



Manual de Identidade Visual



M a n u a l d e I d e n t i d a d e V i s u a l

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 do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

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 este convívio.

A marca oficial do governo Lula 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 e Gestão Estratégica

A NOVA IDENTIDADE DO BRASIL

Para uma marca se estabelecer e ser facilmente reconhecida e distinguida das demais, ela precisa ter consistência e uniformidade em todos os seus momentos de aplicação. Para isso, desenvolvemos este manual. Nele você encontrará normas e diretrizes para a correta reprodução da marca **“Brasil, Um País de Todos”** nos mais diversos materiais de comunicação.

Obedecendo rigorosamente às diretrizes aqui estabelecidas, alcançaremos nossos objetivos que são a comunicação eficiente com o nosso público e a construção de uma **marca forte**.



Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca “Brasil, Um País de Todos”, desenvolvemos um grid que assegura a perfeita 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, bem como 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”, sendo a referência básica para a construção da marca. O módulo X se subdivide no módulo Y, que equivale a um terço de X. Estas medidas servem de referência para o posicionamento dos componentes da marca e não devem ser alteradas.



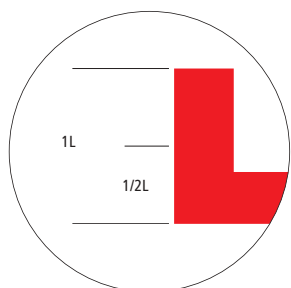
Aplicação da Marca

Reserva de Integridade

07

Para garantir a integridade e perfeita legibilidade da marca, a área em volta dela deve ficar livre de quaisquer elementos gráficos ou tipográficos. Para isso, deve ser reservada uma distância mínima das bordas externas da área ocupada pela marca. Desta 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, recomendamos utilizar, sempre que possível, uma reserva maior que o requisito mínimo.



Aplicação da Marca

Marca Completa e Simplificada

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. A marca completa “Brasil, Um País de Todos”,

com a assinatura “Governo Federal” deve ser a versão utilizada preferencialmente. Já a versão marca simplificada, sem a assinatura “Governo Federal” só será utilizada quando não for possível utilizar a versão marca completa.



Limite de Redução Marca Completa



5 cm

Limite de Redução Marca Simplificada



3 cm

Aplicação da Marca

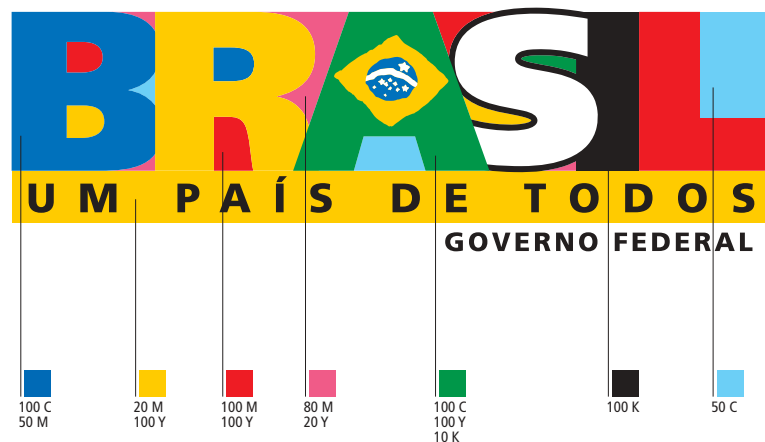
Versão Quadricromia (CMYK) e Versão Pantone

A cor, como um componente fundamental na identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta e consistente.

