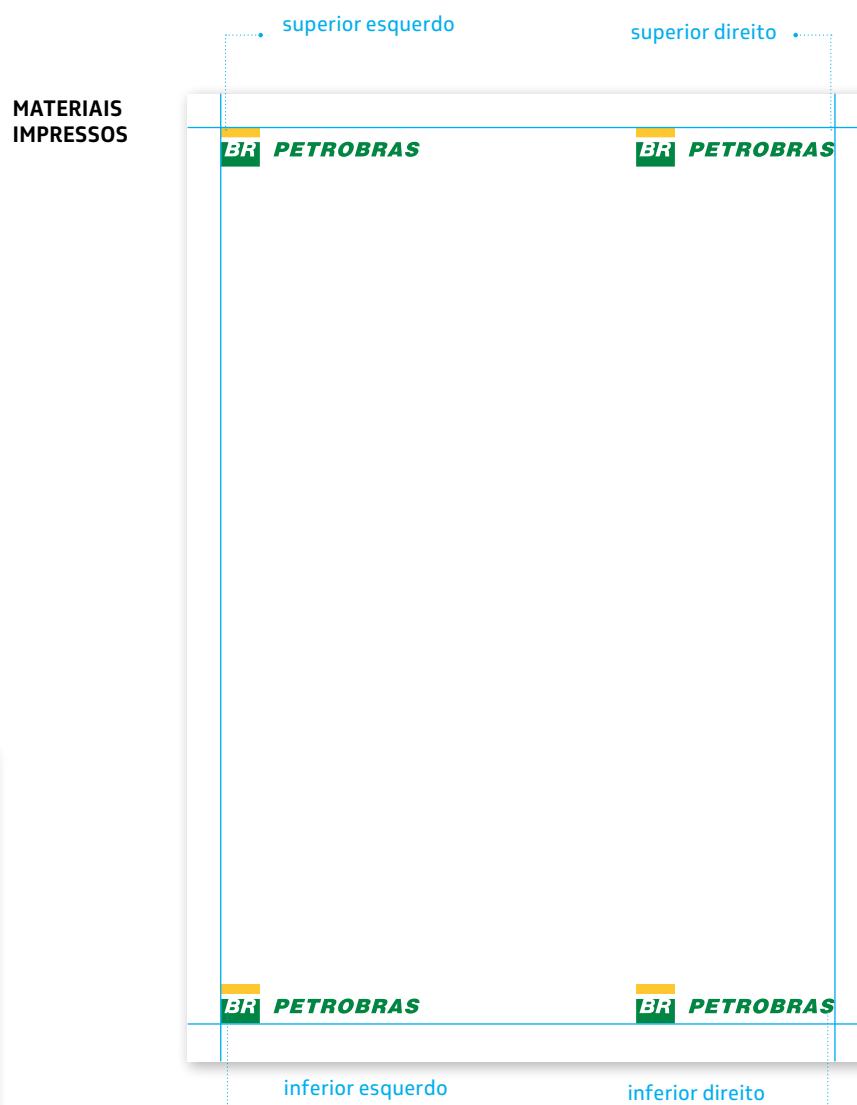
Aplicada em alto-relevo, madeira (b) ou cimento (c), assumirá o tom e a textura dos materiais.

No exemplo (d), a aplicação é em silkscreen branco sobre tecido verde, para melhor contraste.

## 1.9 Posição de assinatura / preferencial

Em materiais impressos, a marca pode estar em qualquer um dos quatro cantos do layout. Busque a posição que proporcione sua melhor proteção e visibilidade.

Em mídias digitais, como sites e blogs, utilize preferencialmente os cantos superiores.



