

MANUAL  
DE USO DA  
MARCA DO  
GOVERNO FEDERAL

---

**PATROCÍNIO**

v. 2 - ABR/2026

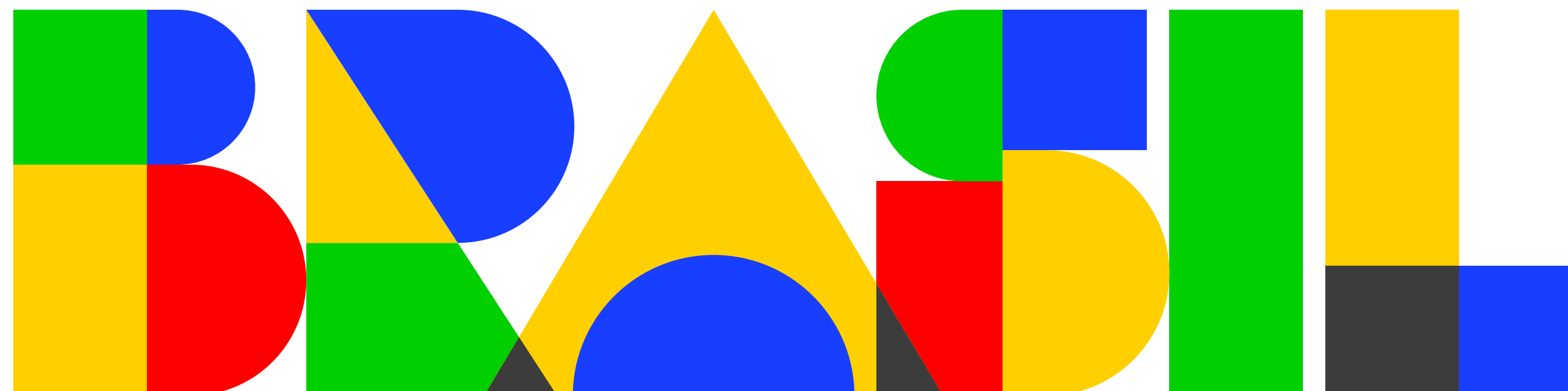
MANUAL DE USO DA  
MARCA DO GOVERNO FEDERAL  
**PATROCÍNIO**

<a href="#"><u>MARCA NOMINATIVA</u></a> .....	3
<a href="#"><u>ASSINATURA DE MARCAS DO GOVERNO FEDERAL EM PATROCÍNIOS</u></a> .....	4-5
<a href="#"><u>CAIXA DE PROTEÇÃO – ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA</u></a> .....	6
<a href="#"><u>LIMITE DE REDUÇÃO</u></a> .....	7
<a href="#"><u>APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS</u></a> .....	8
<a href="#"><u>APLICAÇÃO EM FUNDO INSTÁVEL</u></a> .....	9
<a href="#"><u>VERSÃO MONOCROMÁTICA – LINHA</u></a> .....	10
<a href="#"><u>VERSÃO MONOCROMÁTICA POSITIVA EM PRETO</u></a> .....	11
<a href="#"><u>VERSÃO MONOCROMÁTICA NEGATIVA EM BRANCO</u></a> .....	12
<a href="#"><u>VERSÃO ESPECIAL EM FUNDOS ESCUROS</u></a> .....	13
<a href="#"><u>APLICAÇÃO HORIZONTAL</u></a> .....	14-17
<a href="#"><u>APLICAÇÃO VERTICAL</u></a> .....	18-22
<a href="#"><u>MARCA GOVERNO FEDERAL + MARCA DE EMPRESA PÚBLICA, SOCIEDADE DE ECONOMIA MISTA OU OUTROS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO INDIRETA EM FUNDO BRANCO</u></a> .....	23
<a href="#"><u>APLICAÇÃO DE MARCAS DE PROGRAMAS DE GOVERNO E DE CAMPANHAS DE MOBILIZAÇÃO</u></a> .....	24
<a href="#"><u>ASSINATURA DE PEÇAS COM OS SELOS E MARCAS DAS LEIS DE INCENTIVO</u></a> .....	25-28
<a href="#"><u>ASSINATURA DE PEÇAS DE AÇÕES INCENTIVADAS PELA LEI ROUANET</u></a> .....	29
<a href="#"><u>ASSINATURA EM AÇÕES DE CENTROS CULTURAIS</u></a> .....	30

## MARCA NOMINATIVA

Vibrante, colorida e diversa como o nosso país, a marca nominativa foi criada e inspirada nas cores e formas da nossa bandeira, unidas ao vermelho e preto para representar a nossa diversidade. Nas versões mono ou policromática, as formas geométricas, linhas e interseções que compõem as letras remetem ao conceito do novo governo: **UNIÃO E RECONSTRUÇÃO**. A tipografia é formada por uma mancha gráfica composta pelo uso estilizado de elementos da bandeira nacional, como o triângulo apontando para cima e o círculo azul central.

A obrigatoriedade do uso da marca do Governo Federal nas ações patrocinadas por órgãos e entidades vinculados ao Poder Executivo Federal está disciplinada na INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 2, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2019.



## ASSINATURA DE MARCAS DO GOVERNO FEDERAL EM PATROCÍNIOS

É recomendável que todas as marcas de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal sejam assinadas juntas, com o mesmo status de participação. Com as assinaturas em bloco único, evita-se a repetição da marca do Governo Federal em uma mesma peça, além de facilitar a identificação do patrocínio para o leitor.

Na hora de definir quais e como as assinaturas serão aplicadas, a principal regra é: use o bom senso.

O excesso de marcas prejudica a estética da peça e não traz benefício nem ao patrocinador, nem ao patrocinado.

## ASSINATURA DE MARCAS DO GOVERNO FEDERAL EM PATROCÍNIOS

No caso das assinaturas de órgãos e entidades, utilizar junto com a marca do Governo Federal as marcas dos que patrocinam ou participam diretamente do evento (exemplo 1).

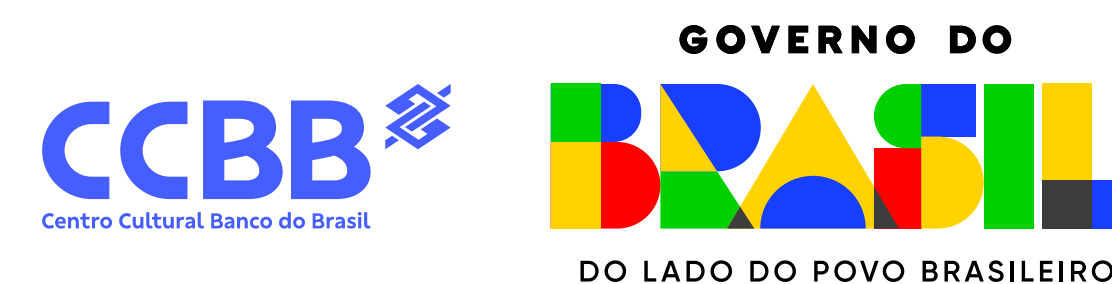
Também não é recomendável a aplicação de mais de uma marca do mesmo órgão ou entidade (exemplo 2), a não ser que isso faça parte da estratégia de comunicação (exemplo 3).

A inserção de marcas, selos e/ou nomes de entidades deve seguir sempre a ordem ascendente de importância da esquerda para direita (em assinaturas horizontais) e de cima para baixo (em assinaturas verticais). Ou seja, a marca do Governo Federal deve ser sempre a última à direita em assinaturas horizontais, e abaixo de todas as outras em assinaturas verticais.

**Exemplo 1** – No cartaz de filme patrocinado pela Petrobras (empresa ligada ao Ministério de Minas e Energia), é opcional a aplicação da assinatura do ministério, se ele não estiver envolvido diretamente nesse patrocínio.



