

LIVRO DA MARCA

Guia de identidade verbal e visual do Serpro



1.0	INTRODUÇÃO	03	3.10	Área de proteção	34	9.0	MÍDIAS SOCIAIS	65
1.1	Sobre o livro	04	3.11	Uso de Degradê	35	9.1	Facebook	66
1.2	O Serpro	05	3.12	Limites de redução	36	9.2	X	67
1.3	Propósito, visão e valores	06	4.0	ELEMENTOS BÁSICOS	37	9.3	Instagram	68
1.4	Plataforma de marca	07	4.1	Cores	38	9.4	Linkedin	69
1.5	Arquitetura de marca	08	4.2	Cores	39	10.0	VÍDEO	70
2.0	TOM DE VOZ	09	4.3	Cores	40	10.1	Marca	71
2.1	Nosso tom	10	4.4	Cores	41	11.0	SEGURANÇA DE ACESSO	72
2.2	Nosso discurso	11	4.5	Cores	42	11.1	Crachás de Identificação	73
2.3	Sobre o que o Serpro fala	12	4.6	Ilustração	43	11.2	Crachás de Identificação	74
2.4	Como o Serpro escreve	13	4.7	Fundos	44	11.3	Cartão de Estacionamento	75
2.5	Como o Serpro não fala	14	4.8	Interface do usuário - UI	45	12.0	MODELOS E EXEMPLOS	76
2.6	Exemplos - Endomarketing	15	4.9	Fontes	46	12.1	Papelaria	77
2.7	Exemplos - Comunicação Corporativa	16	4.10	Fontes	47	12.2	Papelaria	78
2.8	Exemplos - Notícia externa	17	4.11	Tipografia	48	12.3	Papelaria	79
2.9	Exemplos - Inbox Facebook	18	5.0	ÍCONES	49	12.4	Documentos	80
2.10	Exemplos - Relacionamento Institucional	19	5.1	Dimensões e grade construtiva	50	12.5	Escritório	81
2.11	Exemplos - Site de Serviço	20	5.2	Famílias	51	12.6	Material Digital	82
2.12	Exemplos - Publicações em redes sociais	21	6.0	FOTOGRAFIA	52	12.7	Material Digital	83
2.13	Exemplos - E-mail Marketing	22	6.1	Diretrizes técnicas	53	12.8	Peças de Divulgação	84
2.14	Exemplos - Artigo Técnico	23	6.2	Fundos fotográficos	54	12.9	Assinaturas de E-mail	85
3.0	MARCA	24	6.3	Composição	55	13.0	SUPORTE	86
3.1	Nova marca	25	6.4	Composição	56	13.1	Suporte	87
3.2	Tipos de assinaturas	26	6.5	Posicionamento de imagens	57			
3.3	Tipos de assinaturas	27	7.0	ELEMENTOS DE APOIO	58			
3.4	Tipos de assinaturas	28	7.1	Key Visual	59			
3.5	Situações de uso	29	8.0	CO-BRANDING	60			
3.6	Posicionamento e margem	30	8.1	Marcas de parceiros	61			
3.7	Versão monocromática	31	8.2	Assinaturas conjuntas	62			
3.8	Aplicação sobre fundos	32	8.3	Cartela de marca	63			
3.9	Usos indevidos	33	8.4	Outras parcerias	64			

