

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 07

1.2 Assinaturas 09

1.3 Área de não-interferência 11

1.4 Redução máxima 13

1.5 Marca colorida 15

1.6 Marca monocromática
em preto e branco 17

1.7 Marca monocromática
em cores 19

1.8 Aplicações especiais 21

1.0 Posição de assinatura 22

1.10 Convivência de marcas 25

1.11 Usos incorretos 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

TRANSPETRO

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.

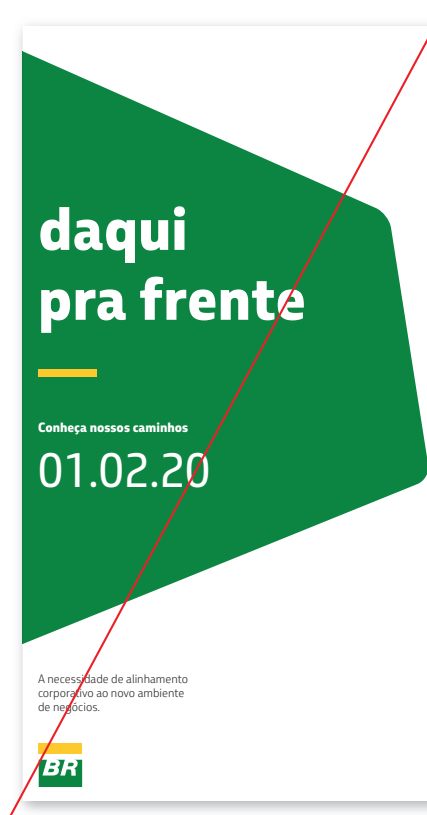
1.1 Símbolo e logotipo / exemplos



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

O símbolo à esquerda com o logotipo à direita.

Esta é a assinatura preferencial da marca Transpetro.



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.

IMPORTANTE:

A PROPORÇÃO SÍMBOLO/LOGOTIPO É DIFERENTE NAS ASSINATURAS VERTICAL E HORIZONTAL. POR ISSO, SEMPRE USE ARQUIVOS ORIGINAIS.

Assinatura horizontal

- preferencial -



alinhamento pela base do BR

Assinatura vertical

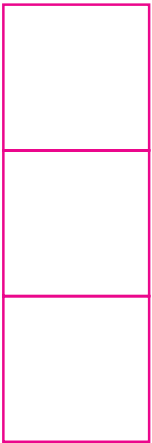


alinhamento centralizado com o logotipo menor na comparação com a assinatura horizontal

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

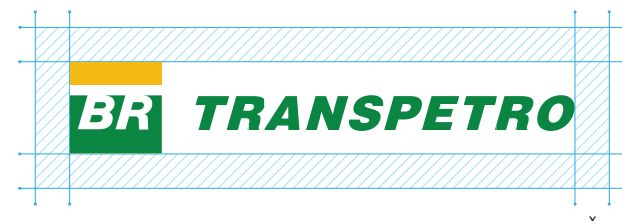
A área de não-interferência é reduzida, definida como $x/2$.

Exemplos: placa de campo ou avatar em mídias digitais.

Todos os casos especiais identificados devem ser submetidos à Coordenação de Promoções e Eventos para análise e aprovação.

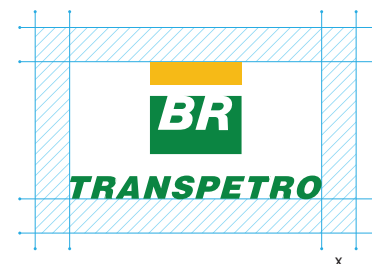
Assinatura horizontal

- 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.

TECNOLOGIAS PIONEIRAS DO PRÉ-SAL



USO INCORRETO

Não invada, com qualquer elemento, a área de não-interferência.



HARMONIA com o meio ambiente 2020

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.