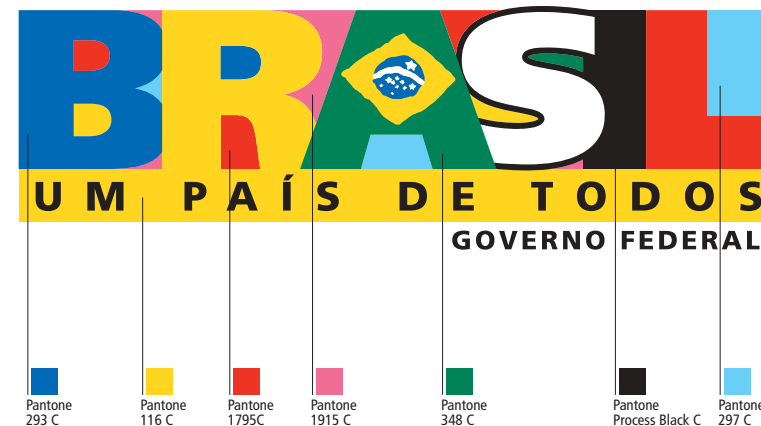
A marca "Brasil, Um País de Todos" possui 7 cores padrão. A versão quadricromia (CMYK) abaixo serve para orientar

a correta aplicação dessas cores tornando-as um meio rápido e eficaz de reconhecimento visual.

Versão Quadricromia (CMYK)



Versão Pantone

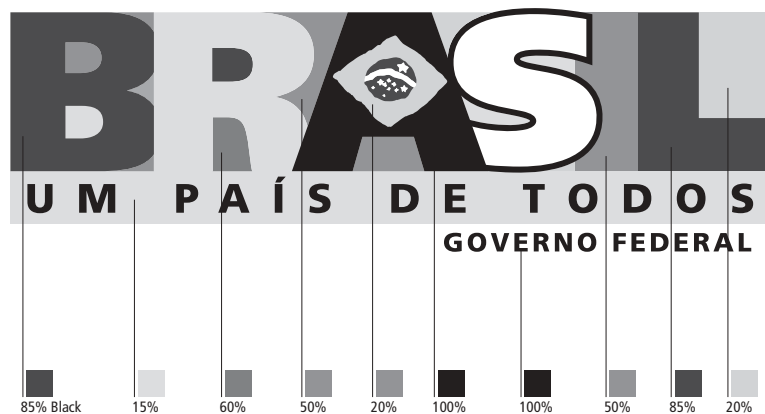


Aplicação da Marca

Versão Escala de Cinza

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

Versão Escala de Cinza



Limite de Redução Marca Completa



Limite de Redução Marca Simplificada

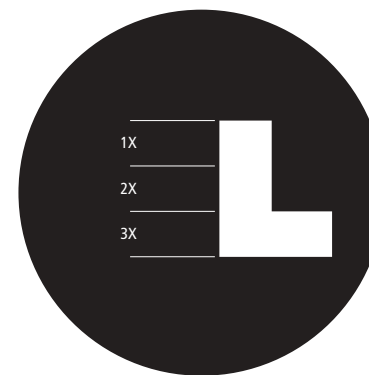


Aplicação da Marca

Versão Traço e Versão Negativo

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

Para a versão traço em fundo escuro, estabelecemos uma reserva de branco que equivale a 1 módulo de X nas suas extremidades.



Limite de Redução Marca Completa



Limite de Redução Marca Simplificada



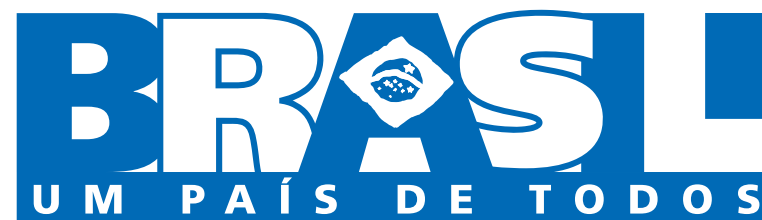
Aplicação da Marca

Aplicação de Cores na Versão Traço

Para a versão traço da marca, além da cor preta, admite-se, em casos especiais, as cores azul Pantone 293 C e o verde Pantone 348 C. Não será permitido o uso de outras cores que não as estabelecidas neste manual.