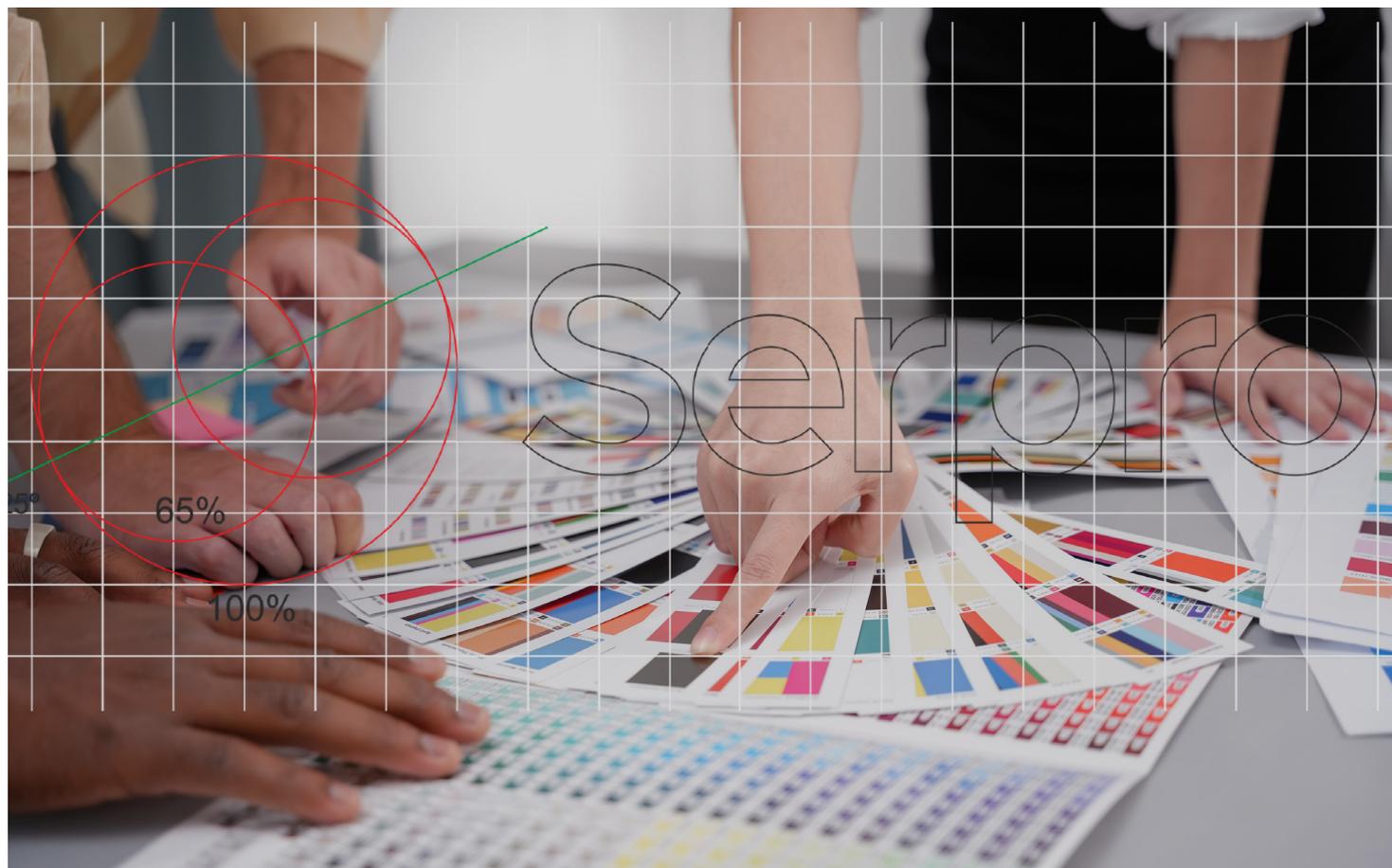
INTRODUÇÃO

1.1 SOBRE O LIVRO

Olá! À medida que crescemos e geramos oportunidades de negócios em novos mercados e ampliamos consideravelmente o contato com diferentes públicos, é fundamental que tenhamos um direcionador coeso que apresente a estratégia de nossa marca, e que também possibilite seu crescimento. Crescer significa gerar valor para os clientes que chegam, aumentar a satisfação e a felicidade dos que já estão conosco, e proporcionar à sociedade, aos nossos funcionários e a todos os públicos de interesse do Serpro uma experiência de marca consistente em todos os pontos de contato.

Este livro de marca define nossas diretrizes principais e tem o objetivo de servir como guia para todos da organização. Ele é um documento vivo, dinâmico e em constante evolução (“always beta”), e será atualizado à medida que testarmos e aprendermos com as implementações. Ajude-nos a manter a consistência, resiliência e inovação de nossa marca, aplicando as informações contidas neste livro em seu dia a dia.

Dessa forma, falaremos a mesma língua através da unicidade do discurso e estaremos alinhados à estratégia empresarial.



1.2 O SERPRO

Uma das maiores empresas públicas de tecnologia da informação do mundo, que inova e oferece soluções de alto valor agregado aos seus clientes e à sociedade. Há mais de 50 anos desenvolve soluções que viabilizam o controle, a transparência e simplificam o relacionamento da sociedade com o governo.

Com uma infraestrutura de rede presente em todo o território nacional, os mais de 9 mil empregados trabalham para atender cerca de 1500 clientes, entre órgãos da administração e entidades públicas e privadas. São mais de 30 bilhões de transações processadas anualmente nos centros de dados, quase 1000 operações por segundo.



1.3 PROPÓSITO, VISÃO E VALORES



NOSSO PROPÓSITO

Prover soluções inteligentes para transformação e inclusão digital.



NOSSA VISÃO

Construir o melhor Governo Digital para o cidadão.