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

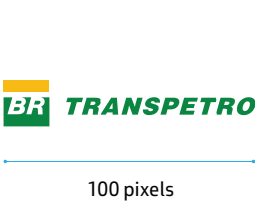


Assinatura vertical



Mídia digital

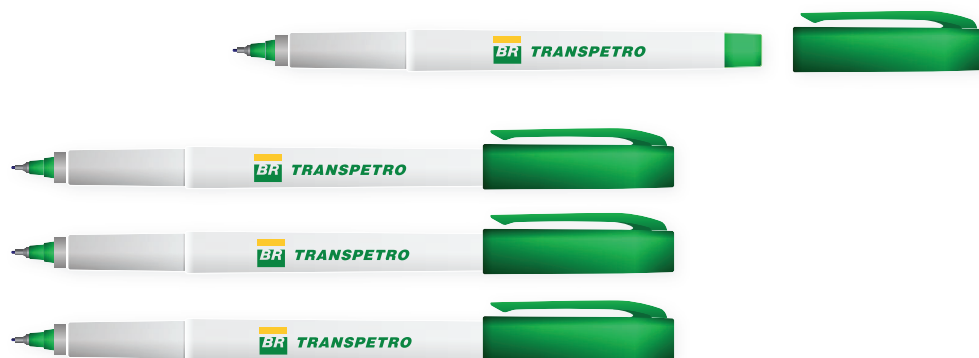
Assinatura horizontal



Assinatura vertical



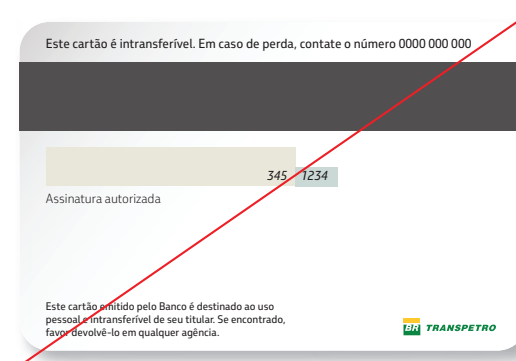
1.4 Redução máxima / exemplos



- USO CORRETO**
Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de itens estreitos como canetas.



- USO CORRETO**
Respeite o limite de redução máxima no desenvolvimento de brindes 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 Transpetro tenha o controle da criação. Importante destacar que ela só pode ser aplicada sobre fundo branco.



PANTONE®

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.



CMYK

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.



DIGITAL

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 TRANSPETRO COLORIDA AS LETRAS BR E A SOBRETARJA DO SÍMBOLO SÃO BRANCAS, NÃO VAZADAS.

MARCA
COLORIDA



Cor			
	VERDE PETROBRAS	AMARELO PETROBRAS	BRANCO

Pantone®

REVESTIDO¹	PANTONE® 348 C	PANTONE® 123 C	-
NÃO-REVESTIDO²	PANTONE® 355 U	PANTONE® 108 U	-

CMYK

REVESTIDO¹	C100	M0	Y90	K20	C0	M20	Y90	K0	C0	M0	Y0	K0
NÃO-REVESTIDO²	C80	M0	Y90	K0	C0	M10	Y95	K0	C0	M0	Y0	K0

Digital

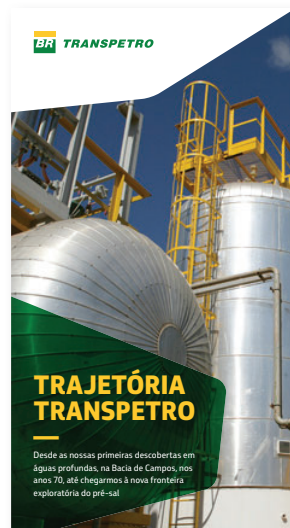
RGB	R0	G133	B66	R253	G200	B47	R255	G255	B255
HEXADECIMAL	# 00 85 42			# FD C8 2F			# FF FF FF		

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.



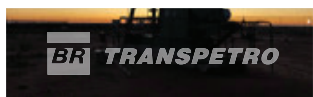
USO INCORRETO
Não aplique a marca colorida sobre qualquer cor que não seja o branco.