**Exemplo 2** – No pôster de exposição no Centro Cultural Banco do Brasil, não é obrigatório aplicar a assinatura do Banco do Brasil, bastando as marcas do Centro Cultural e do Governo Federal. Exceção para os casos em que a estratégia de comunicação do patrocinador estabelecer essa necessidade.



**Exemplo 3** – Na placa de reforma de um teatro, podem ser aplicadas as marcas do Banco do Brasil e de sua subsidiária Fundação BB, caso isso seja fundamental para o cumprimento da estratégia de comunicação da entidade patrocinadora.



## CAIXA DE PROTEÇÃO ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Deve-se manter uma área de não interferência em torno da marca do Governo Federal, como distância mínima entre a marca e qualquer outro elemento visual. A distância mínima a ser respeitada está demonstrada no diagrama ao lado. Entretanto, recomenda-se reservar, sempre que possível, espaçamento maior que a área mínima.

**Atenção:** em assinaturas conjuntas, nenhuma outra marca pode ser mais alta e/ou ter o comprimento maior que a marca nominativa do Governo Federal.



X = ALTURA DA LETRA "I"

## LIMITE DE REDUÇÃO

Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca do Governo Federal, sua aplicação em meios impressos não deve adotar comprimento inferior a 3,5 cm (horizontal).

E em meios eletrônicos, a redução máxima é de 200 px.

Em casos excepcionais, onde houver necessidade de uma aplicação ainda menor, há as opções conforme demonstradas ao lado.

Redução máxima  
3,5cm/200px



## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Ao aplicar a marca sobre fundo colorido, utilizar a negativa em branco. Para fundos com cores muito claras poderá ser usada a versão monocromática em preto.

Para utilizar a marca na sua versão colorida (completa), deve ser usado um box branco em torno da marca, seguindo o padrão de não interferência descrito na página 6.

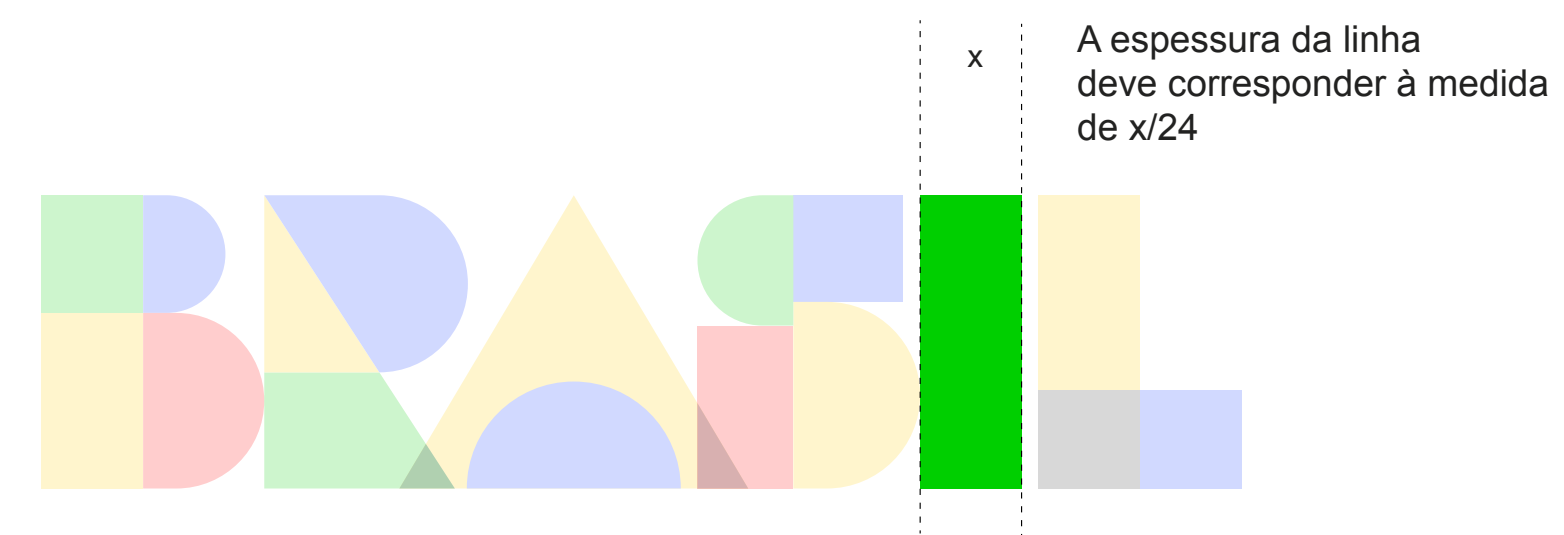


## APLICAÇÃO EM FUNDO INSTÁVEL

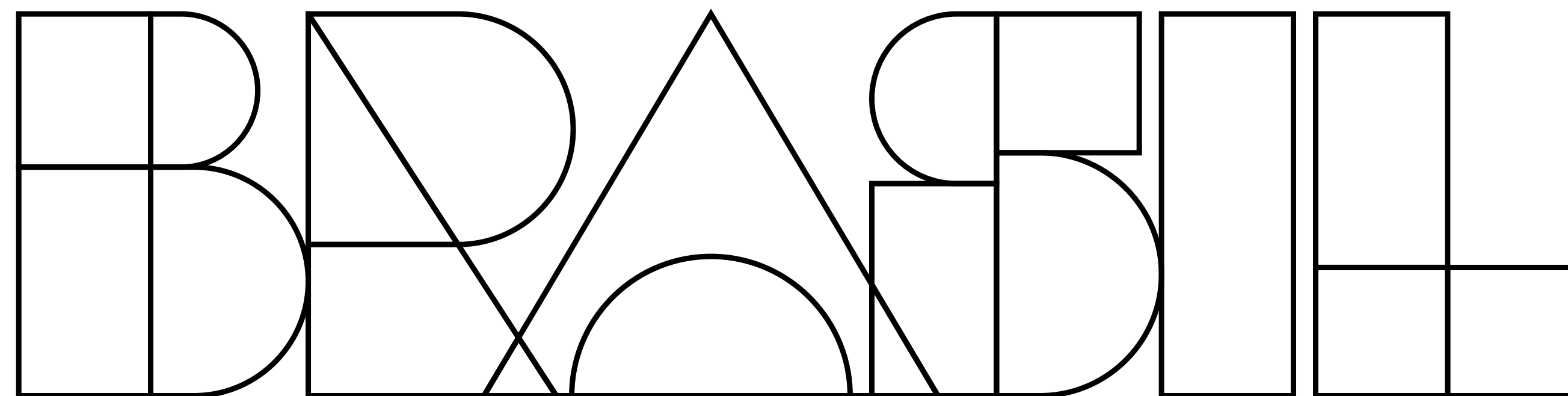
Na aplicação sobre imagens, deve-se preservar o contraste entre a marca do Governo Federal e o fundo.

Quando necessário, no caso de imagens que comprometam a leitura de todos os elementos da marca, utilizar um suporte branco, seguindo o padrão de não interferência descrito na página 6.