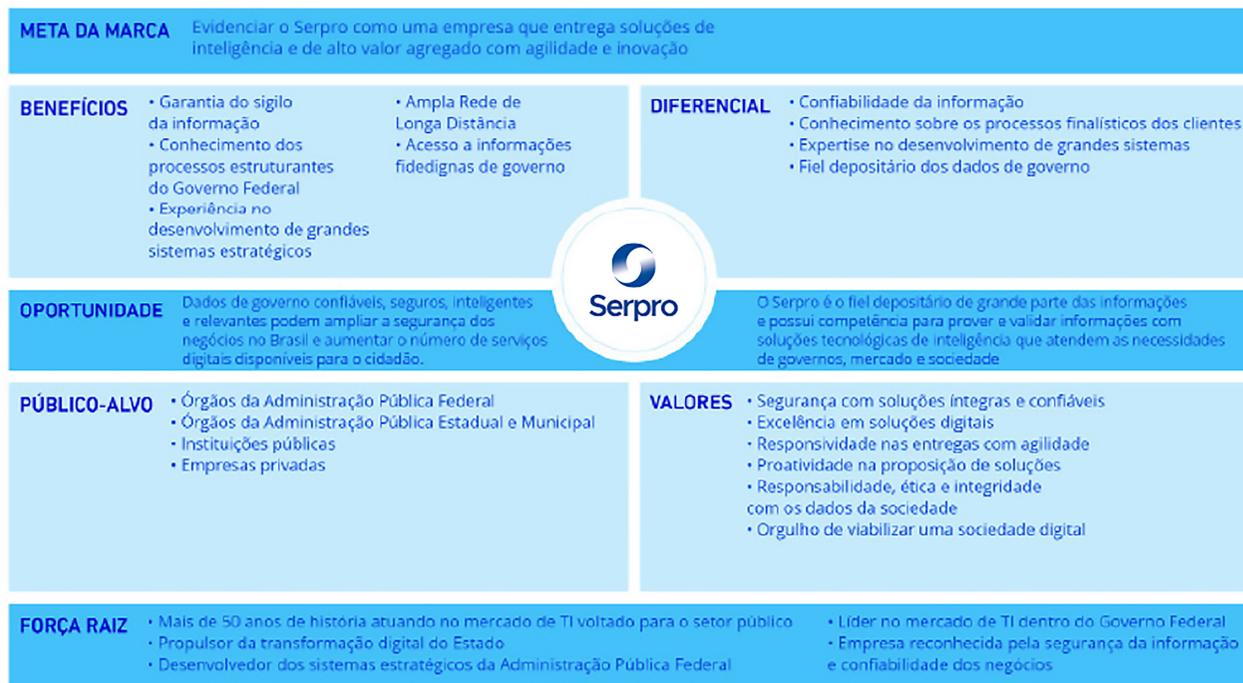
NOSSOS VALORES

- Bem estar do(a) empregado(a).
- Felicidade do cliente
- Segurança da informação
- Integridade
- Soberania dos dados
- Inovação
- Diversidade
- Sustentabilidade

1.4 PLATAFORMA DE MARCA

A plataforma de marca é a síntese de todas as informações levantadas e discutidas de uma empresa. Nesta plataforma estão contidos os pilares que sustentam o que a empresa vive, promete e acredita. São os valores de marca mais importantes e sólidos de uma organização.

A plataforma de marca do Serpro é estruturada em sete pilares: meta da marca, benefícios, diferencial, oportunidade, público-alvo, valores e força raiz.



1.5 ARQUITETURA DE MARCA

Nossos esforços visam a construção de uma marca Serpro única e unificada para todos os seus públicos de interesse e audiências. Todas as experiências com a nossa marca, seja no âmbito corporativo, nas linhas de negócio ou em seus produtos têm o objetivo final de influenciar e fortalecer a marca Serpro.

PAPEL NA CONSTRUÇÃO DA MARCA CORPORATIVA

CORPORATIVO

Criar maior reconhecimento da marca Serpro, através de conexões emocionais, e tornar mais fácil para os grupos de interesse o entendimento da marca Serpro.

LINHAS DE NEGÓCIO

Ampliar a visão de mercado e prestar serviços cada vez mais digitais, transformadores e integrados por meio de soluções que são disponibilizadas através de seis grandes linhas de negócio.

PRODUTOS

Oferecer serviços especializados para os setores privado e público, baseados em informações de governo com oferta de produtos diversificados.



TOM DE VOZ

2.1 NOSSO TOM

O Serpro busca diariamente **facilitar a forma como o Estado trabalha e como se relaciona com os cidadãos**. Somos uma empresa que entrega soluções de inteligência e de alto valor agregado, com agilidade e inovação. Por isso, temos como missão “Conectar Estado e sociedade com soluções digitais inovadoras”.

O Serpro é uma empresa pública de tecnologia da informação e a maneira como se expressa constrói um **relacionamento baseado na confiança mútua** com os nossos públicos interno e externo.

A gente se comunica para transmitir os valores e a personalidade de uma marca reconhecida pela **ética, integridade e transparência**.

Nós investimos em **entender plenamente as dúvidas**, as críticas e as sugestões, cultivando ambientes harmônicos e respeitosos, focados em **escutar quem fala conosco**.

O tom de voz do Serpro transporta a **seriedade que a atuação estatal exige** e também a determinação de fazer mais e melhor, **sempre conectado** e atualizado com o estado da arte da tecnologia.

Palavras e frases-chave:

Confiança

Ética

Seriedade

Integridade

Transparência

Escutar quem fala conosco

Conectado

Atualizado



2.2 NOSSO DISCURSO

EXTERNO

Ser reconhecida como a empresa que viabiliza o governo digital é o foco da nossa visão corporativa. É com esse horizonte no olhar que atuamos como protagonista da implementação de um novo paradigma de gestão pública global: um governo sem burocracia, acessível em tempo real e de qualquer lugar.

Conectamos governo e sociedade com tecnologias inteligentes e capazes de transformar o ambiente de negócios do país. Mas queremos mais, queremos ser uma das principais referências em tecnologia e segurança porque temos condições de oferecer soluções inovadoras, eficazes, seguras e confiáveis, além de cultivar parcerias positivas para o nosso negócio.

INTERNO

Nosso tom de voz começa em casa. O êxito da empresa nasce de profissionais comprometidos e engajados na excelência do atendimento às necessidades dos clientes, sempre atentos ao cumprimento da missão institucional.

No Serpro, praticamos o reconhecimento profissional e a valorização dos resultados das equipes. Estamos comprometidos a oferecer um ambiente plural e sustentável, com foco na transformação do ambiente e das pessoas que constroem a marca Serpro dia após dia.

Palavras e frases-chave:

Reconhecimento

Governo digital

Gestão pública

Tecnologia

Negócios

Engajamento

Segurança

Equipes

Sustentabilidade



2.3 SOBRE O QUE O SERPRO FALA

O Serpro tem interação com os diferentes segmentos da sociedade: governo, cidadão e empresas. Falamos sobre tecnologia, gestão pública, governo digital, cidadania e desenvolvimento social. **E falamos sobre o que for relevante para nossos públicos.**

Nós sempre avaliamos os contextos e os anseios de quem fala conosco e, assim, estamos sempre nos adaptando às situações que se apresentam, **focando em informar e resolver problemas.**

Com o radar ligado em todo o mundo, **estamos continuamente tratando de novos temas**, principalmente aqueles que envolvem o uso da tecnologia para atender melhor ao cidadão, aperfeiçoar os ambientes de negócio e modernizar a administração pública.

