

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA CÂMARA DOS DEPUTADOS

VERSÃO 4.00, DEZEMBRO/2025

# MARCA INSTITUCIONAL

# 01

# Características Gerais

O **ícone** é uma simplificação da cúpula do Plenário e do edifício do Anexo I.

A **cor** predominante faz referência ao Salão Verde, principal salão da Casa.

A composição cromática celebra Oscar Niemeyer, unindo a arquitetura monumental, o céu azul que emoldura a Capital Federal e os gramados do Congresso, símbolos da manifestação cidadã.



# Tipografia

A **tipografia** da marca deve ser usada também para os nomes das unidades de serviços e outras assinaturas.

## REM VARIABLE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

À Á Â Ã É Ê Í Ó Ô Õ Ú Ç

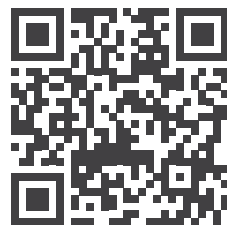
à á â ã é ê í ó ô õ ú ç

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. : ; , / | \ ' " " @ # \$ % ^ & \* ( ) { } [ ] ! ?

ª º ¹ º ³ § + = - \_ < > £ ¢ ¬

Leia o QR-Code  
ou [clique aqui](#) para  
fazer o download.



# Padrão Cromático

Sistema **RGB** e **Hexadecimal**,  
para meios eletrônicos.

Sistema **Pantone** e **CMYK**,  
para materiais impressos.

