

*Manual de uso da Marca*

**IBGC**

Instituto Brasileiro de  
Governança Corporativa

1.	Apresentação .....	3
2.	Direito de Uso .....	4
2.1	Procedimentos de autorização .....	4
2.2	Usuários autorizados .....	5
2.2.1	Integrantes da equipe IBGC .....	5
2.2.2	Associados mantenedores .....	5
2.2.3	Associados PJ [Pessoa Jurídica] .....	6
2.2.4	Pessoas Físicas [PF] .....	6
2.2.5	Instituições parceiras .....	8
2.2.6	Eventos parceiros .....	8
2.2.7	Vencedores de prêmios do Instituto .....	9
3.	Definição .....	10
3.1	Composição da marca IBGC .....	10
3.2	Logomarca IBGC .....	10
3.3	Cores institucionais .....	11
3.4	Aplicação em uma [1] cor .....	11
3.5	Aplicações e formas .....	12
3.6	Área de proteção .....	13
3.7	Redução mínima .....	14
3.8	Logotipo em marca d'água .....	14
3.9	Fontes .....	15
3.10	Aplicações indevidas da marca .....	16
3.11	Aplicações da marca em fundos coloridos .....	17
3.12	Aplicações da marca sobre imagens .....	18
3.13	Logomarca-troféu “Prêmios” .....	19
3.14	Aplicações do selo CCI .....	20
4.	Créditos .....	23

Reconhecido nacional e internacionalmente como referência em Governança Corporativa na América Latina, o *IBGC* é uma marca associada à maior transparência, justiça e responsabilidade no ambiente corporativo.

Seu nome é um de seus principais patrimônios. A expressão *Instituto Brasileiro de Governança Corporativa* e a sigla *IBGC* remetem ao principal centro de conhecimento e formação sobre o tema no País e evocam uma instituição calcada no proativismo, na diversidade, na independência e na coerência entre as iniciativas e os princípios da Governança. Desta forma, a marca *IBGC* representa muito mais que um sinal ou um grafismo. Figura, simbolicamente, os valores desta Instituição.

Consciente da importância de tal patrimônio, o IBGC desenvolveu um manual de uso da marca e de identidade visual, normatizando as manifestações textuais e visuais de sua marca. Resultado de intenso trabalho e desenvolvimento, este projeto tem como principais objetivos a preservação da imagem do IBGC e agregação de valor a sua marca.

Para que estes objetivos sejam alcançados, o IBGC disponibiliza aqui, aos potenciais usuários, os meios adequados para a correta utilização da marca IBGC. Como resultado da aplicação das orientações contidas neste manual, espera-se garantir a propriedade e a integridade da marca *IBGC*, ao disseminar suas diretrizes e ao facilitar o uso desta marca, por quem tem o seu direito de uso.

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa é detentor exclusivo do uso de sua marca e só ele tem o direito de autorizar a sua utilização. Os registros protegem o símbolo (registro de marca figurativa) e os nomes *IBGC* e *Instituto Brasileiro de Governança Corporativa* (registro de marca mista), na forma da lei.

A área de Comunicação é o departamento responsável pela gestão de comunicação da marca *IBGC*. Provedora de políticas e instrumentos que protegem e valorizam a imagem da instituição, está à disposição para esclarecer dúvidas em relação à utilização da marca. Deve ser imediatamente avisada sobre aplicações fora dos padrões especificados neste manual, pelo e-mail [marca@ibgc.org.br](mailto:marca@ibgc.org.br).

Um manual esforça-se a prever toda e qualquer situação relativa ao seu objeto de normatização. Contudo, sabemos da impossibilidade de antever todos os potenciais usuários, presentes ou futuros, eventuais ou contínuos, pessoas físicas ou jurídicas, internos ou não à estrutura do IBGC. Desta forma, este capítulo tenta cobrir os principais usuários e situações de uso autorizadas pelo Instituto. Caso o objeto de sua pesquisa não esteja incluído abaixo, deve-se consultar o IBGC para a análise de casos especiais, pelo e-mail [marca@ibgc.org.br](mailto:marca@ibgc.org.br), jamais assumir que a não citação do caso em questão configura-se em uma aprovação.