Como a evolução se faz em contato com a diversidade de pessoas e pluralidade de ideias, **a nossa postura é dialógica**: mira a interatividade. Valorizamos a clareza dos nossos argumentos tanto quanto o entendimento dos contrapontos que nos são oferecidos.

O Serpro sabe que a transformação digital, para conectar ainda mais pessoas, empresas e governos, acontece no dia a dia, no cotidiano vivido junto com você. **Estamos prontos para conversar. Olá!**

Palavras e frases-chave:

Tecnologia

Gestão pública

Governo digital

Desenvolvimento social

Cidadania

Interatividade

Transformação digital



2.4 COMO O SERPRO ESCREVE

Para o Serpro, **o diálogo com seus públicos** é um compromisso. Sempre realizado de modo sério, confiável e buscando a proximidade com os interlocutores. Nós escrevemos como se fosse uma conversa presencial.

Utilizamos a norma culta da língua como padrão, procurando precisão e objetividade para a **melhor compreensão**.

A nossa postura é sempre receptiva, gentil e amigável. A gente também vai direto ao ponto, porque **entendemos o valor das respostas ágeis**.

Frequentemente, utilizamos a primeira pessoa para nos referirmos à empresa, com o sentido tanto de nos aproximarmos de quem nos lê quanto de realçarmos que há gente aqui, constituindo o Serpro, comprometendo-se com sua missão e seus objetivos.

Eventualmente, podemos utilizar a expressão “a gente”,

substituindo o “nós”. Podemos também usar emoticons e “você” para nos referirmos às pessoas.

Pensando na fluidez da leitura, **nos permitimos usar uma linguagem mais próxima da fala cotidiana**, como dizer “nos permitimos” no início da frase, em vez de “permitimo-nos”. Ou retirar aspas e não usar itálico quando incluímos uma expressão estrangeira há muito utilizada, em especial no ambiente da tecnologia, como online.

O Serpro usa termos em inglês e expressões técnicas comuns na tecnologia. Nós temos o maior prazer em “traduzir” e explicá-las, mesmo as mais populares no nosso mercado de atuação, para que o entendimento seja completo.

Em prol da pluralidade, **temos práticas de linguagem inclusiva nos textos**, que também se estendem aos critérios para a seleção e criação de fotos e imagens.

Palavras e frases-chave:

Proximidade com os interlocutores

Respostas ágeis

Postura receptiva, gentil e amigável

Fala cotidiana

Expressões técnicas

Linguagem inclusiva



2.5 COMO O SERPRO NÃO FALA

O Serpro não é conivente ou omissivo com ações indevidas.

Estamos abertos a ouvir, apurar e dar o devido tratamento a denúncias e outros questionamentos que cheguem até nós.

Nos nossos diálogos, **não há espaço para preconceitos e para a discriminação de pessoas.**

O Serpro preza pelo bem-estar coletivo, respeitando as diferenças, as características individuais e a liberdade de opinião.

Palavras e frases-chave:

Não toleramos preconceito e discriminação

Bem-estar coletivo

Respeito às diferenças

Liberdade de opinião



2.6 EXEMPLOS

ENDOMARKETING

EMAIL MARKETING

Nessa peça publicitária, usamos uma pesquisa para interagir com os empregados e promover o engajamento em temas relevantes para a empresa.



Pesquisa: Cultura em Segurança da Informação no Serpro

Participe desta pesquisa que tem por objetivo conhecer o engajamento dos empregados, do corpo funcional e gerencial, sobre a segurança da informação do Serpro. O questionário possui garantia de anonimato e sigilo das respostas.

A pesquisa é uma iniciativa da Superintendência de Segurança da Informação (Supsi) e conta com apoio da Superintendência de Educação (Suped). Os resultados serão importantes para a formulação de ações de melhoria que contribuem para a excelência da governança corporativa em segurança da informação.

O questionário estará disponível até o dia 10 de julho de 2020.

[Acesse aqui e participe.](#)



2.7 EXEMPLOS

COMUNICADOS CORPORATIVOS

NOTÍCIA INTRANET SERPRO

O uso de metáforas e associação com temas do momento marcam a comunicação interna. O foco é a busca do engajamento com um texto descontraído, mas que é claro quanto aos resultados desejados.

NOTÍCIAS

Serpro lança nova metodologia de gestão de riscos

Gestão Administrativa

Saiba o que mudou no referencial usado para identificar, avaliar, tratar e monitorar os riscos da empresa

 Tweetar

 Curtir 0



O Serpro aprovou uma nova versão para sua metodologia de gestão de riscos. Principal referencial para identificação, avaliação, tratamento e monitoramento dos riscos da empresa, a metodologia abrange as dimensões de riscos estratégicos, projetos e operacionais. Define, também, os papéis dos diversos elementos da gestão de risco: agentes, responsáveis, aprovadores, superintendente, comitês e diretoria.

O gerente do departamento de Controles Internos e Riscos, Francisco Ribeiro, explica que a metodologia resume toda estratégia de gestão de riscos adotada pela empresa, pois orienta e padroniza a implementação, manutenção e monitoramento da gestão de riscos no Serpro.

2.8 EXEMPLOS

NOTÍCIA EXTERNA

PORTAL CORPORATIVO

Direto ao assunto! No título e na descrição, destacamos como o serviço é vantajoso para o cidadão e para o órgão público contratante. Informações adicionais são dadas de forma concisa no primeiro parágrafo.