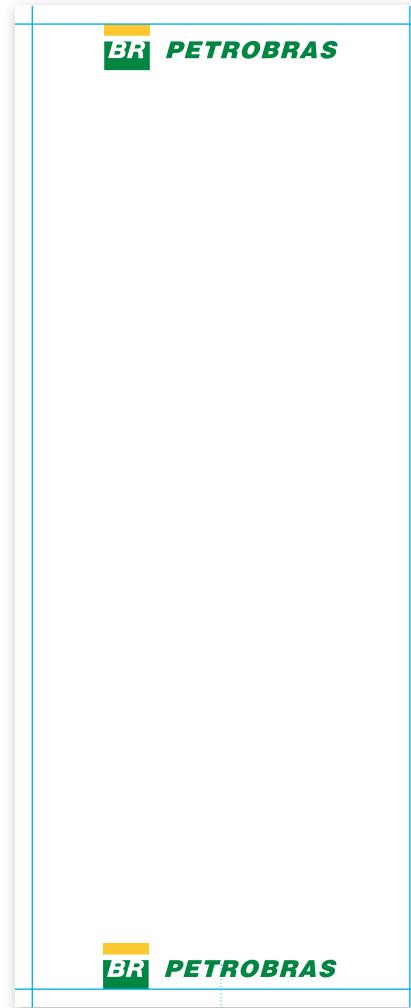
OBS: NESTES GRIDS A MARCA APARECE REPETIDA APENAS PARA ENTENDIMENTO DA REGRAS. A MARCA SÓ DEVE APARECER UMA VEZ EM CADA LAYOUT, EXCETO EM PAINÉIS BACKDROP EM QUE A REPETIÇÃO É NECESSÁRIA, CONFORME MANUAL ESPECÍFICO.

## 1.9 Posição de assinatura / alternativa

Em mídias digitais como filmes, a assinatura da marca deve ser centralizada na tela.

Em materiais impressos verticais em que a marca necessite ser aplicada com um tamanho maior, utilize-a centralizada no layout.

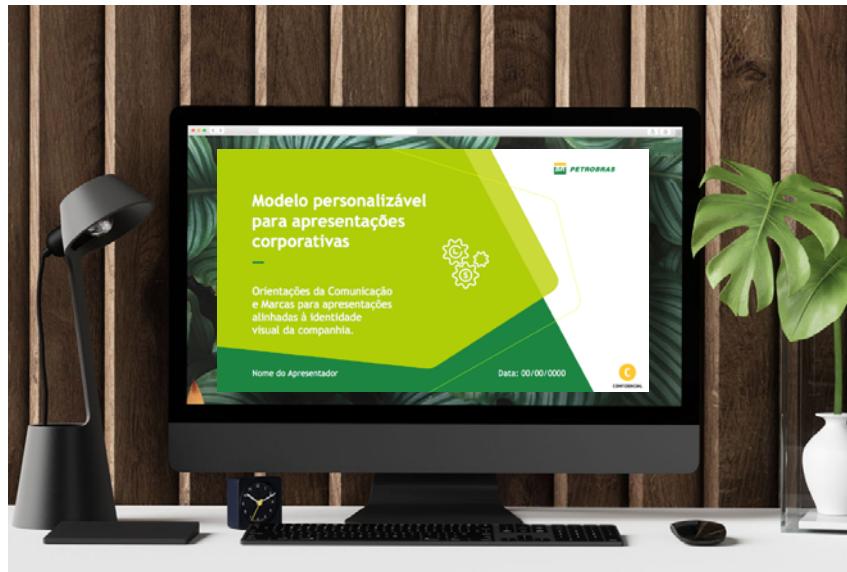
EXEMPLO DE ASSINATURA EM TOTEM (COM ALTURA INFERIOR A 3 VEZES A LARGURA)



EXEMPLO DE ASSINATURA EM FILMES E VÍDEOS



## 1.9 Posição de assinatura / exemplos



**○ USO CORRETO**

Utilize a marca nos cantos dos layouts em apresentações digitais e em sites da Petrobras, subsidiárias e licenciadas.



**○ USO CORRETO**

Utilize a marca centralizada em assinaturas de filmes e vídeos institucionais.



**✗ USO INCORRETO**

Não utilize a marca alinhada ao centro em peças em que poderiam ter a posição preferencial, isto é, em um dos cantos.

## 1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / horizontal

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

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e a maioria das outras marcas, utilize o diagrama de convivência padrão (ao lado em azul).

O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Petrobras.