1.6 Marca monocromática em preto e branco

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

- Em casos onde a Transpetro 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 50% DE BRANCO

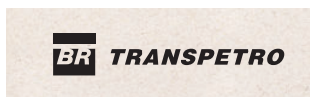


Aplicação sobre vídeo

MARCA EM BRANCO



MARCA EM PRETO



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 MARCA EM PRETO.

MARCA EM PRETO



MARCA EM BRANCO



Cor

PRETO

BRANCO

CMYK

REVESTIDO	CO	MO	YO	K100	CO	MO	YO	K0
NÃO-REVESTIDO	CO	MO	YO	K100	CO	MO	YO	K0

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.



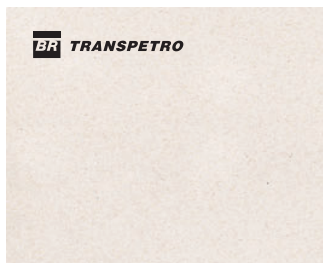
USO CORRETO
 Utilize a versão da marca em preto quando este for o padrão utilizado pelas demais marcas em materiais de terceiros mesmo que o fundo seja branco.



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 Transpetro.



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.

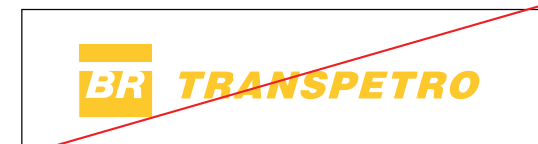


USO INCORRETO
 Não escolha o fundo preto e a marca em negativo em materiais sem restrição de cor e com criação sob controle da Transpetro.

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.



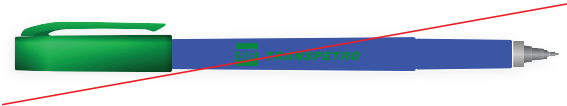
✗ USO INCORRETO
Se não existir restrição técnica de cores, (material em 2 ou mais cores ou digital) não há motivo para aplicar a versão monocromática sobre o fundo branco.

1.7 Marca monocromática em cores / exemplos



USO CORRETO
Utilize as versões monocromática 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

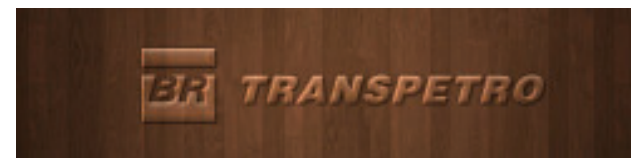
Utilize a marca monocromática em qualquer superfície que não seja branca.

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

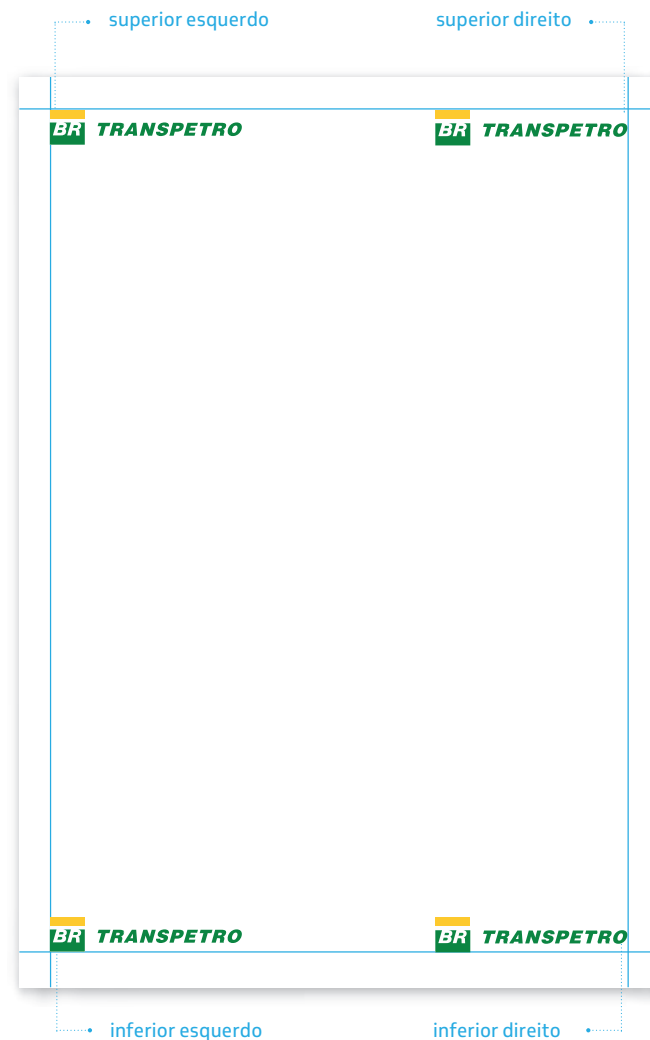
Em materiais impressos, a marca pode estar em qualquer um dos quatro cantos do layout. Busque a posição que proporcione sua melhor proteção e visibilidade.