## Verde CD

**RGB** 0 177 66

**HEX** 00B142

**Pantone** 355 C / 355 CP

**CMYK** 93 0 100 0

## Azul CD

**RGB** 0 149 212

**HEX** 0095D4

**Pantone** 3538 C / 3538 CP

**CMYK** 93 10 0 0

## Branco CD

**RGB** 255 255 255

**HEX** 000000

**CMYK** 0 0 0 0

## Cinza CD

**RGB** 65 64 66

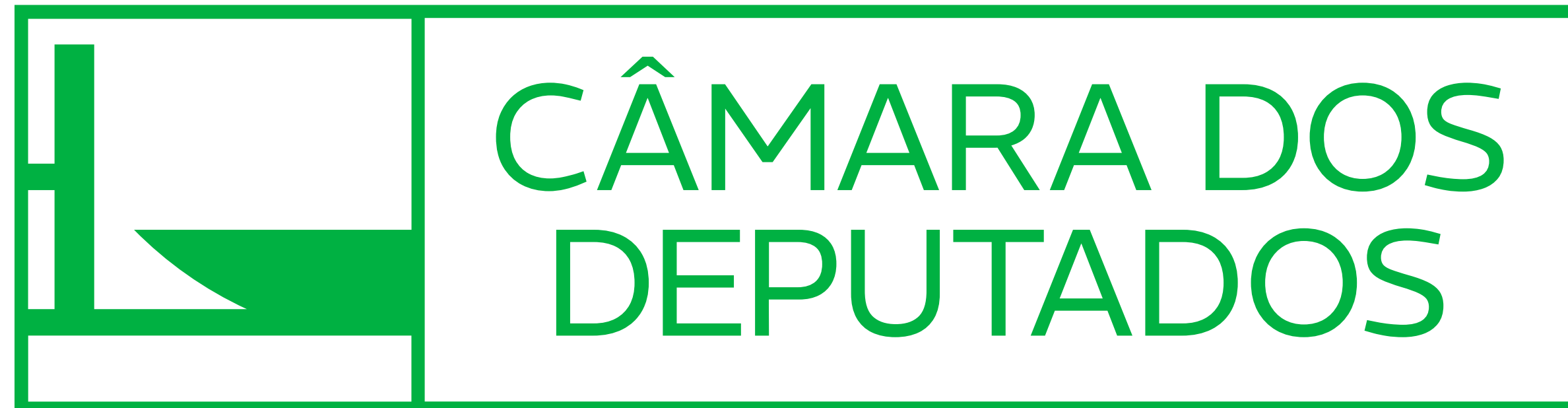
**HEX** 414042

**CMYK** 0 0 0 90

# Versão Positiva



# Versão Filetada

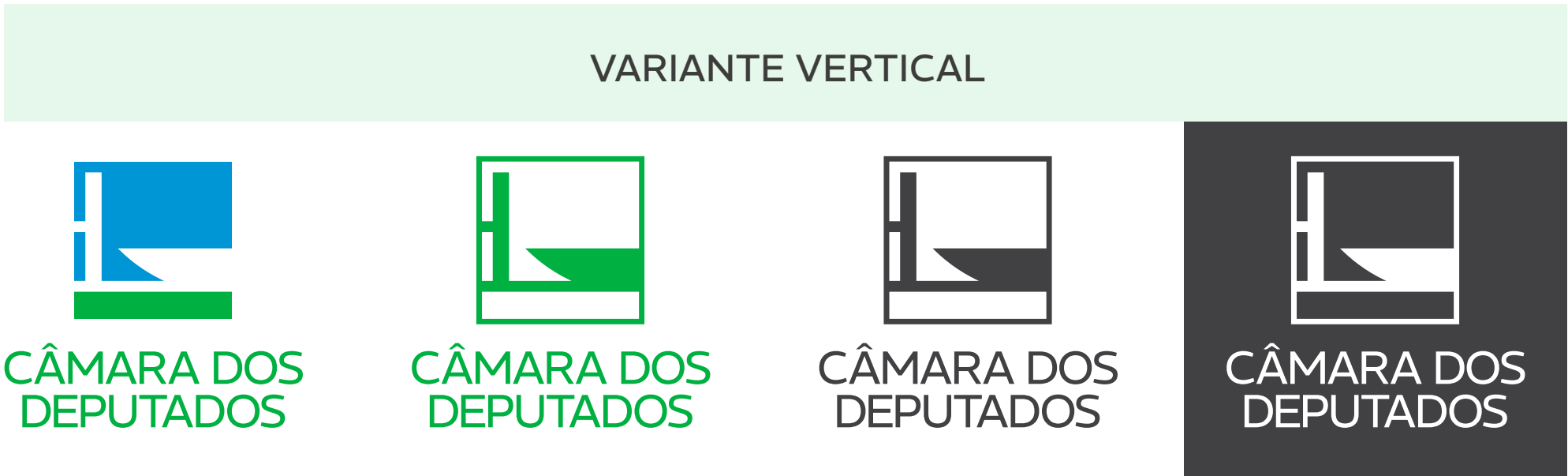


# Variantes de uso

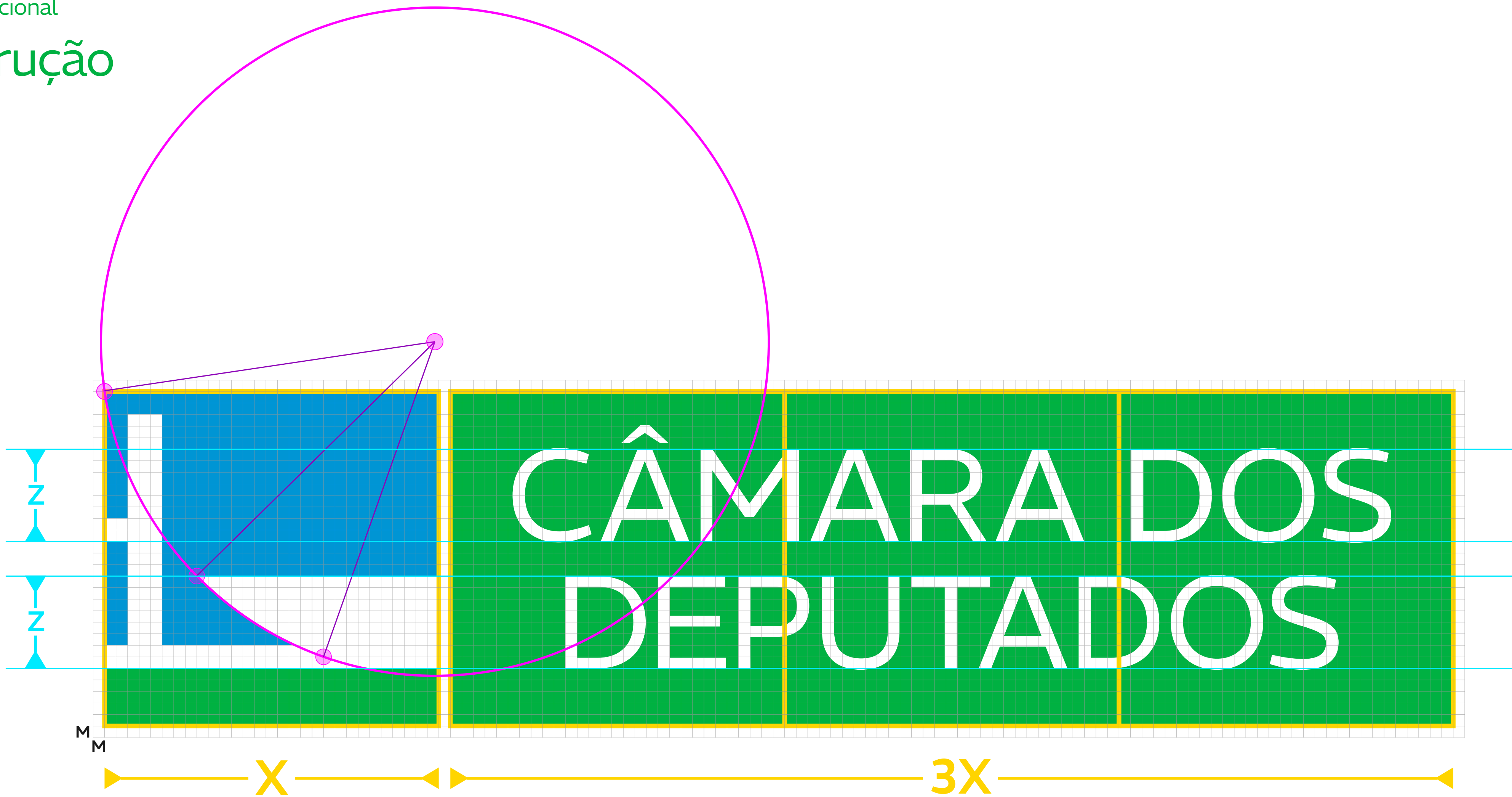
Diferentes **formatos e formas de aplicação** da marca garantem a sua adaptação a diferentes espaços e suportes. Contudo, para preservar a **identidade visual** da Casa, é necessário seguir as **regras** aqui expostas e utilizar apenas os **arquivos** disponíveis na versão digital deste manual.

A **Variante Ícone** é de uso exclusivo na comunicação interna da Casa e seus respectivos canais de mídia, e também da TV Câmara e do YouTube.

As versões filetadas da marca podem ser usadas em outras cores sólidas, adaptando-se a diversos contextos gráficos.







# Área de proteção

A **área de proteção** ao redor da marca gráfica deve corresponder à **metade da altura do símbolo**. Para garantir uma boa visibilidade da assinatura, nenhum outro elemento do *layout* pode ultrapassar esse espaço.



# Escala de redução

O limite de redução da marca é definido pela altura de 20 pixels para uso em formatos digitais e 4 milímetros para outros formatos.

Com a **Variante Ícone**, o limite é definido por 16 pixels para uso em formatos digitais e 6 milímetros para outros formatos.

20px/4mm I 

## Ícone

  
16px/6mm

# Usos proibidos da marca

Veja abaixo exemplos de **aplicação indevida** da marca.