## 2.1 Procedimentos de Autorização

2.1.1 Toda utilização da marca, textual ou visual, **desde que seguindo expressamente as diretrizes deste manual**, está previamente autorizada pelo IBGC, sem a necessidade de autorizações específicas e individuais.

- Contudo, todo usuário deverá comunicar prévia e formalmente, por meio do e-mail [marca@ibgc.org.br](mailto:marca@ibgc.org.br), a utilização da marca, as instâncias de utilização e o período a ser utilizado.

2.1.2 Toda a solicitação especial de uso da marca por membros e colaboradores do IBGC ou outros potenciais usuários deve ser apresentada ao departamento de Comunicação do IBGC:

2.1.2.1 O departamento de Comunicação poderá conceder ou não à autorização de cada instância de uso (*site, folders, comunicados, etc.*); ou

2.1.2.2 O departamento de Comunicação poderá submeter à autorização da Superintendência para casos que fujam a sua autonomia;

2.1.2.3 O departamento de Comunicação pode negar a autorização de uso da marca. A utilização poderá ser declinada caso exista a possibilidade de ser considerada como copromoção de uma atividade com fins comerciais

2.1.2.4 O IBGC se reserva o prazo de resposta de 10 dias úteis para se manifestar positiva ou negativamente sobre as solicitações especiais de uso da marca. O não recebimento de resposta à solicitação não deve ser entendido como anuência.

2.1.3 O departamento de Comunicação deverá manter registro dos usuários e instâncias de uso com data de validade e renovação que deverá ser no máximo anual;

2.1.4 O IBGC se reserva ao direito de suspender ou cancelar a autorização de uso da marca *IBGC* por qualquer usuário, a qualquer tempo se for avaliado pela Superintendência Geral que a marca foi utilizada de maneira inapropriada.

## 2.2 Usuários autorizados

Os seguintes usuários estão autorizados à utilização da marca IBGC, desde que respeitando rigorosamente as diretrizes de uso e as normas de identidade visuais e textuais contidas neste manual.

Contudo, vale ressaltar que a utilização da marca IBGC por quaisquer entidades, físicas ou jurídicas, a qualquer tempo, não atesta que o Instituto endossa as suas práticas de Governança Corporativa.

### 2.2.1 Integrantes da equipe IBGC

2.2.1.1. Usuários: apenas os responsáveis pelos produtos e veículos de comunicação do Instituto, incluindo sua assessoria de imprensa: eventos, cursos, boletim, newsletters, outros comunicados externos, etc.

2.2.1.2. Diretriz: Dentro de cada instância, deverão seguir todas as normas contidas neste manual, acrescidas dos padrões de aplicação já previstos para os materiais exclusivos do IBGC, contidos em capítulo de circulação restrita ao público interno do Instituto.

### 2.2.2 Associados mantenedores

2.2.2.1 Usuários: Apenas os mantenedores, com pagamento de suas anuidades em dia, a partir da assinatura do contrato e no período de validade do mesmo.

2.2.2.2 Diretriz: Poderá utilizar a marca – textual ou visual – seguindo todas as normas – textuais e visuais – contidas neste manual, acompanhado do termo “associado mantenedor, 2010/2011”. Faz-se necessário a assinatura de contrato de “uso da marca”. Permitir-se-á a aplicação da marca nas seguintes instâncias:

- a) Website [desde que com link para o site do IBGC]
- b) Relatório Anual, desde que não adjunto a textos relacionados à Governança Corporativa da empresa em si, para que não se julgue que o IBGC esteja validando suas práticas.
- c) Material publicitário institucional - veículos de comunicação de massa, tais como anúncios em TV, rádio, jornais e revistas, incluindo as publicações de balanços em jornais. Nestes casos, sob aprovação prévia do lay-out.
- d) Material promocional de eventos institucionais, tais como banner [on e off-line], e-mail marketing e cartazes. [conforme diretrizes visuais encontradas no terceiro capítulo deste manual].
- e) *Press-release* Institucional. Nestes casos, sob aprovação prévia do texto.