 Pantone 293 C



 Pantone 348 C



Aplicação da Marca

Aplicação sobre Fundos Escuros

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

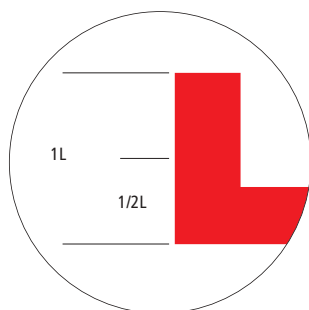


Aplicação da Marca

Assinatura Conjunta na Horizontal

A assinatura conjunta deve gerar sempre um visual uniforme e harmonioso. Foi adotada a fonte Frutiger Bold Condensed para assegurar a perfeita integração dos ministérios à marca principal. Os ministérios serão sempre compostos em 2 linhas

alinhadas à direita. A altura das 2 linhas será determinada pelo módulo L que equivale à altura da letra "L" da palavra Brasil. O corpo será sempre igual a seu entrelinhamento. Exemplo: Corpo 50/50. A marca secundária ficará sempre à esquerda da principal.



1L
Ministério
da Cultura



1/2L

1L
Ministério do Desenvolvimento
Indústria e Comércio Exterior



1/2L

Aplicação da Marca

Assinatura Conjunta na Vertical

15

A assinatura conjunta deve gerar sempre um visual uniforme e harmonioso. Foi adotada a fonte Frutiger Bold Condensed para assegurar a perfeita integração dos ministérios à marca principal. Os ministérios serão sempre compostos em 2 linhas

alinhadas à direita. A altura das 2 linhas será determinada pelo módulo L que equivale à altura da letra "L" da palavra Brasil. O corpo será sempre igual a seu entrelinhamento. Exemplo: Corpo 50/50. A marca secundária ficará sempre acima da principal.



A tipografia é outro componente imprescindível em uma identidade visual. Seu uso correto garante eficiência na comunicação e fortalece a unidade visual. Objetivando criar uma aparência consistente e facilmente identificável, foi selecionada como padrão gráfico a

família de tipos **Frutiger**. A Frutiger é uma fonte de desenho especial e de excelente legibilidade conferindo qualidade em todas as comunicações. Deve ser utilizada em folhetos, folders e todo o material de comunicação, impresso e publicitário.

Frutiger Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Frutiger Light

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789*

Frutiger Roman

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Frutiger Roman Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789*

Frutiger Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

Frutiger Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789***

Frutiger Black

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

Frutiger Condensed

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Frutiger Bold Condensed

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

Frutiger Black Condensed

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

A família tipográfica **Times** foi escolhida como tipografia de apoio. Seu desenho clássico e sua excelente legibilidade são perfeitos para as correspondências internas e externas. Tais como: cartas, circulares, press release, memorando, comunicados, etc.

Times New Roman

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Times New Roman Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789*

Times New Roman Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

Times New Roman Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789***

As placas e painéis são um eficiente meio de comunicação e, portanto, devem seguir o padrão aqui estabelecido para assegurar e reforçar a nossa identidade visual.

Programa Doação de Agasalhos

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing
Lorem ipsum dolor sit amet.

1/2L

**Município da
Baixa Grande**

1/2L

**Secretaria do
Nono Nononono**

1/2L

**Ministério da
Assistência e
Promoção Social**

1/2L



1/2L

Duplicação da Rodovia Régis Bittencourt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.



**GOVERNO DO ESTADO DE
SÃO PAULO**

**Ministério
dos Transportes**



1L

1/2L

1/2L

1L

Parque Ecológico Nacional

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.

Secretaria
No Nonono

Ministério do
Meio Ambiente



1L

1/2L

1/2L

1L



Combate à Fome em Guaribas

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing.