Para evitar esses erros, utilize apenas os **arquivos** disponíveis no site [cd.leg.br/marca](http://cd.leg.br/marca)



CORES





POSIÇÃO DO ÍCONE





CONTORNO





TIPOGRAFIA





PROPORÇÕES





ARESTAS





# ASSINATURAS DAS UNIDADES INTERNAS COM SEUS SERVIÇOS E PROGRAMAS

# 02

# Assinaturas de Unidades Administrativas

A comunicação da Câmara dos Deputados com o **público externo** **não deve incluir** a assinatura das unidades administrativas.

Nos casos de comunicação dirigida ao **público interno**, como parlamentares, servidores e colaboradores da Casa, o uso da assinatura das unidades administrativas é facultativo, desde que seja aplicada com o logotipo na Versão Preferencial, e que sejam seguidas as diretrizes deste manual.

Nas assinaturas, é vedado o uso de siglas ou acrônimos, como, por exemplo, “Direx” em vez de “Diretoria Executiva de Comunicação e Mídias Digitais”.

Nesses casos, utiliza-se a tipografia principal em sua variação Regular.

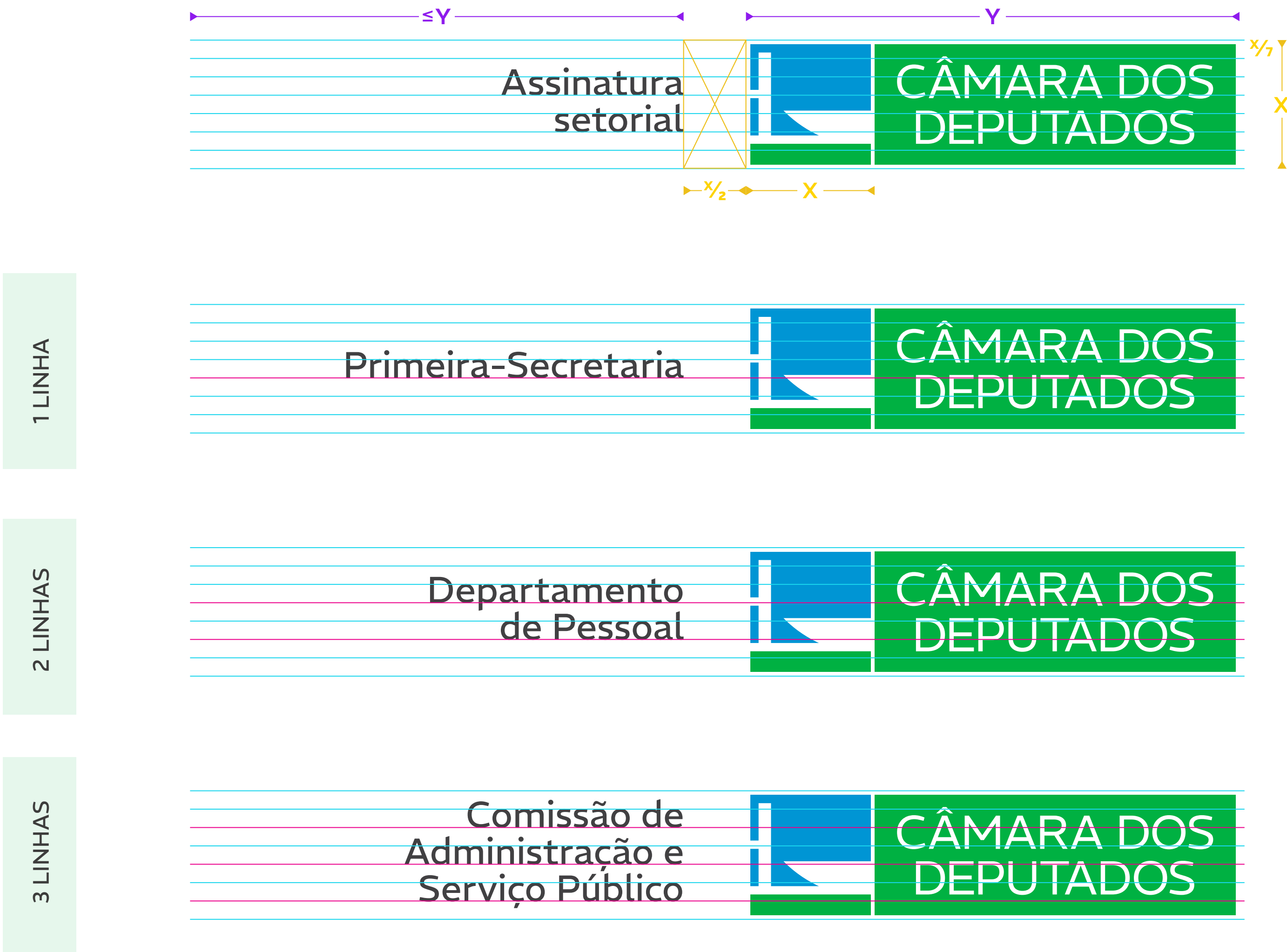
Departamento  
de Pessoal



# Assinaturas de Unidades Administrativas

Ficam definidos os critérios para uso e padronização da assinatura de unidades administrativas:

- Os **nomes das unidades** devem ter alinhamento vertical centralizado, com o texto alinhado à margem direita.
- Unidades com **nomes longos** podem assinar em até 3 linhas, respeitando o limite de comprimento da medida Y e a altura máxima de X/7 para as letras minúsculas.
- A cor primária da assinatura é o **Cinza CD** (ver página 5 deste Manual). Em caso de ilegibilidade, usar branco ou preto.



# Assinatura conjunta entre unidades

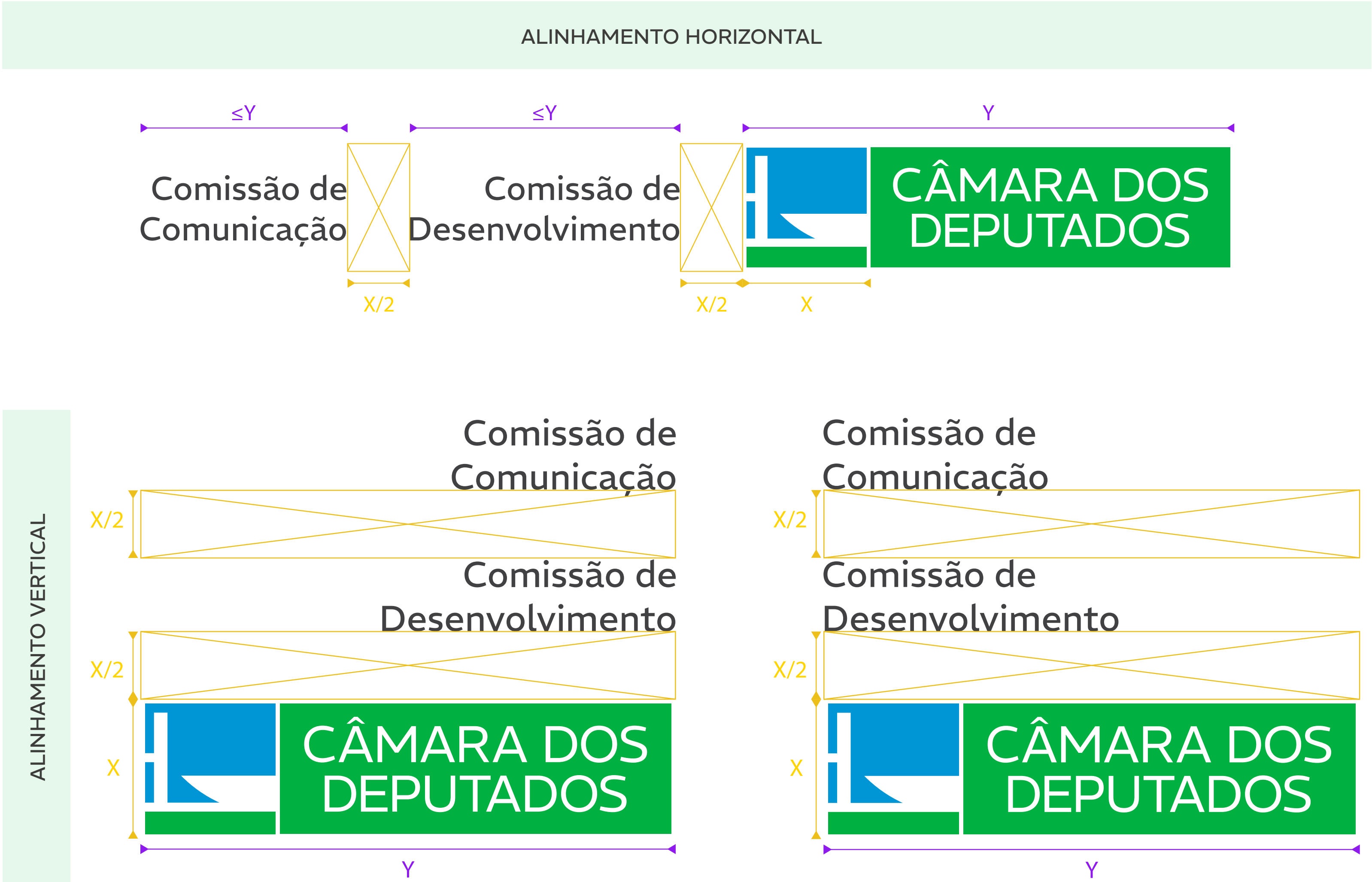
Quando mais de uma unidade administrativa assinar a peça, deve-se observar a **hierarquia** entre elas. Para unidades do mesmo nível hierárquico, aplica-se a **ordem alfabética**.