IMPOSTO DE RENDA

e-Defesa ganha aprimoramentos que facilitam ainda mais a vida do cidadão

O sistema permite a entrega virtual de impugnação de notificação de lançamento de Imposto sobre a Renda de Pessoa Física (IRPF)



📄 🐦 in f

Comunicação do Serpro
15 de janeiro de 2021

Imagine você ser notificado que caiu na malha fina da Receita Federal do Brasil (RFB) e não saber como proceder? Essa é uma das situações em que o e-Defesa pode te ajudar. Desenvolvido pelo Serpro, o sistema é uma solução tecnológica que disponibiliza, ao cidadão, vários recursos para simplificar e auxiliar no preenchimento de impugnação de notificação de lançamento de imposto sobre a renda de pessoa física (IRPF), sem que haja necessidade de o contribuinte dirigir-se fisicamente à instituição.

O sistema permite elaborar diversos requerimentos, caso a declaração do Imposto de Renda (DIRPF) caia na malha fiscal. Nesses casos, ele pode concordar e fazer o pagamento, inclusive parcelar e, se discordar, impugnar os valores, é o que se chama defesa. “Com a implantação do novo recurso, que passou a permitir a entrega virtual de impugnação de notificação de lançamento de IRPF, o contribuinte tem mais

2.9 EXEMPLOS

INBOX FACEBOOK

LIVE CHAT

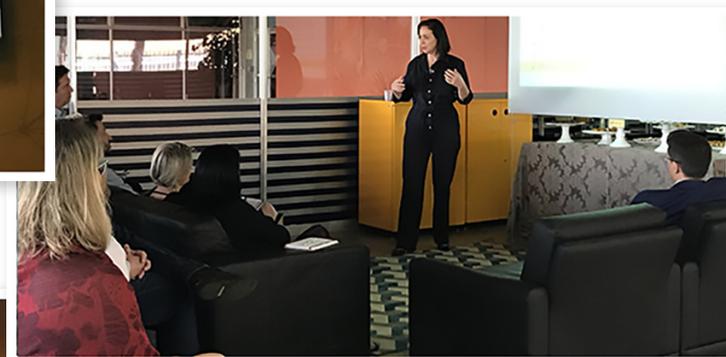
O Serpro oferece alternativas quando a solicitação do cidadão não está ao alcance da empresa. Nós não nos limitamos a apenas responder sim ou não a uma pergunta.

The screenshot shows a Facebook Live Chat interface. At the top, the user's profile is displayed: a circular profile picture of a man, the name "João Silva", and the location "Mora em São Paulo". Below this, the chat history is shown. The first message is a grey bubble from the user: "Olá!". The second message is also a grey bubble from the user: "Como faço para trabalhar no Serpro?". The first response is a blue bubble from the organization: "Olá, João. O Serpro contrata empregados por meio de concurso público. No entanto, não há atualmente previsão de novos concursos. Podem existir oportunidades de estágio.". The second message is a grey bubble from the user: "Sério? Se tiver uma oportunidade, me indica!". The second response is a blue bubble from the organization: "Você pode entrar em contato com a nossa Gestão de Pessoas em São Paulo, por e-mail ou telefone.".

2.10 EXEMPLOS

RELACIONAMENTO INSTITUCIONAL

Nosso tom de voz vai além das peças publicitárias, textos institucionais e atendimentos por escrito. Ele está em todos os contatos com clientes e públicos da empresa: com nossos palestrantes, porta-vozes e encontros de negócios.



2.11 EXEMPLOS

SITE DE SERVIÇO

LANDING PAGE SERPROID

Em nossos sites, explicamos o funcionamento da tecnologia de forma descomplicada. Com um título objetivo, fica mais fácil para o público-alvo entender o que é o certificado digital em nuvem que oferecemos.

POR QUE CONTRATAR O SERPROID E NÃO UM CERTIFICADO TRADICIONAL?

Combine toda a segurança do certificado A3 com a mobilidade e praticidade do seu celular ou tablet.

Atenção

O Serpro foi o primeiro Prestador de Serviço de Confiança (PSC) autorizado na ICP-Brasil a emitir e armazenar certificados na nuvem. Ver notícia do site do ITI



Atenção

O Serpro foi o primeiro Prestador de Serviço de Confiança (PSC) autorizado na ICP-Brasil a emitir e armazenar certificados na nuvem. Ver notícia do site do ITI

2.12 EXEMPLOS

PUBLICAÇÕES EM REDES SOCIAIS

FACEBOOK

Priorizamos a conversa direta com você. O texto do *post* é uma pergunta objetiva, que já indica o que será abordado no vídeo. Nossos materiais audiovisuais também buscam explicar, com simplicidade, qualidade e transparência, os novos serviços da empresa.



2.13 EXEMPLOS

E-MAIL MARKETING

Nossa abordagem é cordial, mas sem formalidades excessivas. A pergunta que fazemos já indica o objetivo do contato feito por e-mail. Sem apelações, indicamos possibilidades e oferecemos a oportunidade de saber mais sobre o assunto.



Olá!

Nós estaremos juntos no **Global Security Webinar**, no dia **29 de julho**.

O Serpro é um Patrocinador Global e vai apresentar o **Datavalid**, uma solução que ajuda na redução de fraudes de identidade e desburocratiza processos de forma inovadora.

Seu negócio depende da qualificação cadastral para ser mais eficiente?

O Datavalid consulta as bases originais de governo para validar as informações e faz a verificação dos dados ou imagem enviada por um interessado através de uma API e retorna o índice de similaridade, faixa de probabilidade ou verdadeiro e falso.