**GOVERNO DO**



**DO LADO DO POVO BRASILEIRO**

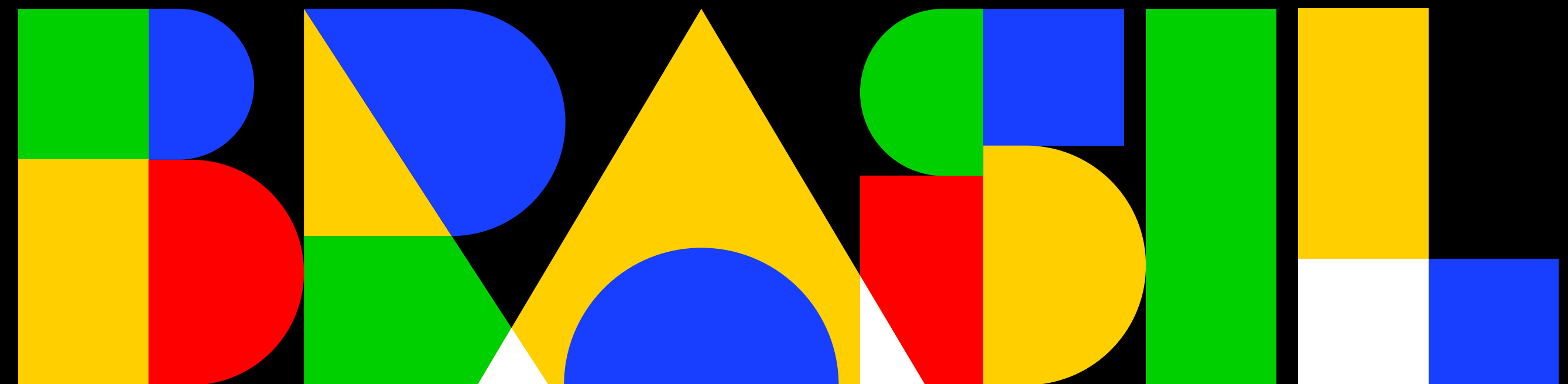
VERSÃO MONOCROMÁTICA  
POSITIVA EM PRETO

**GOVERNO DO**  
**BRASIL**  
**DO LADO DO POVO BRASILEIRO**

VERSÃO MONOCROMÁTICA  
NEGATIVA EM BRANCO

**GOVERNO DO**  
**BRASIL**  
**DO LADO DO POVO BRASILEIRO**

**GOVERNO DO**



**DO LADO DO POVO BRASILEIRO**

## APLICAÇÃO HORIZONTAL

### ASSINATURA CONJUNTA COM ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA

Para assegurar a perfeita integração das assinaturas dos órgãos da administração direta à marca principal, deve-se utilizar as assinaturas já construídas e disponíveis na internet.

Quando necessário compor nova assinatura conjunta, deve-se utilizar a tipografia Rawline, em dois pesos: semibold e black, sempre em letras maiúsculas. A denominação "Ministério do(a)" deve estar em Rawline semibold e o nome do ministério deve estar em Rawline black.

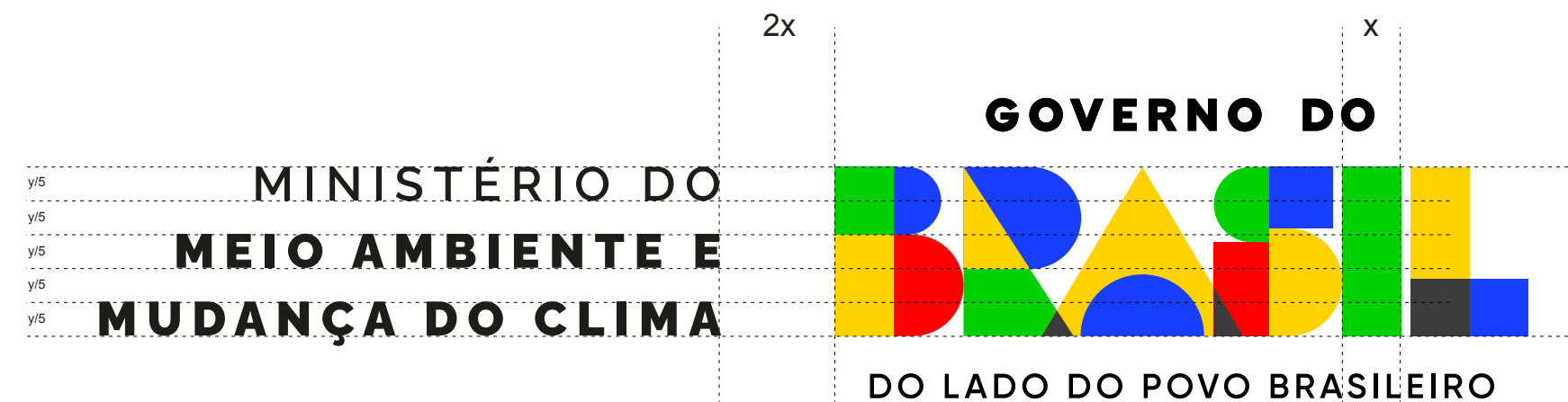
O espaço entrelinhas deve ser igual ao tamanho da fonte, o que representa a proporção 1:1 entre o corpo da fonte e o espaçamento entrelinhas. O espaço entre os caracteres (tracking) deve ser de +200.

O corpo deve ser proporcional à marca do Governo Federal, conforme diagrama ao lado. Nas assinaturas conjuntas horizontais, os nomes dos órgãos da administração direta devem estar compostos em duas, três ou quatro linhas alinhadas à direita e devem respeitar os espaçamentos entre elas, conforme diagrama ao lado.

As assinaturas conjuntas dos órgãos da administração direta com a marca do Governo Federal estão disponíveis em arquivo específico.

#### ATENÇÃO:

Secretarias de ministérios não assinam peças publicitárias do Governo Federal.



## APLICAÇÃO HORIZONTAL ASSINATURA CONJUNTA COM ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO INDIRETA (EXEMPLOS 1 A 3)

Nas assinaturas conjuntas com empresa pública, sociedade de economia mista ou outros órgãos da administração indireta, a área total da marca dessas instituições não deve ultrapassar a altura e a largura total da marca nominativa do Governo Federal (ver página 3).

**ALINHAMENTO:** a marca parceira deve estar alinhada ao centro da palavra "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.

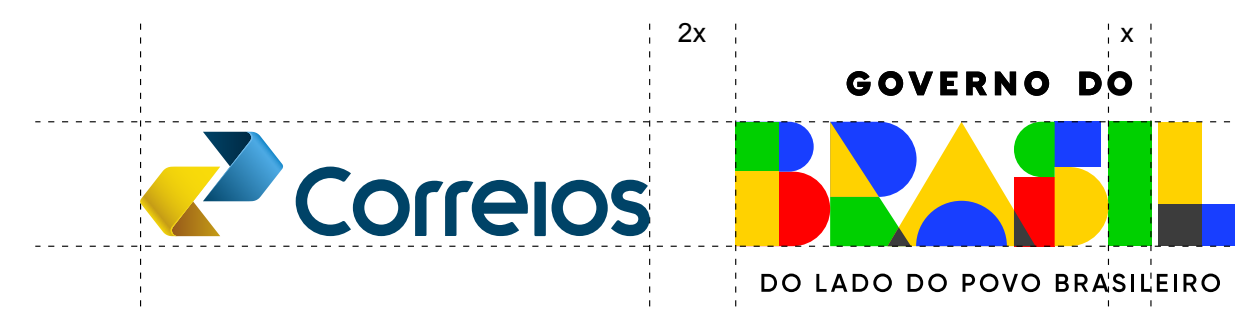
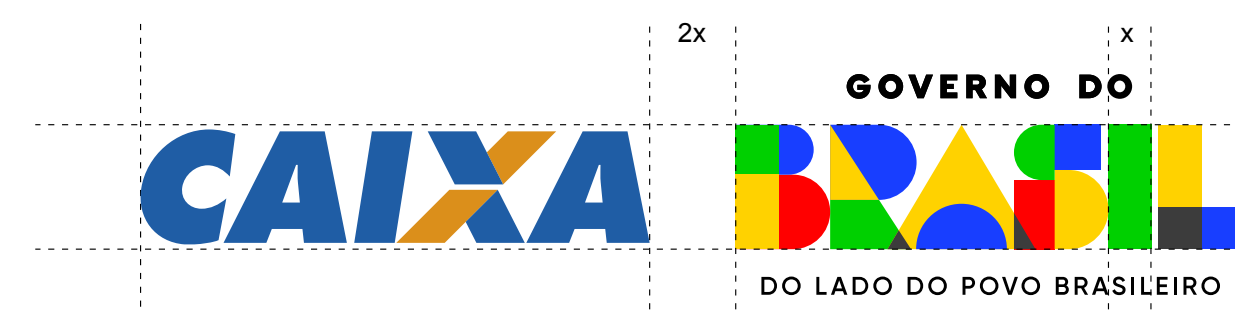
**IMPORTANTE:** a marca nominativa do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

**EXCEÇÃO:** marcas com a mesma altura e largura da marca nominativa do Governo Federal (ver página 3) devem ser reduzidas até a largura da expressão "GOVERNO FEDERAL".