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

Mídia digital



Materiais impressos



OBS: NESTES GRIDS A MARCA APARECE REPETIDA APENAS PARA ENTENDIMENTO DA REGRA. 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

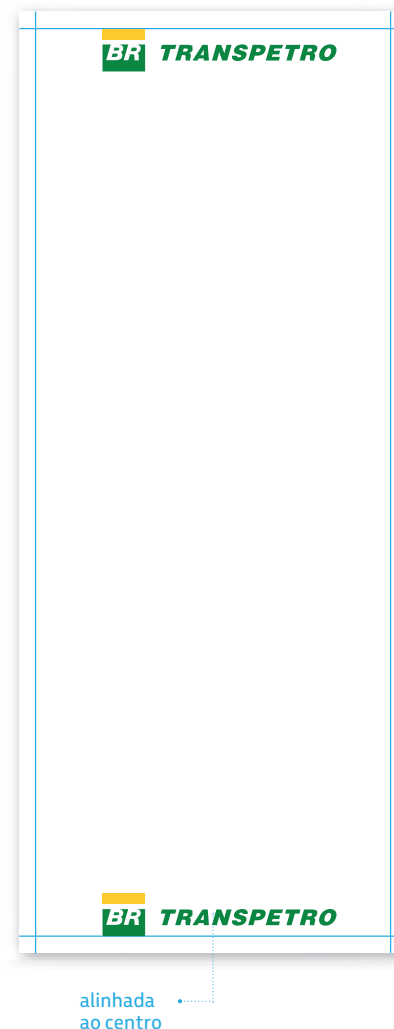
Em mídias digitais como filmes, a assinatura da marca deve ser centralizada na tela.

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

Exemplo de
assinatura em
filmes e vídeos



Exemplo de
assinatura em
totem (com altura
inferior a 3 vezes
a largura)



1.9 Posição de assinatura / exemplos



- USO CORRETO**
Utilize a marca nos cantos dos layouts em apresentações digitais e no site da Transpetro.



- 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 Transpetro e a maioria das marcas de outras empresas, siga o diagrama ao lado.