Para mais informações, visite nossa página:

loja.serpro.gov.br/datavalid



2.14 EXEMPLOS

ARTIGO TÉCNICO

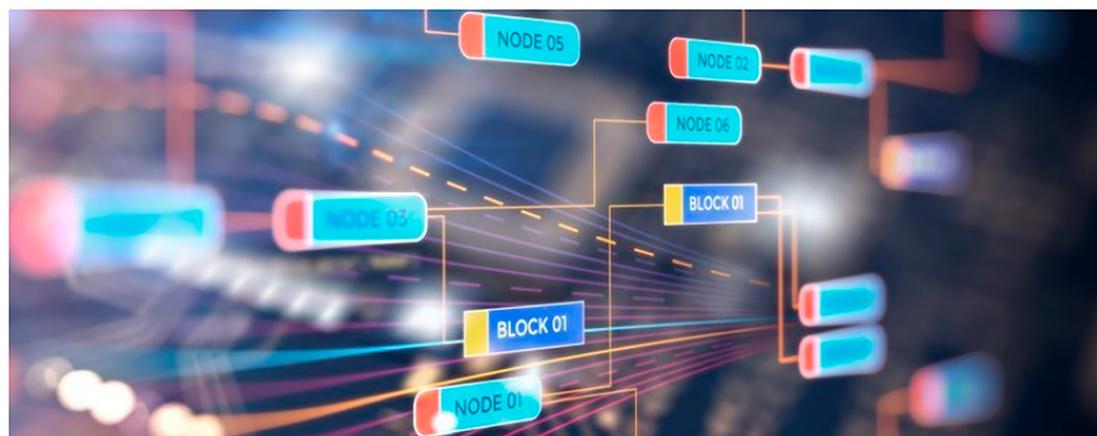
PORTAL CORPORATIVO

Ao discutirmos novas tendências e tecnologias, também conversamos com todos os públicos. Nossos artigos podem abordar os temas de forma bem técnica ou de uma maneira mais acessível, como neste exemplo. Aqui usamos a referência do “livro-caixa” para explicar “*blockchain*”.

Tecnologia

Afinal, Blockchain serve para quê?

Serpro aposta na oferta dessa nova vertente. Confira como a moderna tecnologia pode alavancar os negócios e o atendimento ao cidadão



Um grande “livro-caixa” com os dados registrados simultaneamente em vários computadores: é assim que podemos resumir o que é Blockchain. Conhecido ainda como “cadeia de blocos”, na tradução para o português, ou como “protocolo da confiança”, o Blockchain está sendo cada vez mais explorado mundo afora. E a confiança nele vem justamente do fato de ele ser uma grande rede executada em cima dos protocolos de transferência de dados da internet, possibilitando que transações e negócios sejam feitos de forma automática e com custo reduzido.

O Serpro também aposta no Blockchain, que é considerado uma das dez principais tendências de TI, segundo o Gartner. “O Blockchain vem para provocar uma disrupção e trazer desafios para todos nós que somos gestores e responsáveis pelo setor público”, ressalta a diretora-presidente do Serpro, Glória Guimarães. Ela acredita que a tecnologia ajudará o governo a dar grandes saltos. “Automatizar processos, com segurança, é apenas uma etapa de modernização do serviço público. A segunda etapa é agregar capacidade de análise e de resposta e agilidade que uma simples automação não consegue. A disrupção vem daí, o uso de uma tecnologia inovadora para fazer algo que até então não se fazia”, frisa a presidente.

MARCA

O uso da marca Serpro deve estar presente em todos os produtos corporativos e documentos utilizados pela empresa, interna e externamente.

Sua utilização deve seguir as orientações deste guia, para que consiga manter a coerência e os padrões definidos.

3.1 NOVA MARCA

A marca do Serpro passou por um processo de rebranding para estar mais conectada ao novo ciclo desafiador e dinâmico que a empresa atravessa.

Apesar das mudanças em sua identidade visual, a marca permanece sendo composta por dois elementos: **símbolo** e **logotipo**.



Símbolo



Logotipo



3.2 TIPOS DE ASSINATURA

ASSINATURA HORIZONTAL E VERTICAL

Sempre que possível, a marca deve ser usada com símbolo e logotipo na cor Azul Serpro e ser aplicada, preferencialmente, sobre fundo branco.



Azul Serpro: confira no item 4.1 Cores.

Horizontal (preferencial)



Vertical



3.3 TIPOS DE ASSINATURA

TAGLINE E ASSINATURAS COMEMORATIVAS

A marca do Serpro, em ações específicas orientadas pela área responsável pela gestão da marca pode vir a ser acompanhada por uma assinatura (*tagline*) para traduzir ou reforçar, de maneira ampla, o foco da ação em curso.

A *tagline* pode ser usada, em peças impressas ou digitais e deve estar sempre alinhada à esquerda com o logotipo ou posicionada abaixo deste, de acordo com os modelos ao lado.

No momento de criação da peça, deve-se fazer uma avaliação de qual versão de assinatura é mais adequada para utilização: completa ou compacta.



Taglines e marcas comemorativas são criadas para ser usadas em ações de comunicação específicas e apenas pelo período de duração da ação ou por determinação da área responsável pela gestão da marca.

Assinatura horizontal + tagline



Assinatura vertical + tagline



Assinatura aniversário



3.4 TIPOS DE ASSINATURA

USO DA ASSINATURA DE PRODUTO

Há a possibilidade de uso de uma assinatura específica para soluções desenvolvidas para clientes, onde não é possível assinar com a marca corporativa do Serpro. Nesse caso, faz-se necessário o uso desse modelo, que passa a ser utilizado como chancela da solução, e o destaque principal passa a ser a marca do cliente.