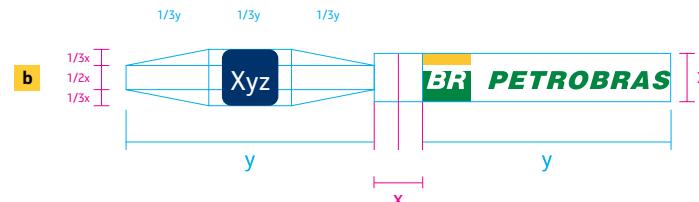
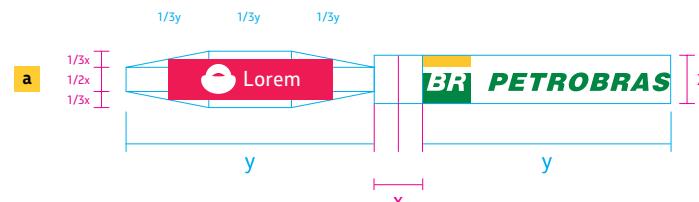
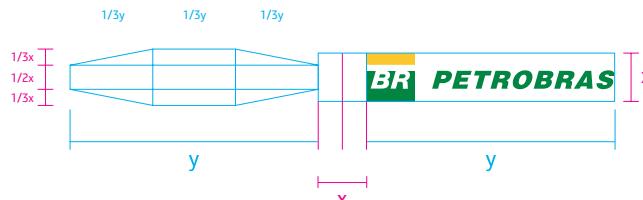
Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias. A primeira marca (a), vermelha, com formato horizontal e a segunda (b), azul, com formato quadrado.

Em (a), a marca da empresa "Lorem", por conta de suas proporções horizontais, fica menos alta e larga que a da Petrobras.

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

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.

diagrama padrão



## 1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / horizontal / exemplos



### 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.

## 1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / vertical

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

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e a maioria das outras marcas, utilize o diagrama de convivência padrão (ao lado em azul).

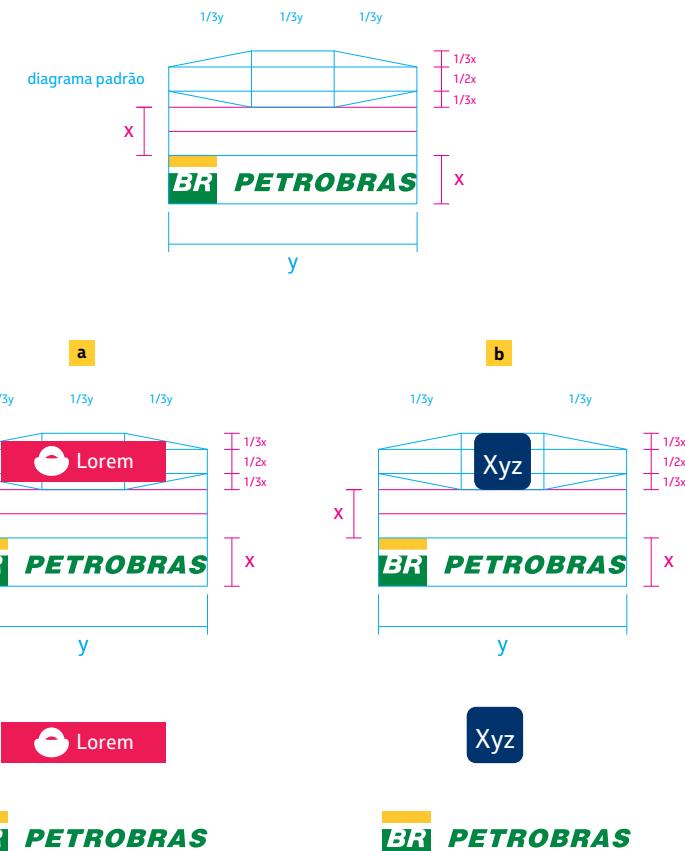
O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Petrobras e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Petrobras.

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.

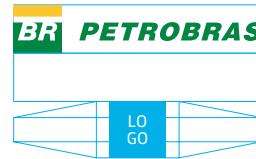
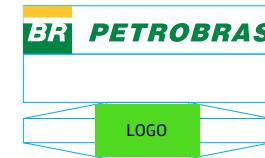
Em (a), a marca da empresa "Lorem", por conta de suas proporções horizontais, fica menos alta e larga que a da Petrobras.