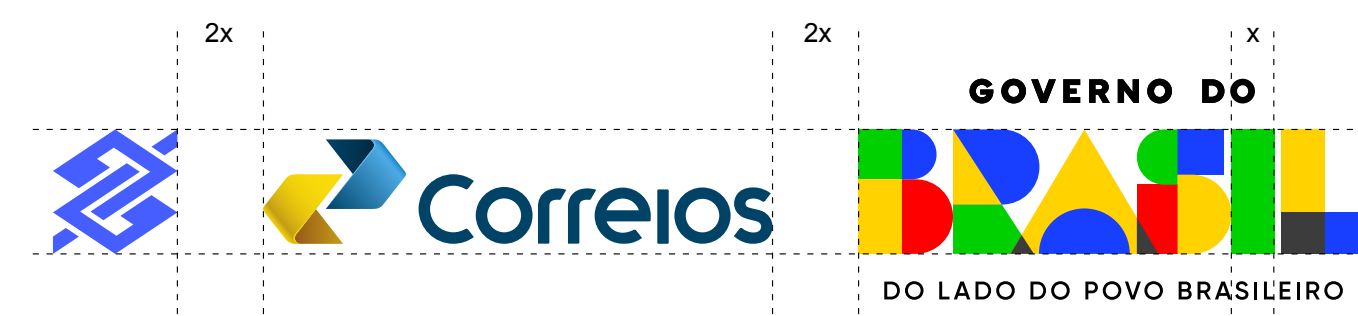
Preferencialmente, a marca do Governo Federal estará à direita de todas as demais. O posicionamento das marcas no bloco obedecerá à seguinte sequência hierárquica: autarquias, estatais e ministérios.

Quando **duas entidades** da mesma hierarquia participarem de um patrocínio, a que participar com mais recursos estará sempre mais próxima da marca do Governo Federal. Quando as contribuições forem iguais, a ordem de assinatura das marcas deve ser determinada pelos patrocinadores e pelo proponente, em comum acordo.

**Exemplo 1** – CAIXA ou Correios patrocinam o evento.



**Exemplo 2** – Banco do Brasil e Correios patrocinam o mesmo evento, mas os Correios destinaram mais recursos para o patrocínio.



**Exemplo 3** – CAIXA, Petrobras e Ministério do Meio Ambiente são patrocinadores, sendo que a CAIXA destinou mais recursos para o patrocínio.



## APLICAÇÃO HORIZONTAL

### ASSINATURAS CONJUNTAS COM ÓRGÃOS E ENTIDADES DO PODER EXECUTIVO FEDERAL E PARCEIROS PRIVADOS (EXEMPLO 4)

É recomendável que a marca do Governo Federal, e proporcionalmente o bloco de marcas governamentais, tenha, no mínimo, o mesmo destaque e tamanho das marcas dos outros patrocinadores privados.

Nos casos em que a entidade é o principal patrocinador, a sua marca e as demais marcas governamentais devem ser maiores que as dos outros apoiadores. De preferência, o bloco de assinaturas do governo ficará posicionado na parte inferior da peça e à direita. É importante também estabelecer reserva de integridade para todo o conjunto de assinaturas do governo, **Assinaturas conjuntas em parceria com o setor público-privado e categorias diferenciadas de patrocínio/apoio (exemplos 5 a 8).**

Órgãos e entidades do Poder Executivo Federal podem participar de um mesmo projeto, da mesma forma ou de forma diferente: como **apoiadores, realizadores, parceiros ou patrocinadores**. A ordem do status de participação (apoio, patrocínio, organização, etc.) será determinada em acordo entre patrocinado e patrocinador.

As palavras REALIZAÇÃO, APOIO, PATROCÍNIO, etc, deverão ser alinhadas à esquerda do conjunto de marcas correspondentes e pela base da expressão GOVERNO FEDERAL.

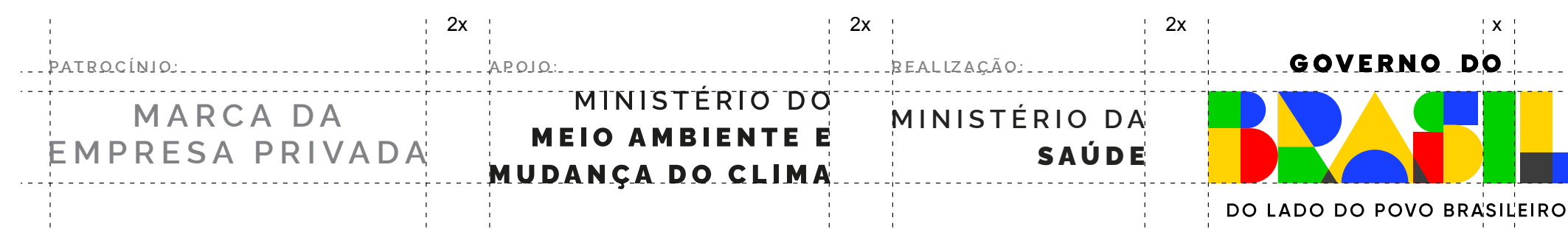
**Exemplo 4** – Estatal e empresa privada patrocinam evento em igualdade de condições ou a estatal é a patrocinadora principal de um evento.



**Exemplo 5** – Um seminário é patrocinado pela CAIXA e a realização é do Ministério da Saúde, com o apoio do Ministério do Meio Ambiente. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a marca da CAIXA na área dos patrocinadores. Na área dos realizadores, entrará a assinatura do Ministério da Saúde (sem a marca do Governo Federal). O mesmo acontecerá com a assinatura do Ministério do Meio Ambiente, na área reservada aos apoiadores.



**Exemplo 6** – Um evento é patrocinado por empresa privada, mas a realização é do Ministério da Saúde, com o apoio do Ministério do Meio Ambiente. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Ministério da Saúde (área mais destacada). A assinatura do Ministério do Meio Ambiente deverá entrar sozinha na área dos apoiadores.



## APLICAÇÃO HORIZONTAL

A marca do Governo Federal deverá ser aplicada apenas uma vez na peça. Se mais de um órgão ou entidade estiver participando, a marca do Governo Federal acompanhará a assinatura que tiver maior destaque entre as categorias de patrocínio/apoio, exceto em ações incentivadas pela Lei Rouanet.