Em todos os demais casos, como em situações onde a solução é do próprio Serpro ou é importante ressaltar parcerias e co-brandings (tema a ser tratado na página 57 deste livro), é necessário o uso da marca corporativa do Serpro.

Versão em cores

PRODUTO | Serpro

Versão negativa

PRODUTO | Serpro

3.5 SITUAÇÕES DE USO

Em algumas peças, a marca Serpro lidera, em outras, ela endossa. Dependendo da situação, os elementos da marca podem ser aplicados separadamente.

LIDERANÇA

Em todas as comunicações de branding e marketing cujo foco é a marca Serpro, ela deve sempre ser aplicada em sua versão completa (símbolo + logotipo) e, preferencialmente, colorida.

ENDOSSO

A marca Serpro é coadjuvante quando ela endossa peças de produtos e/ou marketing de conteúdo. Nesse caso, o foco é o produto, e a marca Serpro entra somente com seu logotipo.

Isso faz com que clientes saibam que a mensagem é do Serpro, mas quem detém o foco da mensagem é o produto (e sua marca).

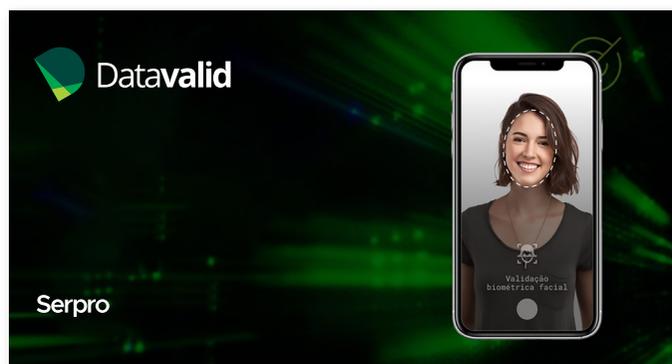
MARCA SERPRO LIDERA

Versão completa (símbolo + logotipo)



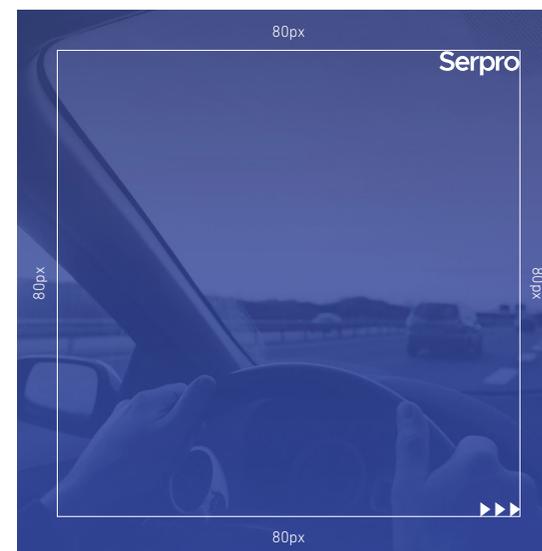
MARCA SERPRO ENDOSSA

Somente logotipo



3.6 POSICIONAMENTO E MARGEM

Para ambas as situações de uso (liderança ou endosso), a marca Serpro deve ser posicionada, preferencialmente, em um dos cantos da peça, sempre com uma área de respiro mínima para a borda.



3.7 VERSÃO MONOCROMÁTICA

De uso restrito, a marca em positivo e negativo deve ser usada apenas quando existe uma limitação técnica, como ausência de cores, que prejudique a aplicação da versão em cores.



A versão em positivo deve ser aplicada sempre com o preto 100%.

Positivo



Negativo



3.8 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

A marca Serpro deve ser aplicada, preferencialmente, sobre fundo branco. É permitida a aplicação sobre fundos coloridos ou imagens, desde que haja contraste suficiente para garantir sua perfeita visualização.

Ao aplicar em fundo claro ou branco, utilizar a versão da marca full color. Ao aplicar em fundo escuro, utilizar o logotipo na cor branca. Nos casos em que a cor de fundo coincidir com o Azul Serpro ou quando não houver contraste suficiente com o símbolo em azul, deve ser usada a versão monocromática em negativo.

SÍMBOLO AZUL + LOGOTIPO AZUL

Sobre fundo claro ou branco.



SÍMBOLO BRANCO + LOGOTIPO BRANCO

Sobre fundos escuros que coincidam com a cor do símbolo azul ou quando não há contraste adequado com este.



3.9 USOS INDEVIDIDOS

É proibida a utilização da marca Serpro em cores alternativas, proporções distorcidas e qualquer outro arranjo que não esteja em conformidade com os padrões de aplicação contidos neste livro.

A marca nunca deve ser utilizada conforme os exemplos ao lado.