A marca gráfica da Câmara dos Deputados deve ser posicionada sempre à direita ou abaixo do conjunto de assinaturas.

As unidades assinam conforme os critérios:

- **versão horizontal:**  
da esquerda para a direita;
- **versão vertical:**  
de baixo para cima.

O limite máximo é de 3 unidades administrativas. Havendo necessidade de incluir mais assinaturas, utiliza-se exclusivamente a marca da Câmara, sem identificação das unidades.





# CRITÉRIOS PARA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS

Tanto a menção de pessoas físicas quanto a de instituições e órgãos externos à Câmara dos Deputados deve obedecer a critérios definidos pela Diretoria Executiva de Comunicação e Mídias Digitais (Direx) por meio da Coordenação de Comunicação Institucional e Divulgação (Comid) — área responsável por receber, analisar e autorizar o material de divulgação, em conformidade com o Ato da Mesa nº 69/2010.

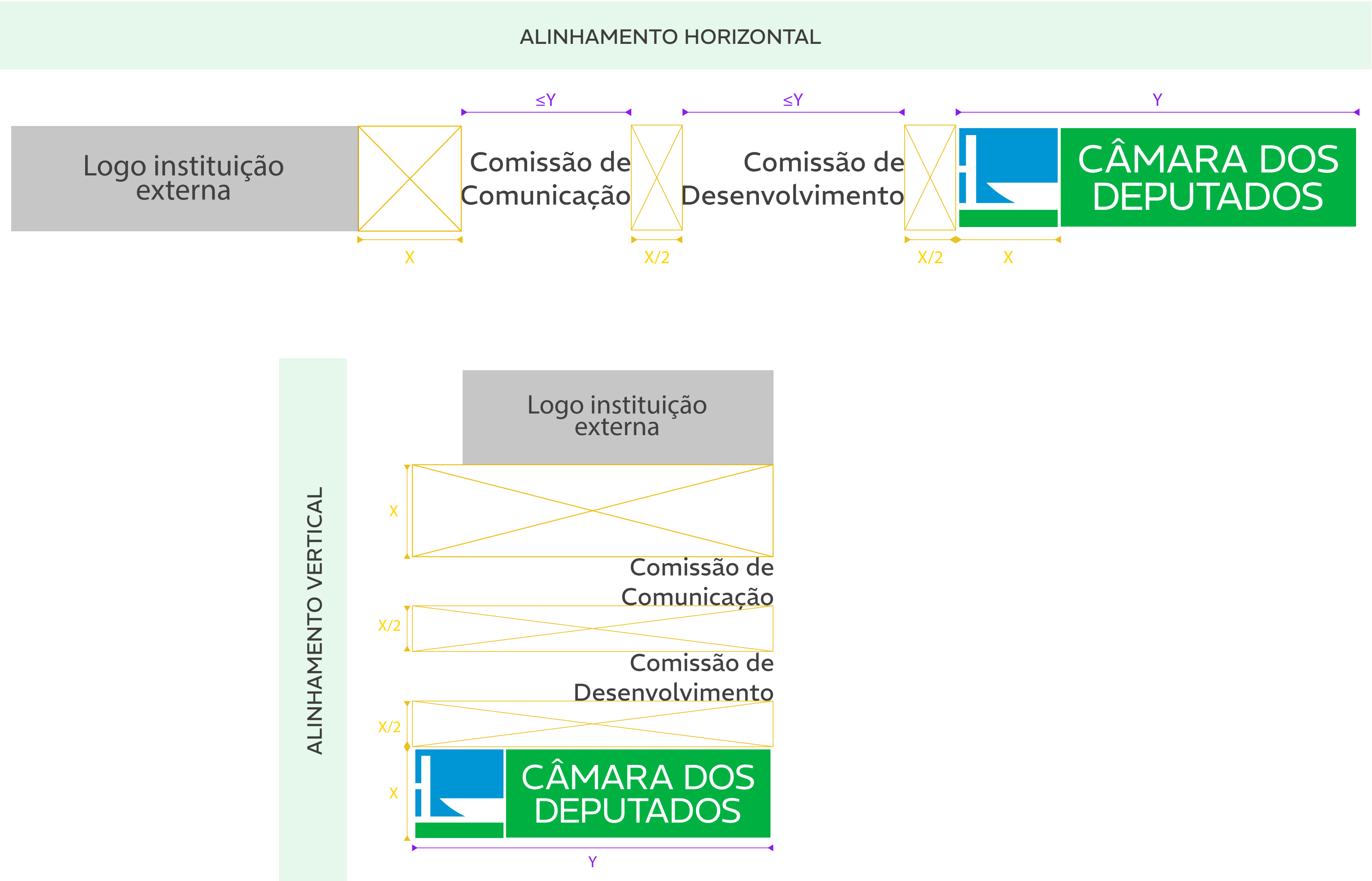
# 03

# Assinatura conjunta com instituições externas

**Obrigatoriedade:** todo material de divulgação produzido pela Câmara ou em parceria com outras instituições deve conter a marca da Câmara dos Deputados.

**Posicionamento:**

- **Marca da Câmara** → sempre à extrema direita do *layout* (com ou sem a rubrica “Realização”).