### 2.2.3 Associados PJ [pessoa jurídica]

2.2.3.1 Usuários: Apenas as empresas associadas, depois de completado um ano de associação, com pagamento de suas anuidades em dia.

2.2.3.2 Diretriz: Poderá utilizar a marca - textual ou visual - seguindo todas as normas - textuais e visuais - contidas neste manual, acompanhado do termo “empresa associada desde NNNN”. Caso o associado tenha deixado de ser associado por determinado período, a data mencionada sempre será a última admissão ao Instituto. Faz-se necessário a assinatura de contrato de “uso da marca”. Permitir-se-á a aplicação da marca na seguinte instância:

- Website [desde que com link para o site do IBGC]

### 2.2.4 Pessoas Físicas [PF]

2.2.4.1 Usuários: São três categorias de “pessoas físicas”:

- Associado
- Associado membro das comissões
- Conselheiro Certificado

**Nota:** Os associados deverão estar com o pagamento de suas anualidades em dia.

2.2.4.2 Diretriz: Poderá utilizar a marca textual seguindo todas as normas contidas neste manual. Para cada categoria, permitir-se-á a utilização da marca nas seguintes instâncias e da seguinte forma:

- a) Associado: é permitida apenas a menção textual em currículos e perfis, da seguinte forma: “associado ao IBGC desde NNNN”. Caso o associado tenha deixado de ser associado por determinado período, a data mencionada sempre será a última admissão ao Instituto.
- b) Associado membro das comissões: é permitida apenas a menção textual em currículos e perfis, da seguinte forma: “associado ao IBGC desde NNNN e membro da comissão X”. Caso o associado tenha deixado de ser associado por determinado período, a data mencionada sempre será a última admissão ao Instituto.
- c) Conselheiro Certificado IBGC: é permitida a menção textual em currículos, perfis e cartões de visita, da seguinte forma:

- **Conselheiro de Administração:** “conselheiro certificado pelo IBGC”, ou “conselheiro de administração certificado pelo IBGC”, ou “conselheiro certificado pelo IBGC em NNNN e associado desde NNNN”, ou na sua forma abreviada “CCI”.

- **Conselheiro Fiscal:** “conselheiro fiscal certificado IBGC” ou “conselheiro fiscal certificado pelo IBGC em NNNN e associado desde NNNN” ou na sua forma abreviada “CCI”.

- É permitido ainda o uso da marca visual  somente em cartões de visita e assinatura de e-mail e perfis, de acordo com os padrões estabelecidos pelo IBGC (detalhes na pág. 20)

Caso o associado tenha deixado de ser associado por determinado período, a data mencionada sempre será a última admissão ao Instituto.

**Selo Certificação:** Os selos “CCI” configuram-se uma submarca do IBGC e só poderão ser utilizados em sua forma gráfica pelo

próprio IBGC, em seus materiais de divulgação e documentação e não pelos seus certificados. São os selos de uso exclusivo do IBGC:



## 2.2.5 Instituições parceiras

2.2.5.1 Usuários: São apenas as instituições que, em acordo por meio de instrumento formal, são assim definidas, por sua contribuição para o propósito do IBGC e por comungar dos mesmos valores.

2.2.5.2 Diretriz: Poderá utilizar a marca - textual ou visual - seguindo todas as normas - textuais e visuais - contidas neste manual, acompanhado do termo “instituição parceira”. Faz-se necessário o acordo por mensagem eletrônica do uso da marca. Permitir-se-á a aplicação da marca nas seguintes instâncias:

- a) Website [desde que com link para o site do IBGC]
- b) Material promocional de eventos institucionais, tais como banner [on e off-line], e-mail marketing e cartazes.

## 2.2.6 Eventos parceiros

2.2.6.1 Usuários: São apenas os eventos que, em acordo por meio de instrumento formal, são assim definidos, por sua contribuição para o propósito do IBGC e por comungar dos mesmos valores.