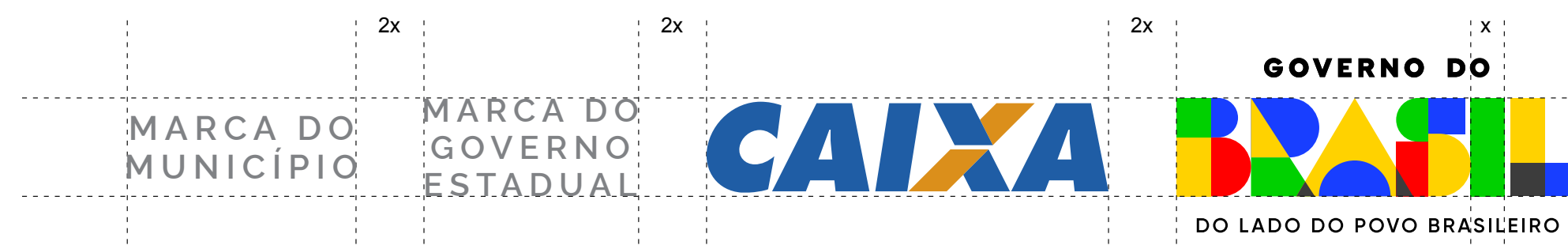
**Exemplo 7** – Um evento é patrocinado por empresas privadas e também pelo Banco do Brasil.

A realização é de uma instituição privada. O evento conta com o apoio de ministérios e de empresas privadas. A marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca do Banco do Brasil. Na área de apoio, as assinaturas de governo serão aplicadas em um bloco único.



**Exemplo 8** – Um evento tem o patrocínio da prefeitura, do governo estadual e da CAIXA. Nesse caso, a marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da CAIXA, preferencialmente no canto inferior direito da peça. O posicionamento e a proporção das marcas da prefeitura e do governo estadual devem ser estabelecidos em acordo entre o proponente e os patrocinadores.

É recomendável que essas marcas não ultrapassem em tamanho a marca do Governo Federal.



## APLICAÇÃO VERTICAL

### ASSINATURA CONJUNTA COM ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA

Para assegurar a perfeita integração das assinaturas dos órgãos da administração direta à marca principal, deve-se utilizar as assinaturas já construídas e disponíveis na internet.

Quando necessário compor nova assinatura conjunta, deve-se utilizar a tipografia Rawline em dois pesos: semibold e black, sempre em letras maiúsculas. A denominação "Ministério do(a)" deve estar em Rawline semibold e o nome do ministério deve estar em Rawline black. O espaço entrelinhas deve ser igual ao tamanho da fonte, o que representa a proporção 1:1 entre o corpo da fonte e o espaçamento entrelinhas. O espaço entre os caracteres (tracking) deve ser de +200.

O corpo deve ser proporcional à marca do Governo Federal, conforme diagrama ao lado. Nas assinaturas conjuntas verticais, os nomes dos órgãos da administração direta devem estar compostos em duas, três ou quatro linhas alinhadas ao centro e devem respeitar os espaçamentos entre elas, conforme diagrama ao lado.

As assinaturas conjuntas dos órgãos da administração direta com a marca do Governo Federal estão disponíveis em arquivo específico.

#### ATENÇÃO:

Secretarias de ministérios não assinam peças publicitárias do Governo Federal.



X = ALTURA DA LETRA "I"

## APLICAÇÃO VERTICAL

### ASSINATURA CONJUNTA COM ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO INDIRETA (EXEMPLOS 1 A 3)

Nas assinaturas conjuntas com empresa pública, sociedade de economia mista ou outros órgãos da administração indireta, a área total da marca dessas instituições não deve ultrapassar a altura da marca nominativa do Governo Federal (ver página 3) e a largura da expressão "GOVERNO FEDERAL".

Preferencialmente, a marca do Governo Federal estará abaixo de todas as demais. O posicionamento das marcas no bloco obedecerá à seguinte sequência hierárquica: autarquias, estatais e ministérios.

Quando **duas entidades** da mesma hierarquia participarem de um patrocínio, a que participar com mais recursos estará sempre mais próxima da marca do Governo Federal. Quando as contribuições forem iguais, a ordem de assinatura das marcas deve ser determinada pelos patrocinadores e pelo proponente, em comum acordo.

**Exemplo 1** – CAIXA ou Correios patrocinam o evento.



**Exemplo 2** – Banco do Brasil e Correios patrocinam o mesmo evento, mas os Correios destinaram mais recursos para o patrocínio.



**Exemplo 3** – CAIXA, Petrobras e Ministério do Meio Ambiente são patrocinadores, sendo que a CAIXA destinou mais recursos para o patrocínio.



## APLICAÇÃO VERTICAL

### ASSINATURAS CONJUNTAS COM ÓRGÃOS E ENTIDADES DO PODER EXECUTIVO FEDERAL E PARCEIROS PRIVADOS (EXEMPLO 4)

É recomendável que a marca do Governo Federal, e proporcionalmente o bloco de marcas governamentais, tenha, no mínimo, o mesmo destaque e tamanho das marcas dos outros patrocinadores privados.

Nos casos em que a entidade é o principal patrocinador, a sua marca e as demais marcas governamentais devem ser maiores que as dos outros apoiadores. De preferência, o bloco de assinaturas do governo ficará posicionado na parte inferior da peça e à direita. É importante também estabelecer reserva de integridade para todo o conjunto de assinaturas do governo, respeitando a proporção estabelecida na página 6.

**Assinaturas conjuntas em parceria com o setor público-privado e categorias diferenciadas de patrocínio/apoio (exemplos 5 a 8).**

Órgãos e entidades do Poder Executivo Federal podem participar de um mesmo projeto, da mesma forma ou de forma diferente: como **apoiadores, realizadores, parceiros ou patrocinadores**. A ordem do status de participação (apoio, patrocínio, organização, etc.) será determinada em acordo entre patrocinado e patrocinador.

**Exemplo 4** – Estatal e empresa privada patrocinam evento em igualdade de condições ou a estatal é a patrocinadora principal de um evento.



**Exemplo 5** – Um seminário é patrocinado pela CAIXA e a realização é do Ministério da Saúde, com o apoio do Ministério do Meio Ambiente. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a marca da CAIXA na área dos patrocinadores. Na área dos realizadores, entrará a assinatura do Ministério da Saúde (sem a marca do Governo Federal). O mesmo acontecerá com a assinatura do Ministério do Meio Ambiente, na área reservada aos apoiadores.



## APLICAÇÃO VERTICAL

A marca do Governo Federal deverá ser aplicada apenas uma vez na peça. Se mais de um órgão ou entidade estiver participando, a marca do Governo Federal acompanhará a assinatura da que tiver maior destaque entre as categorias de patrocínio/apoio, exceto em ações incentivadas pela Lei Rouanet.

**Exemplo 6** – Um evento é patrocinado por empresa privada, mas a realização é do Ministério do Meio Ambiente, com o apoio do Ministério da Saúde. A marca do Governo Federal será aplicada junto com a assinatura do Meio Ambiente (área mais destacada). A assinatura do Ministério da Saúde deverá entrar sozinha na área dos apoiadores.



**Exemplo 7** – Um evento é patrocinado por empresas privadas e também pelo Banco do Brasil. A realização é de uma instituição privada. O evento conta com o apoio de ministérios e de empresas privadas. A marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca do Banco do Brasil. Na área de apoio, as assinaturas de governo serão aplicadas em um bloco único.



## APLICAÇÃO VERTICAL

**Exemplo 8** – Um evento tem o patrocínio da prefeitura, do governo estadual e da CAIXA. Nesse caso, a marca do Governo Federal será aplicada na área de maior destaque, junto com a marca da CAIXA, preferencialmente no canto inferior direito da peça. O posicionamento e a proporção das marcas da prefeitura e do governo estadual devem ser estabelecidos em acordo entre o proponente e os patrocinadores.

É recomendável que essas marcas não ultrapassem em tamanho a marca do Governo Federal.