- **Outras marcas** → sempre à esquerda da marca da Câmara, sob as rubricas “Apoio”, “Patrocínio” ou “Parceria”.



# Definições de naturezas e rubricas

## REALIZAÇÃO:

**Quem organiza, sedia, idealiza e propõe o evento**, com responsabilidade pela mobilização, coordenação e suporte técnico (não necessariamente com aporte financeiro).

## APOIO:

**Fornecimento de recursos** (financeiros ou não), limitado a parte do evento.

## PATROCÍNIO:

**Aporte financeiro integral**, por cotas ou via permuta.

## PARCERIA:

**Envolvimento conjunto** desde o início do projeto, sempre com relação direta com o realizador.

# Formas de inserção

## 1. Dispensa de avaliação prévia:

- Órgãos da Administração Pública (Executivo, Legislativo ou Judiciário).
- Instituições com acordo de cooperação técnica com a Câmara.
- Empresas conveniadas, quando o conteúdo tratar do próprio convênio.

## 2. Mediante análise da Direx/Comid:

- Instituições públicas, fundacionais ou particulares de notório reconhecimento.

## 3. Mediante análise da Presidência e instrução da Direx/Comid:

- Partidos políticos e entidades a eles ligadas.
- Empresas privadas patrocinando eventos administrativos, culturais ou de debate.
- Sindicatos, associações e entidades de classe.
- Outros casos não previstos.