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

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.



## 1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / vertical / exemplos



### 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.

## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / horizontal

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

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e marcas de formatos excepcionais, utilize o diagrama de convivência alternativo (ao lado em azul).

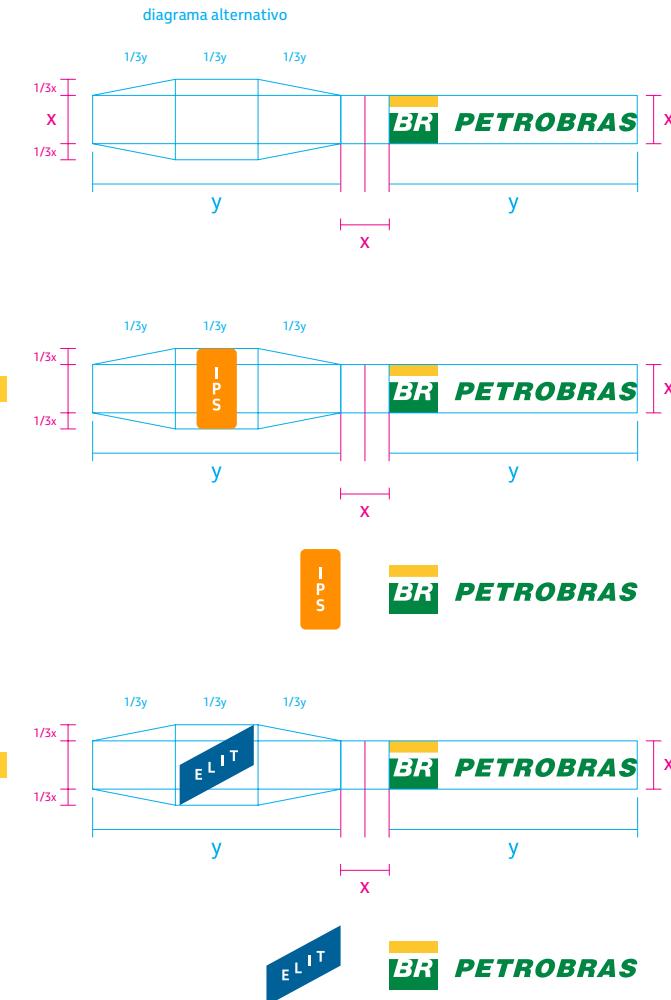
Em (a), a marca da empresa "IPS", por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

São considerados formatos excepcionais aqueles que fogem de proporções quadradas ou horizontais, como marcas de desenhos verticais ou diagonais.

Em (b), a marca da empresa "ELIT", por possuir proporções diagonais, também é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

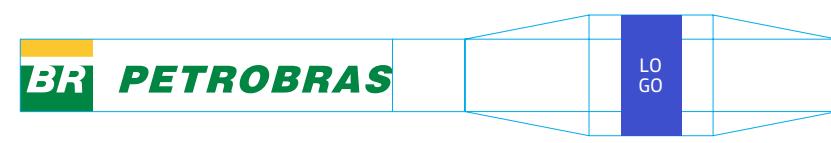
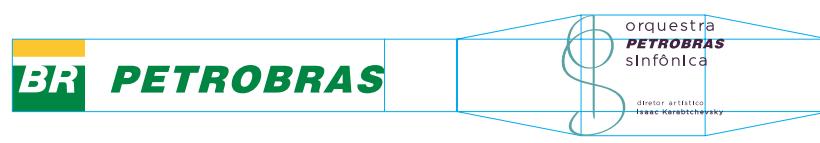
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados simultaneamente para adequar marcas de formatos distintos.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias de formatos excepcionais. A primeira marca (a), laranja, com formato vertical e a segunda (b), azul, com formato diagonal.