2.2.6.2 Diretriz: Poderá utilizar a marca - textual ou visual - seguindo todas as normas - textuais e visuais - contidas neste manual, acompanhado do termo “evento parceiro”. Faz-se necessário o acordo por mensagem eletrônica do uso da marca. Permitir-se-á a aplicação da marca nas seguintes instâncias:

- a) Website [desde que com link para o site do IBGC]
- b) Material promocional de eventos institucionais, tais como banner [on e off-line], e-mail marketing e cartazes.

#### 2.2.7 Vencedores de prêmios do Instituto

São duas categorias de “vencedores dos prêmios do Instituto”:

2.2.7.1 Pessoa Física [PF]: é permitida a menção textual em currículos e perfis, da seguinte forma: “vencedor do prêmio NNNN, organizado pelo IBGC em NNNN” ou “xº colocado no Prêmio NNNN, categoria NNNN, organizado pelo IBGC em NNNN” (quando o mesmo prêmio tiver mais de uma premiação), e a divulgação em press-release, desde que sob prévia aprovação do texto pelo IBGC.

2.2.7.2 Pessoa Jurídica [PJ]: Poderá utilizar a logomarca com troféu do Prêmio, acompanhado do termo “vencedor do Prêmio NNN, organizado pelo IBGC em NNNN”. Permitir-se-á a aplicação da logomarca-troféu nas seguintes instâncias:

- a) Website [desde que com link para o site do IBGC]
- b) Relatório Anual, em texto explicativo do prêmio fornecido pelo IBGC.
- c) Divulgação e press-release Institucional, desde que sob prévia aprovação do texto pelo IBGC.

**Nota 1:** Havendo necessidade de citar textualmente o instituto em outros idiomas, a sigla IBGC deverá ser mantida como seu original em português, seguida da respectiva tradução para o idioma em questão. Exemplo: IBGC – Brazilian Institute of Corporate Governance.

**Nota 2:** Não é permitida a utilização da marca visual do IBGC em cartões de visitas, websites e outras formas de comunicação por pessoas físicas.

**Nota 3:** Pessoas físicas ou jurídicas que não cumpram suas obrigações junto ao IBGC, sejam elas financeiras ou estabelecidas pelo Código de Conduta do IBGC, perderão automaticamente o direito ao uso da marca, nas suas várias manifestações.

Uma marca em sua definição clássica significa: um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, cores ou uma combinação deles, com o objetivo de identificar uma organização, produtos ou serviços e diferenciá-los de seus concorrentes. A marca individual é única para um produto particular, como, por exemplo, *IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa*.

A marca *IBGC* é o principal ativo do Instituto, e como tal deve ser preservada. Neste sentido, além do cumprimento de todas as diretrizes previstas nos capítulos anteriores, faz-se necessária a existência de diretrizes gráfico-visuais de forma a mantermos a unidade da marca, facilitando, assim, sua fixação e garantindo a diferenciação que a torna exclusiva.

Neste capítulo, trataremos das recomendações, limitações e aplicações da logomarca *IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa*, que deverão ser seguidas integralmente. Vamos entender as diferentes formas de aplicação da marca do IBGC: sua logotipia, suas proporções e suas cores. Também vamos conhecer elementos visuais que devem ser combinados com esta logomarca, tais como fontes e imagens. E, por fim, trataremos das recomendações e limitações da logomarca *IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa*.