## 4. O uso do brasão [Armas Nacionais](#) se mantém nas publicações oficiais de nível federal utilizando também a tipografia principal da marca. Os modelos de papelaria oficial da Câmara dos Deputados podem ser solicitados diretamente pelos [gabinetes](#) e [órgãos](#).

# Assinatura em peças produzidas internamente

Ao solicitar a inserção de marcas de instituições coorganizadoras, parceiras, patrocinadoras ou apoiadoras de ações, programas ou eventos promovidos nas dependências da Câmara dos Deputados, o solicitante deve entrar em contato com a Coordenação de Comunicação Institucional e Divulgação – Comid para:

- Informar a natureza da participação (realização, apoio, patrocínio ou parceria).
- Fornecer **arquivo vetorizado da marca** e seu **Manual de Identidade Visual**.





# Assinatura em peças produzidas externamente

Uso da marca da Câmara somente com autorização da **Comid**.

Os arquivos, manuais e especificações da marca podem ser encontrados em [cd.leg.br/marca](http://cd.leg.br/marca)

Fica **proibido** o uso da marca:

- Em eventos pagos (Portaria nº 69/2007).
- Quando houver apenas cessão de espaço pela Câmara.

## Menções individuais

### DEPUTADOS (COM PARTIDO E ESTADO)

podem ter o nome em peças somente se:

- Forem palestrantes, debatedores, moderadores ou membros da Mesa de Abertura.
- Forem membros da Mesa Diretora, presidentes de Comissão ou Subcomissão.
- Estiverem relacionados a lançamento de frentes ou grupos parlamentares.
  - » É vedado o uso de imagens individuais, dados curriculares ou biográficos.

### DIRETOR-GERAL E SECRETÁRIO-GERAL DA MESA:

- Podem encabeçar convites.
- Nome pode aparecer em programações apenas como palestrantes, debatedores, moderadores ou membros da Mesa de Abertura.

### SERVIDORES DA CASA:

Podem ter o nome em peças se:

- Forem autores de obras artísticas lançadas ou exibidas.
- Participarem de peças de cunho testemunhal.
- Forem palestrantes ou ministrarem cursos.
  - » O uso de imagem ou dados curriculares depende da avaliação da Comid.

# Criação de novas marcas e assinaturas

É vedada a criação de marcas e selos para unidades administrativas, seus serviços, produtos e efemérides na comunicação dirigida ao público interno da Casa. Por isso, utiliza-se a assinatura das unidades administrativas.

O uso de marcas, selos e identidade visual própria é restrito a produtos, serviços, programas e eventos da Câmara dos Deputados que mantêm relacionamento constante com o público externo, como as emissoras de TV e rádio, o programa “Plenarinho”, o evento “Encontro com a Autora”, projetos editoriais, exposições artísticas e afins.

Essas marcas devem ser enviadas para análise da Comid, que avaliará os aspectos como:

## **CREDIBILIDADE E SERIEDADE**

Devem transmitir confiança, sobriedade e legitimidade, com valores compatíveis à Câmara. É preciso evitar propostas ambíguas, caricatas, excêntricas ou tecnicamente disfuncionais.

## **COERÊNCIA INSTITUCIONAL**

A marca deve facilitar o reconhecimento da Instituição, a comunicação com o público e o serviço ao cidadão. Precisa ser clara, acessível e objetiva, trazendo diferenciação (cores, símbolos, slogans) sem grandes rupturas com a identidade visual da Câmara.

## **LIMITES LEGAIS E INSTITUCIONAIS**

Deve preservar a imagem institucional e seguir boas práticas de comunicação governamental em relação à sociedade e aos demais Poderes.

---

Em caso de dúvidas sobre o Manual de Identidade Visual, fale diretamente com a Coordenação de Comunicação Institucional e Divulgação – Comid por meio do [publicidade@camara.leg.br](mailto:publicidade@camara.leg.br)