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

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

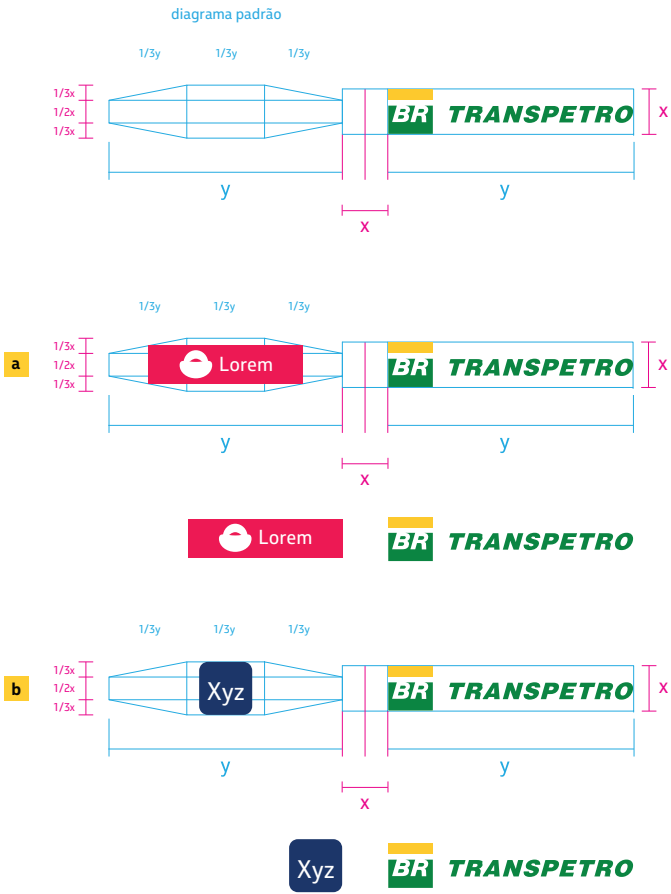
O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Transpetro e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Transpetro.

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 Transpetro.

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

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Transpetro (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / horizontal / exemplos



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 Transpetro e a maioria das outras marcas, utilize o diagrama de convivência padrão (ao lado em azul).

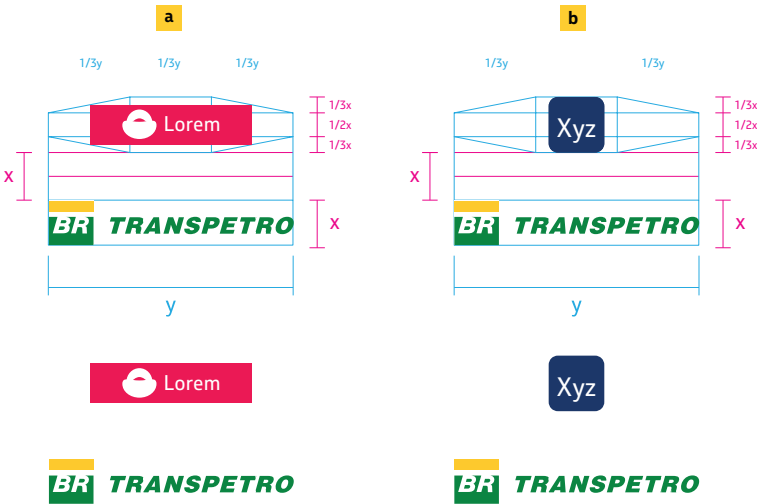
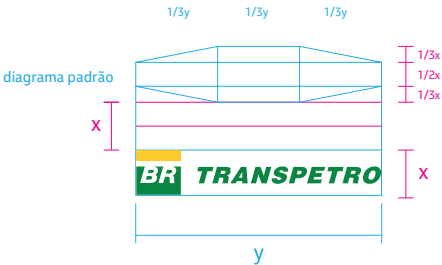
O diagrama padrão foi definido a partir da largura e da altura da marca Transpetro e sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca de formato quadrado ou horizontal colocado à esquerda, direita, acima ou abaixo da marca Transpetro.

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.