Em caso de dúvidas, consulte a Gerência de Marcas e Publicidade, fazendo uma solicitação pelo Catálogo de Serviços Petrobras (opção "Marcas e Reputação") ou pelo e-mail [canalmarca@petrobras.com.br](mailto:canalmarca@petrobras.com.br)

## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / horizontal / exemplos



## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / vertical

Ao aplicar marcas de formatos excepcionais em composições verticais, também utilize a marca preferencial, seguindo o diagrama ao lado.

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

Para um equilíbrio visual entre a marca Petrobras e marcas de formatos excepcionais, utilize o diagrama de convivência alternativo (ao lado em azul).

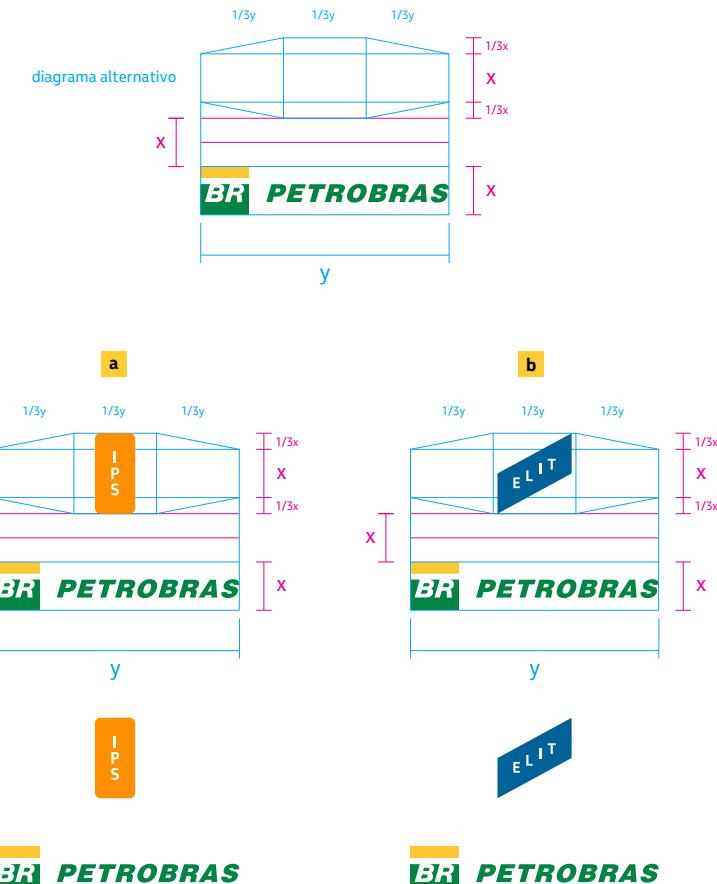
Em (a), a marca da empresa "IPS", por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

São considerados formatos excepcionais aqueles que fogem de proporções quadradas ou horizontais, como marcas de desenhos verticais ou diagonais.

Em (b), a marca da empresa "ELIT", por possuir proporções diagonais, também é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

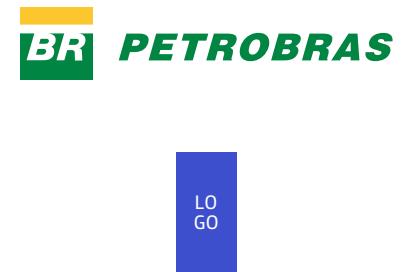
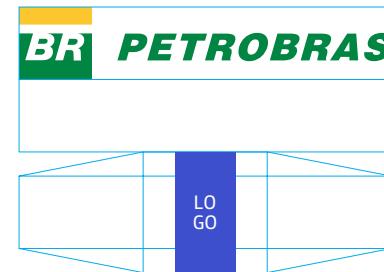
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados simultaneamente para adequar marcas de formatos distintos.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias de formatos excepcionais. A primeira marca (a), laranja, com formato vertical e a segunda (b), azul, com formato diagonal.