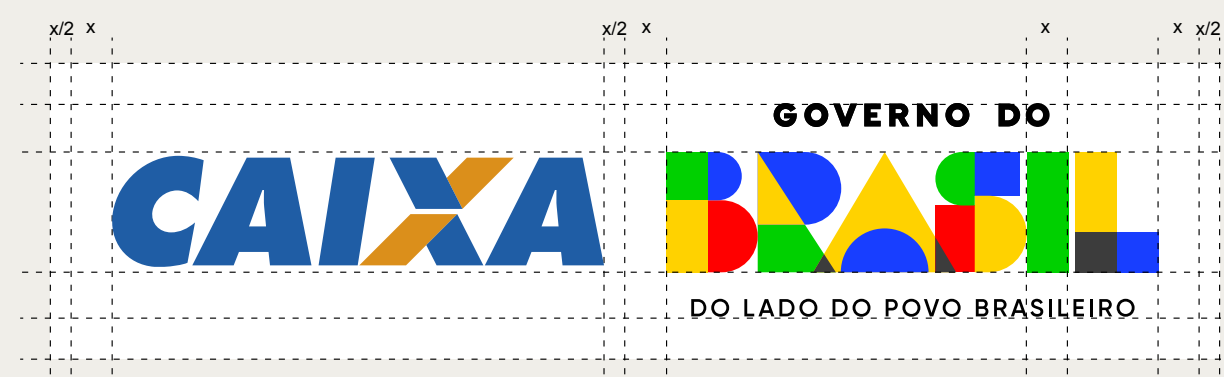
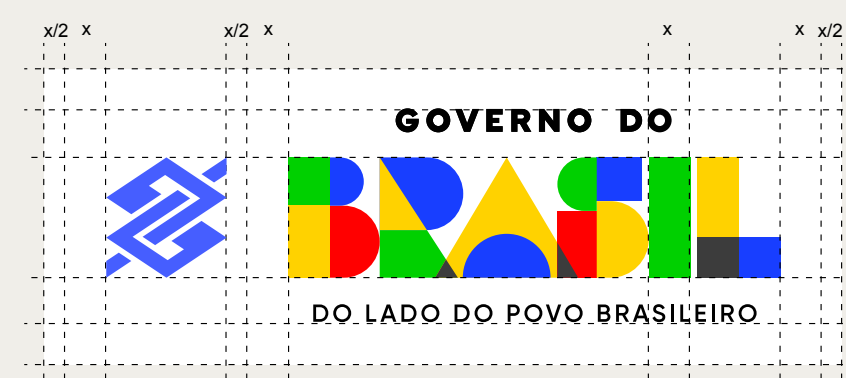
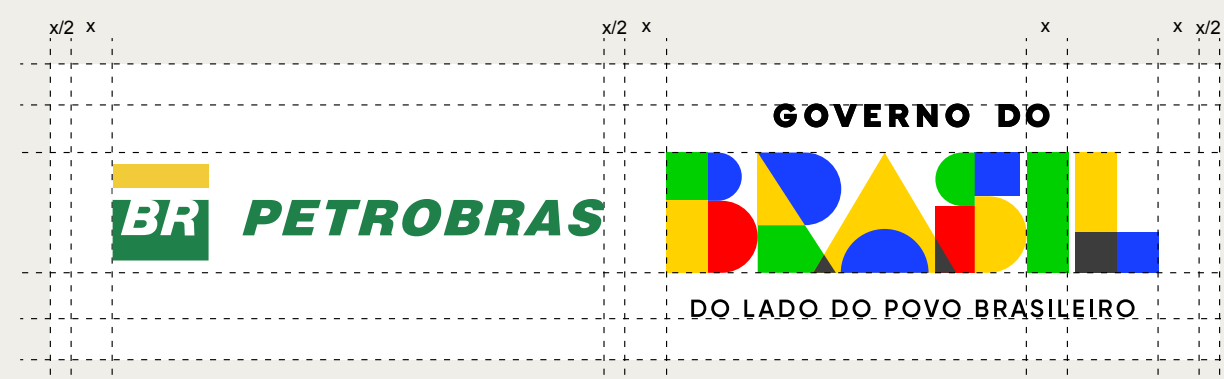
**MARCA GOVERNO FEDERAL  
+ MARCA DE EMPRESA PÚBLICA,  
SOCIEDADE DE ECONOMIA MISTA  
OU OUTROS ÓRGÃOS DA  
ADMINISTRAÇÃO INDIRETA  
EM BOX BRANCO  
(APLICAÇÃO HORIZONTAL)**

Nas assinaturas conjuntas com empresa pública, sociedade de economia mista ou outros órgãos da administração indireta, a área total da marca dessas instituições não deve ultrapassar a altura e a largura total da marca nominativa do Governo Federal (ver página 3).

**ALINHAMENTO:** a marca parceira deve estar alinhada ao centro da palavra "BRASIL", de acordo com o exemplo ao lado.

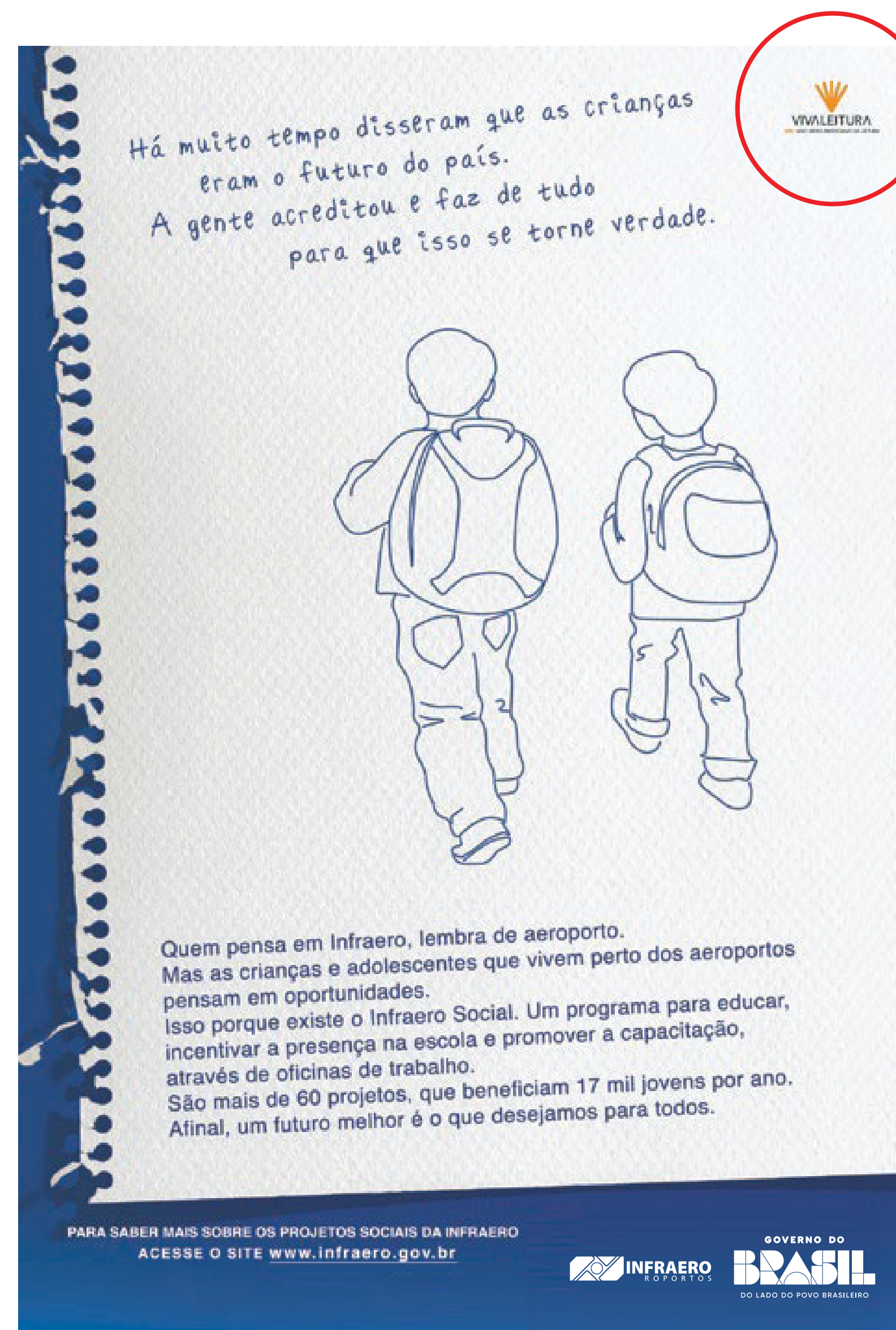
**IMPORTANTE:** a marca nominativa do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que o de outras marcas em assinaturas conjuntas.