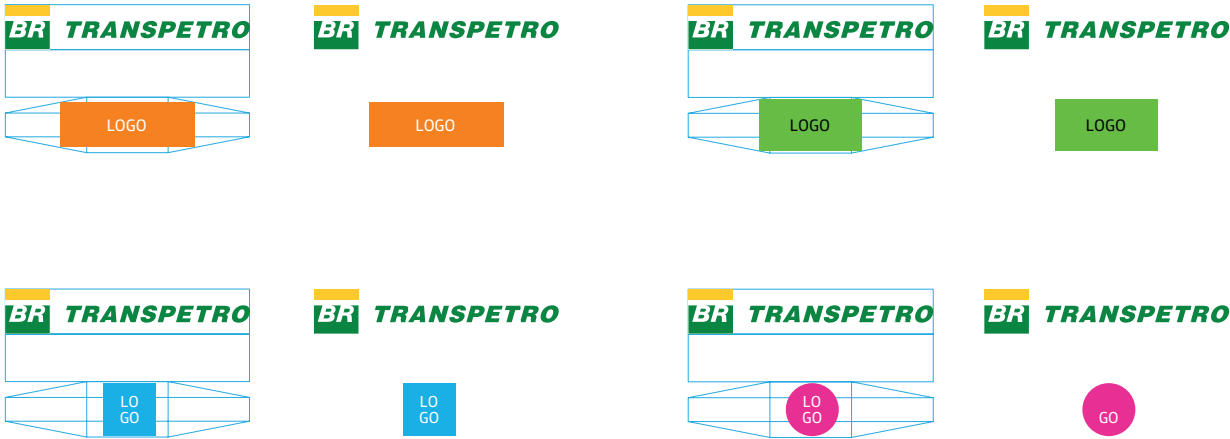
Em (a), a marca da empresa "Lorem", por conta de suas proporções horizontais, fica menos alta e larga que a da Transpetro.

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

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Transpetro (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.10 Convivência de marcas / diagrama padrão / vertical / exemplos



1.10 Convivência de marcas / casos excepcionais / horizontal

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

ESQUEMA DE CONSTRUÇÃO

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

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

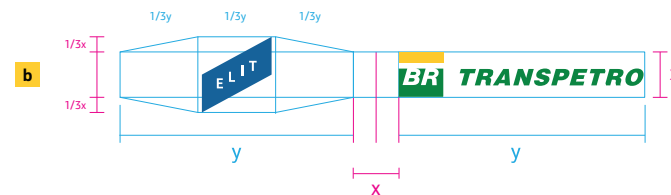
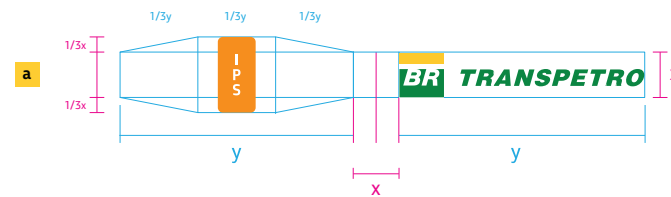
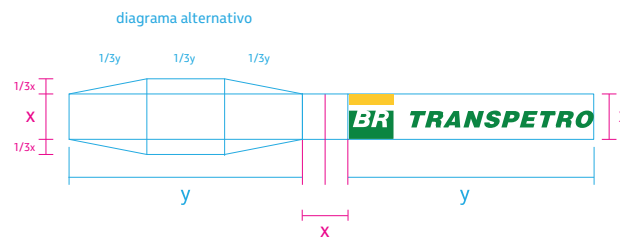
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados simultaneamente para adequar marcas de formatos distintos.

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.

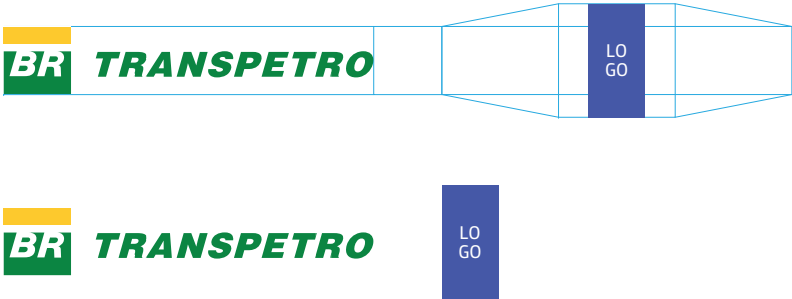
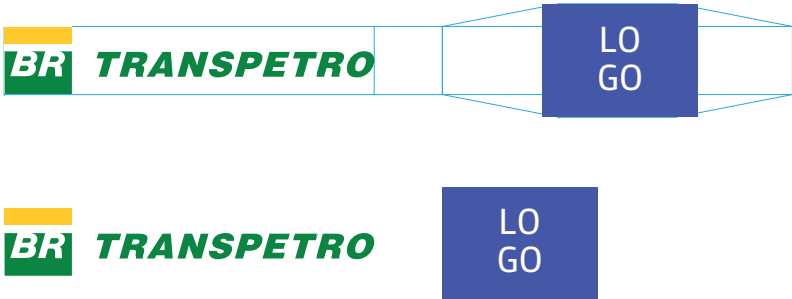
Em (a), a marca da empresa "IPS", por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Transpetro seguindo o diagrama alternativo.