### 3.1 Composição da marca IBGC

#### *Símbolo*

**IBGC**

#### *Logotipo*

Instituto Brasileiro de  
Governança Corporativa

#### *Logomarca*

**IBGC**  
Instituto Brasileiro de  
Governança Corporativa

### 3.2 Logomarca IBGC

**IBGC**  
Instituto Brasileiro de  
Governança Corporativa

3.3 Cores institucionais

O azul e o preto, segundo a psicodinâmica, transmitem à logomarca: tradição, solidez, conhecimento, flexibilidade e dinamismo

**Cores Combinadas**

	C	M	Y	K	R	G	B
	100%	68%	0%	54%	9%	31%	78%
	0%	0%	0%	100%	35%	31%	32%

3.4 Aplicação em uma [1] cor

**IBGC**  
 Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC**  
 Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC** | Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC** | Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC**  
 Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC**  
 Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC** | Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

**IBGC** | Instituto Brasileiro de  
 Governança Corporativa

*Cores Puras*



*3.5 Aplicações e formas*



### 3.6 Área de proteção

O limite máximo permitido para que outras figuras se aproximem da marca é determinado pelo módulo Y, que corresponde ao “C” do logotipo IBGC Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.

A partir desse módulo, foi criado um quadrado imaginário ao redor da logomarca. Nenhum outro elemento - texto, imagem ou logotipo - pode ser aplicado dentro da área restrita ao logotipo, conforme demonstrado no exemplo prático abaixo.



#### **Exemplo Prático**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis posuere diam sed quam. Morbi elit risus, laoreet sit amet, fermentum id, vehicula et, ligula. Nulla adipiscing tellus nec risus. Sed imperdiet. Vivamus aliquet consectetur ipsum. Etiam pede. Maecenas pharetra  
Nam sem ipsum, consectetur eu, enim. faucibus quis, dictum ipsum. Aliquam ac elit. fringilla eu, mollis in, Suspendisse vel arcu. elementum. Vivamus sagittis porta. Etiam vitae purus vel dui viverra gravida. Fusce sapien diam, feugiat quis, facilisis eu, dignissim non, quam. Etiam fringilla hendrerit mauris. Duis varius. Duis pretium. Sed pharetra nunc pellentesqueemper nntesque ntesque sseros.

orci ut Zipsum. auctor at, tempor et, Vestibulum enim erat, at, fermentum at, Quisque justo odio, lacinia viverra, massa. Sed at erat. Donec id tellus id purus

**IBGC**  
Instituto Brasileiro de  
Governança Corporativa

### 3.7 Redução mínima

As reduções mínimas recomendáveis para a logomarca estão indicadas abaixo, lembrando que, no caso de brindes ou qualquer material que seja impresso em silk-screen ou flexogravura, se recomenda a aplicação da logomarca em uma cor.



### 3.8 Logotipo em marca d'água



### *Cores Puras*



### 3.9 Alfabeto Institucional

O alfabeto institucional confere unidade na identidade visual e na comunicação da marca IBGC Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Portanto, deve ser empregado em todo o tipo de comunicação institucional. Recomendamos também que o alfabeto seja aplicado em impressos, mídia eletrônica e material de vendas.

O alfabeto institucional do IBGC Instituto Brasileiro de Governança Corporativa é formado pelas seguintes fontes:

#### **Construção da Marca**

*Futura Book*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

*Futura Book Oblique*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**Futura Heavy**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**Futura Heavy Oblique**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

*Futura Light*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

*Futura Light Oblique*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

#### **Publicações**

*Frutiger 55 Roman*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

*Frutiger 56 Italic*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**Frutiger 65 Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**Frutiger 66 Bold Italic**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

*Gatineau Regular*  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**Gatineau Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

#### **Fontes para serem utilizadas em documentos office (word, PPT, etc.):**

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – Verdana

3.10 Aplicações indevidas da marca

***Mudar a cor***



***Mudar a fonte***



***Distorcer***



***Sobrepor imagens***



***Fragmentar***



***Adicionar imagens***



***Espelhar***



***Adicionar elementos gráficos***



*3.11 Aplicação da marca em fundos coloridos*

*Sobre fundos escuros*



A marca aplicada em fundos escuros deverá ser usada na versão clara e vazada.