**EXCEÇÃO:** marcas com a mesma altura e largura da marca nominativa do Governo Federal (ver página 3) devem ser reduzidas até a largura da expressão "GOVERNO FEDERAL".





## APLICAÇÃO DE MARCAS DE PROGRAMAS DE GOVERNO E DE CAMPANHAS DE MOBILIZAÇÃO

As marcas de programas sociais do Governo Federal e de campanhas de mobilização, presentes em peças de publicidade, promoção e divulgação de eventos patrocinados, não devem fazer parte do bloco de assinaturas do Governo Federal, ou seja, podem ser aplicadas como selos em outra parte da peça.





Há muito tempo disseram que as crianças eram o futuro do país. A gente acreditou e fez de tudo para que isso se torne verdade.



Quem pensa em Infraero, lembra de aeroporto. Mas as crianças e adolescentes que vivem perto dos aeroportos pensam em oportunidades. Isso porque existe o Infraero Social. Um programa para educar, incentivar a presença na escola e promover a capacitação, através de oficinas de trabalho. São mais de 60 projetos, que beneficiam 17 mil jovens por ano. Afinal, um futuro melhor é o que desejamos para todos.

PARA SABER MAIS SOBRE OS PROJETOS SOCIAIS DA INFRAERO  
ACESSE O SITE [www.infraero.gov.br](http://www.infraero.gov.br)



GOVERNO DO BRASIL  
DO LADO DO POVO BRASILEIRO

## ASSINATURA DE PEÇAS COM OS SELOS E MARCAS DAS LEIS DE INCENTIVO E CAMPANHAS

Além de representarem importantes iniciativas de apoio e fomento, o selo de leis de incentivo e campanhas tem como principal função simplificar a assinatura, evitando redundância, excessiva exposição de marcas e poluição visual nas peças.

Contudo, existem critérios que devem ser observados em sua utilização. O selo e a marca, por exemplo, não devem ser aplicados em áreas de assinaturas destinadas a patrocínio, apoio, parceria e realização, de forma a preservar o necessário destaque.

No caso da presença de outras marcas de órgãos e entidades que apoiam a ação, a marca do Governo Federal será aplicada somente no bloco de selos/marcas das leis de incentivo. Já para o selo de campanha, nestes casos, ele poderá estar incluído na composição das peças em outros pontos da arte.

Na aplicação conjunta, a marca do Governo Federal ficará sempre à direita, nas assinaturas horizontais, e abaixo de todas as marcas, nas assinaturas verticais. Os demais órgãos e entidades e suas marcas serão colocados da direita para a esquerda, nas assinaturas horizontais, e de baixo para cima, nas assinaturas verticais.

Nos casos de selo de campanha, poderá estar previsto também a sua citação textual, para uso em textos corridos como, por exemplo, releases para a imprensa, legendas das redes sociais e afins. Para estes casos, deve-se seguir os textos e as especificações previstas no manual do selo da campanha em questão.

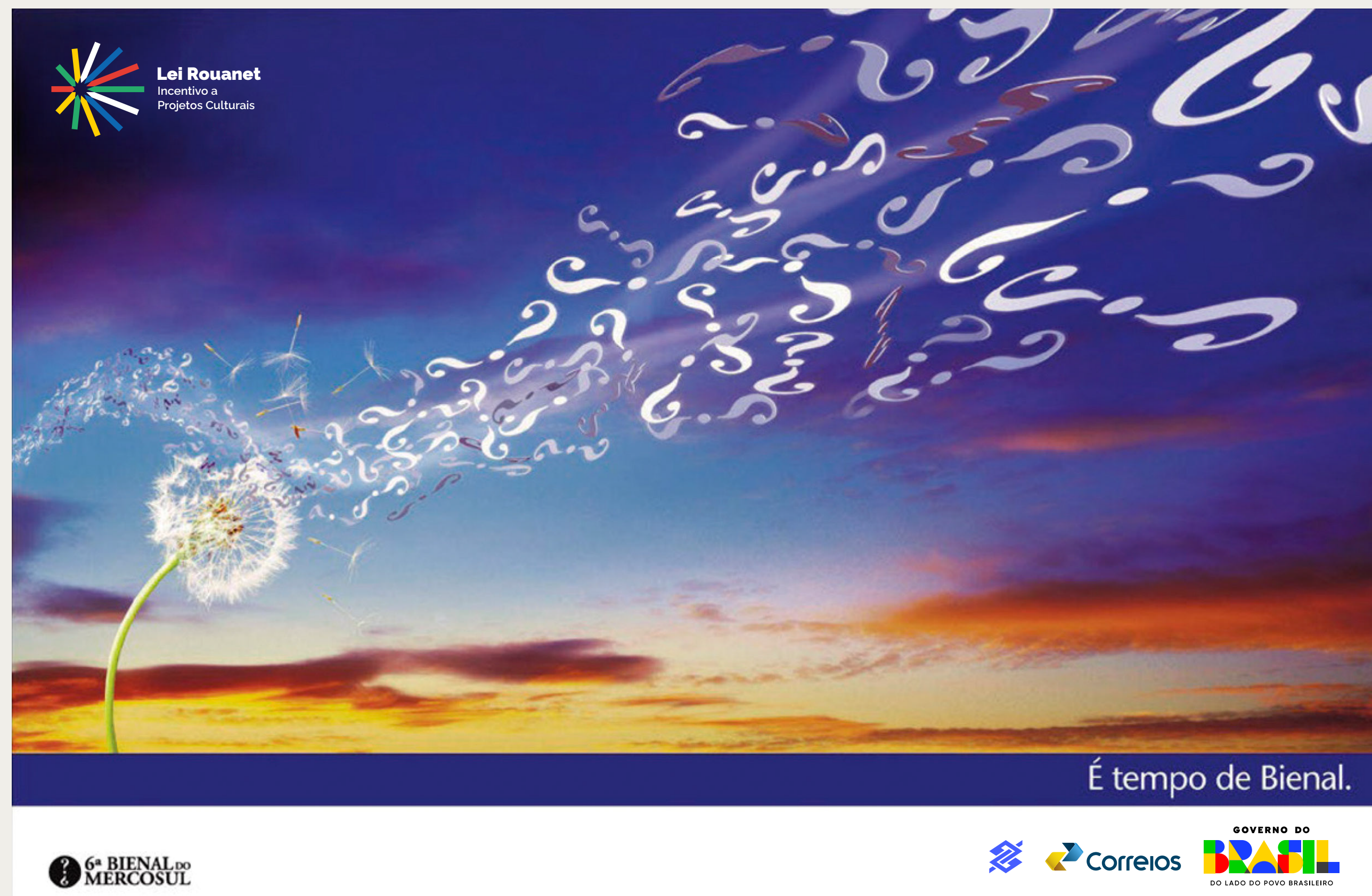
Para tirar dúvidas e obter mais informações, consultar o manual de aplicação dos selos da Lei de Incentivo ao Esporte, das marcas da Lei de Incentivo à Cultura, do Fundo Nacional da Cultura e da campanha "Onde Tem Patrocínio, Tem Governo do Brasil" nos sites [www.esporte.gov.br](http://www.esporte.gov.br), [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br) e <https://www.gov.br/secom/pt-br>.