Em caso de dúvidas, consulte a Gerência de Marcas e Publicidade, fazendo uma solicitação pelo Catálogo de Serviços Petrobras (opção "Marcas e Reputação") ou pelo e-mail [canalmarca@petrobras.com.br](mailto:canalmarca@petrobras.com.br)

## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / vertical / exemplos

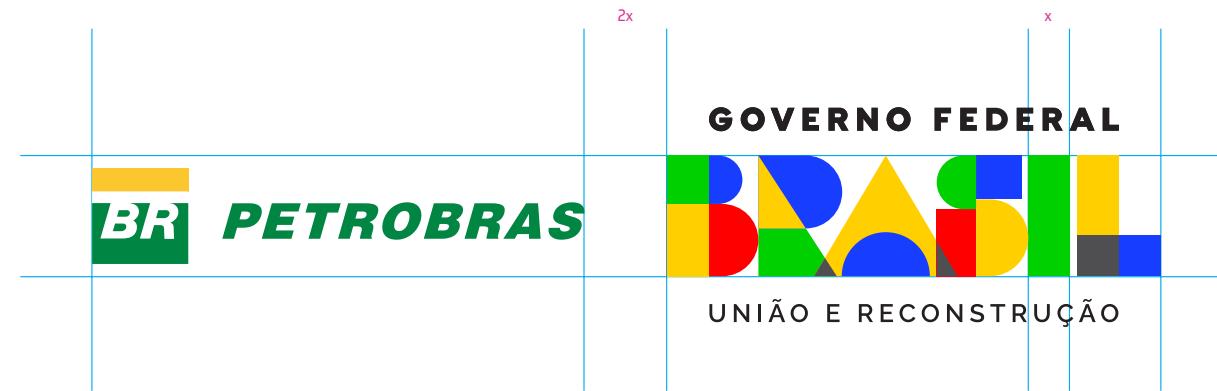


## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / governo federal / horizontal

Para a convivência entre a marca Petrobras e marca do Governo Federal, devem ser seguidas as orientações do Manual de uso da marca do Governo Federal, estabelecidas pela Secretaria de Comunicação Social do Governo.

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO HORIZONTAL

A marca Petrobras deve ter a mesma largura da marca nominativa do Governo Federal e deve estar alinhada ao centro da altura da palavra "BRASIL". As duas marcas devem ser separadas pelo dobro da largura da letra "I" de "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.



## 1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / governo federal / vertical

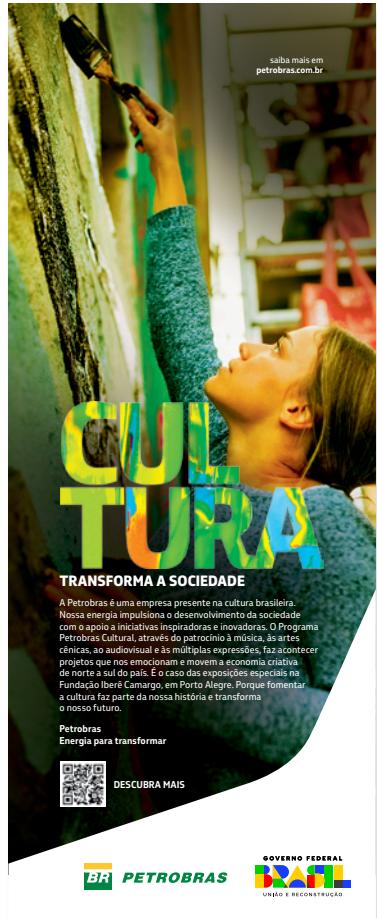
Para a convivência entre a marca Petrobras e marca do Governo Federal, devem ser seguidas as orientações do Manual de uso da marca do Governo Federal, estabelecidas pela Secretaria de Comunicação Social do Governo.

### ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO VERTICAL

A marca Petrobras deve ter a mesma largura da expressão "Governo Federal". As duas marcas devem ser separadas por distância equivalente ao dobro da largura da letra "I" de "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.



## 1.10 Convivência de marcas / exemplos



**USO CORRETO**  
Convivência de marcas  
Petrobras / governo federal /  
Ministério de Minas e Energia.



**USO CORRETO**  
Convivência de marcas  
Petrobras / governo federal.



**USO CORRETO**  
Convivência de marcas (horizontal)  
Petrobras / marca "Lorem" (a).



**USO CORRETO**  
Convivência de marcas  
(vertical) Petrobras / marca "Log" (b).

## 1.11 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.