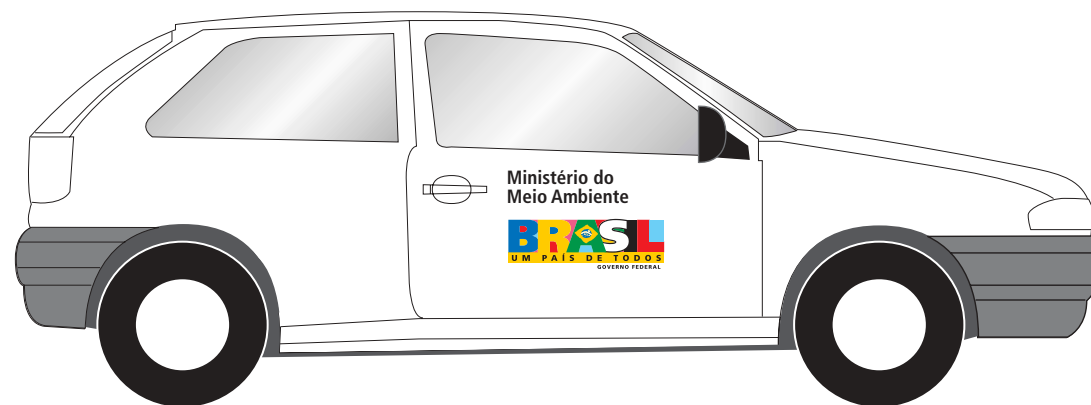
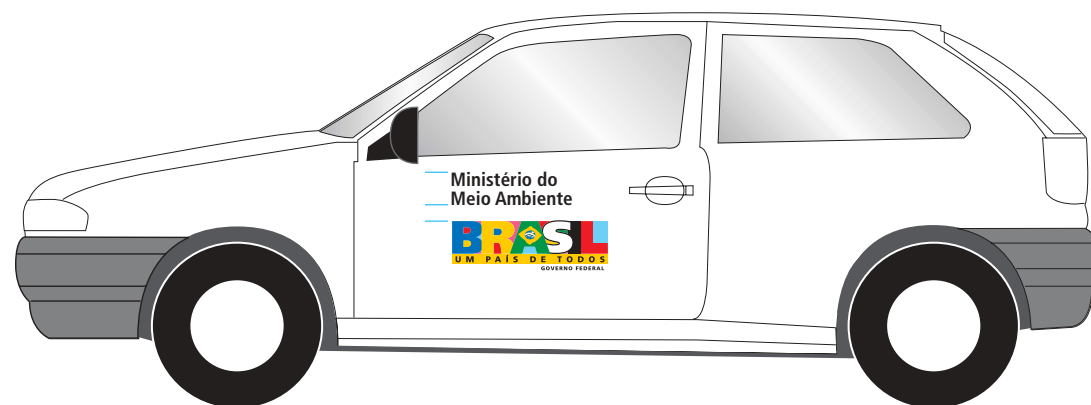
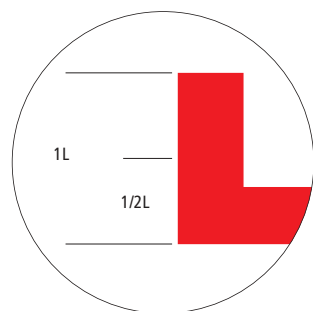
As fachadas são um eficiente meio de comunicação e, portanto, devem seguir o padrão aqui estabelecido para assegurar e reforçar a nossa identidade visual.



Aplicação da Marca

Frota - Gol

A frota é um eficiente meio de comunicação e, portanto, deve seguir o padrão aqui estabelecido para assegurar e reforçar a nossa identidade visual.



Esta versão da marca com volume destina-se apenas para aplicações onde a qualidade de impressão seja totalmente controlada e confiável.
Em peças como: anúncios, cartazes e folders.
Lembramos que esta versão é opcional.



Aplicação da Marca

Brindes

Os brindes são um eficaz meio de divulgação da marca e, portanto, devem seguir o padrão aqui estabelecido para assegurar e reforçar a identidade visual.