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

Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca Transpetro (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



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).

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

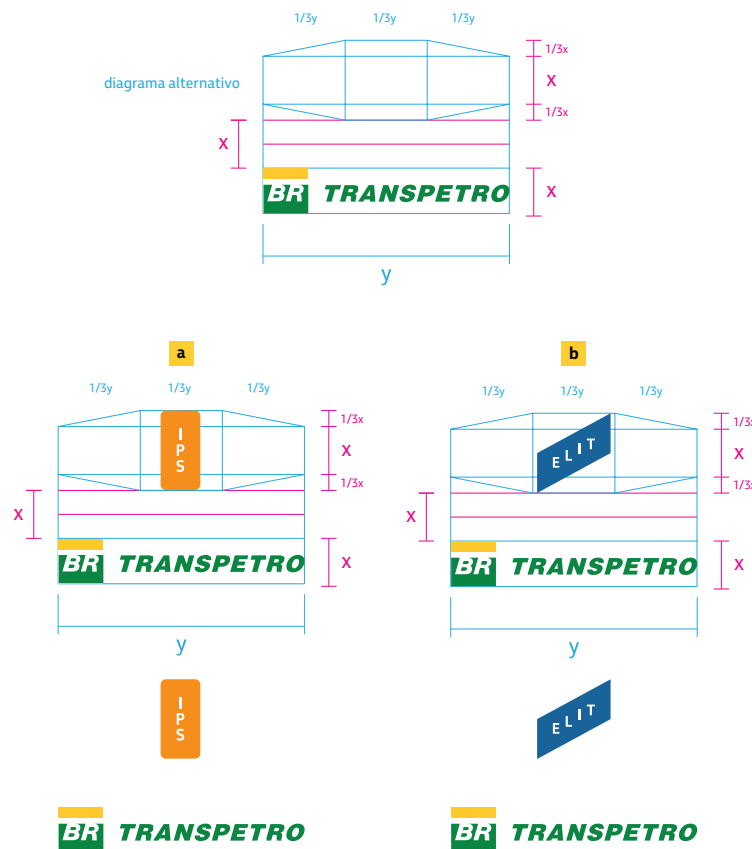
É importante ressaltar que o diagrama alternativo serve como um complemento aos casos não cobertos pelo diagrama padrão. Ou seja, é possível que ambos os diagramas sejam utilizados simultaneamente para adequar marcas de formatos distintos.

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.

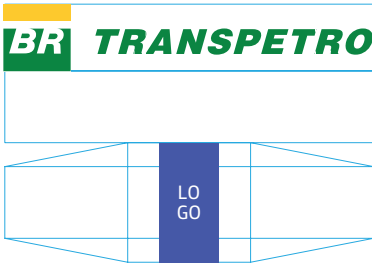
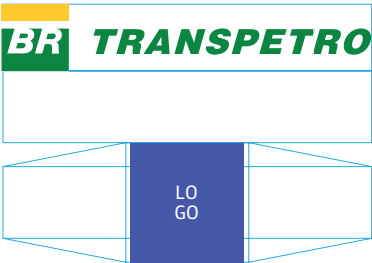
Em (a), a marca da empresa “IPS”, por possuir proporções verticais, é colocada ao lado da marca Petrobras seguindo o diagrama alternativo.

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

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 / casos excepcionais / vertical / exemplos



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

Para a convivência entre a marca Transpetro 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.

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

Para a convivência entre a marca Transpetro 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.

1.10 Convivência de marcas / exemplos



- USO CORRETO**
Convivência de marcas (horizontal)
Transpetro / 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.