*Sobre fundos claros*

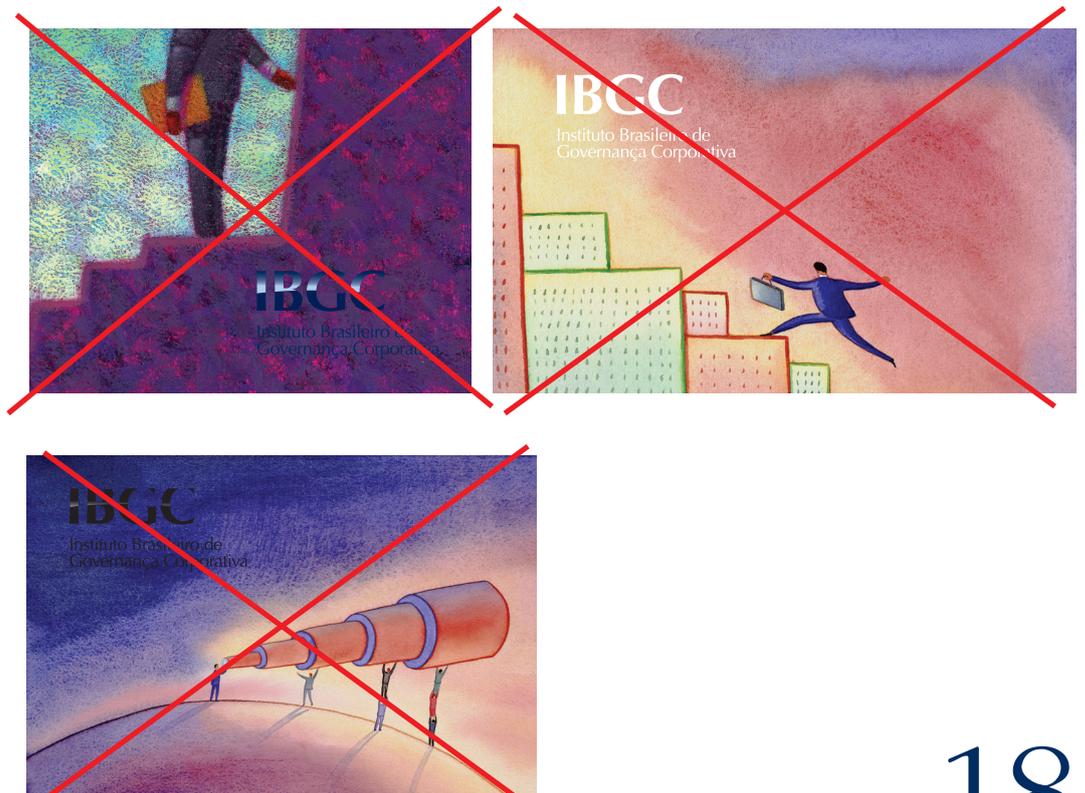


3.12 Aplicação da marca sobre imagens

**Correto**



**Incorreto**



### 3.13 Logomarca-troféu “Prêmios”

Os vencedores dos respectivos prêmios, conforme item 2.2.6. deste manual, podem fazer uso das logomarca-troféus desenvolvidas no ano de sua contemplação. Vide modelos abaixo:



*3.14 Aplicações do selo CCI*

**Selo CCI**



**GRID de montagem**



**Área de respiro**



**Cor**

	C	M	Y	K	R	G	B	HEX
	0%	0%	0%	100%	0	0	0	#000000

**Versões cromáticas**



A Marca do CONSELHEIRO IBGC CERTIFICADO é livre para ser aplicada com qualquer comportamento cromático, sempre considerando a peça gráfica onde será aplicada.



**Aplicações**

A Marca do CONSELHEIRO IBGC CERTIFICADO pode ser utilizada em qualquer fundo cromático, a versão branca para fundos escuros e a versão preta para fundos claros.



*Cartão de visita*



*Cartão de visita*



Este manual foi desenvolvido em 2010 pelo grupo de trabalho formado por: Geraldo Haenel, Maíra Sardão, Maria Cecília Andreucci Cury (coordenadora do grupo) e Valter Faria. O grupo integrava a Comissão de Comunicação do IBGC, então coordenada por Maria Cecília Rossi.

O conteúdo Identidade Visual contou com a elaboração da agência Atelier de Criação.

Em 2015, o Manual foi atualizado.