O selo deverá ser posicionado antes do conjunto de marcas, tanto nos blocos de assinaturas horizontais como verticais.

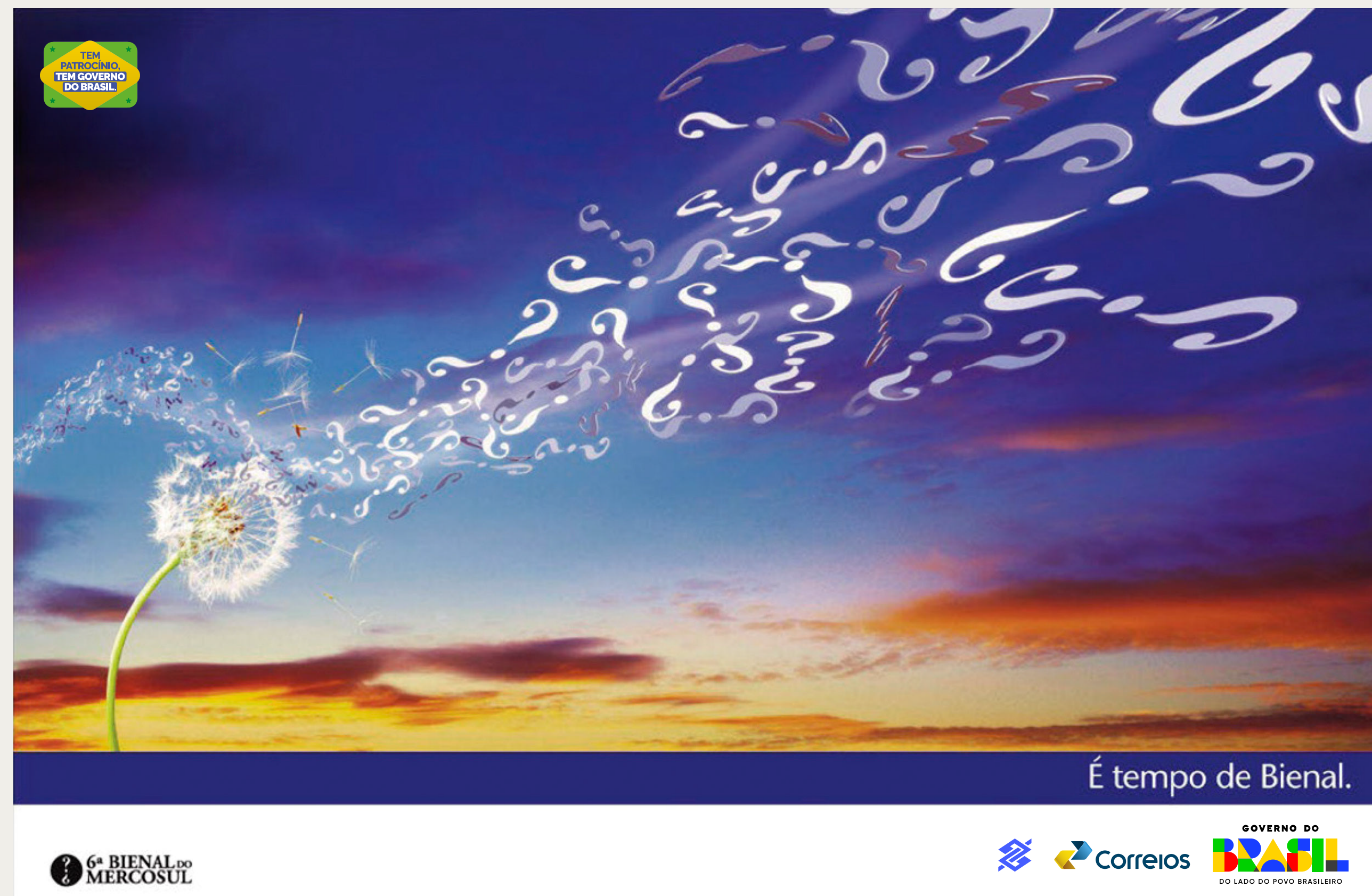


ASSINATURA DE PEÇAS COM  
OS SELOS E MARCAS  
DAS LEIS DE INCENTIVO



Exemplo 1

ASSINATURA DE PEÇAS COM  
O SELO DA CAMPANHA  
“ONDE TEM PATROCÍNIO,  
TEM GOVERNO DO BRASIL”



Exemplo 2

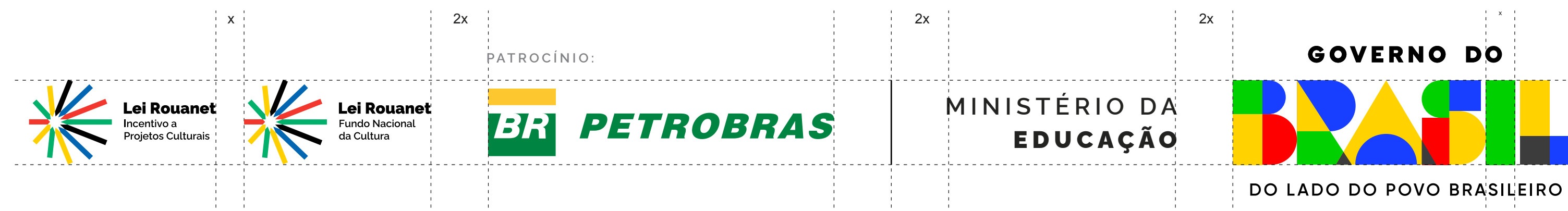
ASSINATURA DE PEÇAS COM  
OS SELOS E MARCAS  
DAS LEIS DE INCENTIVO



Exemplo 3

## ASSINATURA DE PEÇAS DE AÇÕES INCENTIVADAS PELA LEI ROUANET

Este manual não substitui as aplicações determinadas para as ações incentivadas pela Lei Rouanet. É necessário consultar o manual específico da Secretaria Especial da Cultura no site [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br) para saber como montar e aplicar corretamente o bloco de marcas da Lei Rouanet.



## ASSINATURA EM AÇÕES DE CENTROS CULTURAIS

Evitar a redundância de marcas. Nas peças de eventos e produtos de centros culturais, é recomendável aplicar as marcas do centro cultural e do Governo Federal. É opcional a assinatura da marca da estatal a qual o centro cultural está subordinado.



MINISTÉRIO DA CULTURA, BANCO DO BRASIL E BB ASSET APRESENTAM

**NO BR@SIL DA MEMEFICAÇÃO**

28 DE MARÇO A 22 DE JUNHO DE 2026

CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL BELO HORIZONTE  
PRAÇA DA LIBERDADE, 450 - FUNCIONÁRIOS - BELO HORIZONTE - MG

TELEFONE: (31) 3431-9400 CLASSIFICAÇÃO LIVRE L ENTRADA GRATUITA

PROTEÇÃO AMBIENTAL PATROCÍNIO REALIZAÇÃO

SAC 0800 729 0722 - Ouvidoria BB 0800 729 5678 - Deficientes Auditivos ou de Fala 0800 729 0868 Alvará de localização e funcionamento Nº do alvará: 2023024004 - Data de validade: 19/07/2028 Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros nº PRJ20180064192, válido até 23/06/2028

GOVERNO DO  
**BRASIL**  
DO LADO DO POVO BRASILEIRO