Símbolo branco e logotipo azul



Símbolo azul e logotipo branco



Símbolo rotacionado



Elementos desalinhados



Marca rotacionada



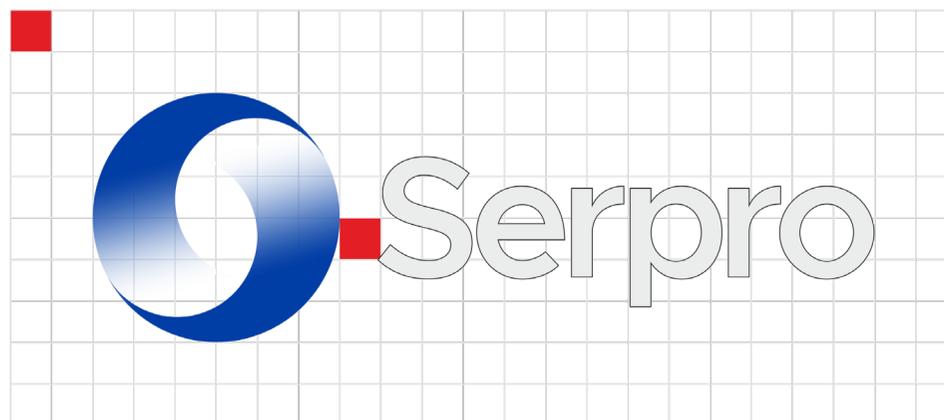
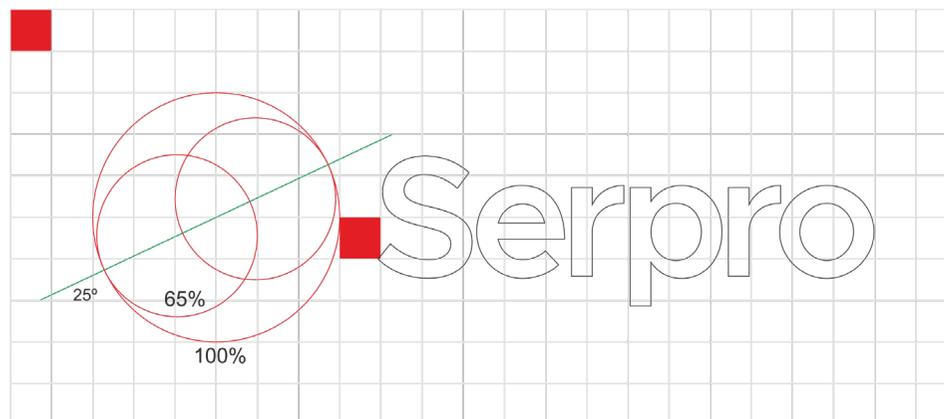
Sem contraste adequado com o fundo



3.10 ÁREA DE PROTEÇÃO

Para garantir a proteção da marca contra interferências, não deve haver qualquer tipo de elementos gráficos, imagens ou textos, na área de proteção.

A distância mínima, vertical e horizontal, entre a marca e outros elementos corresponde à **1x a distância entre o símbolo e o logotipo.**

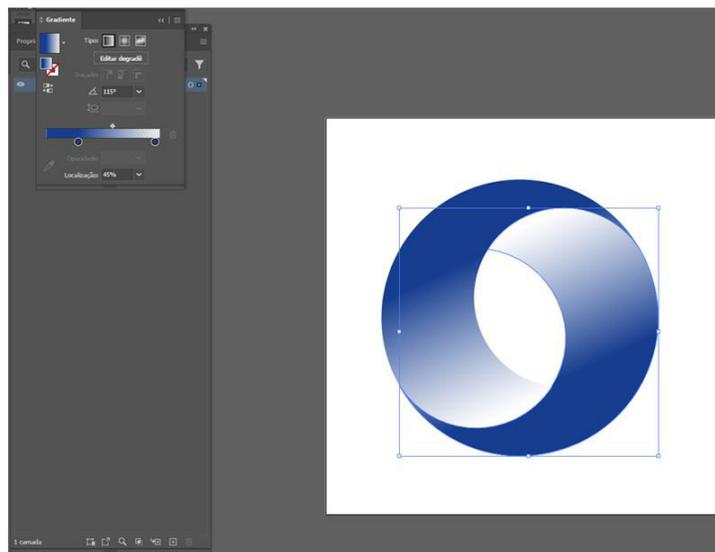
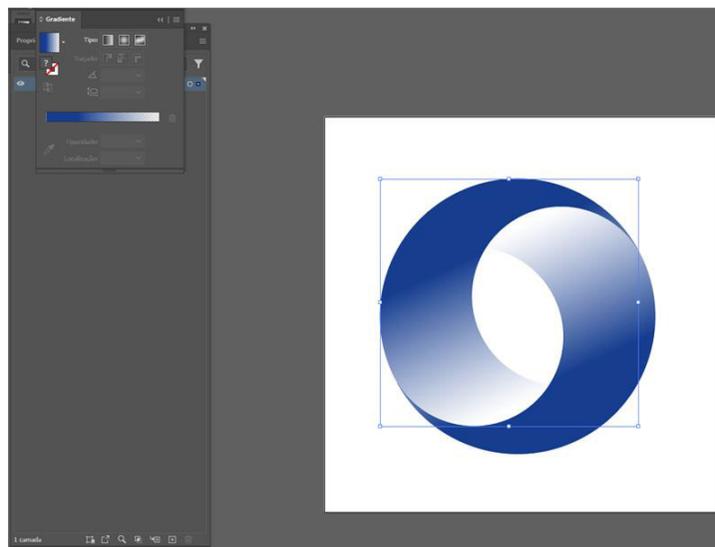


3.11 USO DO DEGRADÊ

Na proposta visual para o símbolo, foi adotado o uso do degradê, de forma que propiciasse uma sensação de movimento e dinamicidade entre os dois elementos gráficos que compõem o símbolo (figuras 1 e 2).

Para a adoção desse efeito, se atentou principalmente na exequidade e possibilidade de aplicação em fundos diversos, sejam claros ou escuros (figura3).

Estrutura de construção do degradê



Figuras 1 e 2

Estudo de aplicação sobre fundos diversos

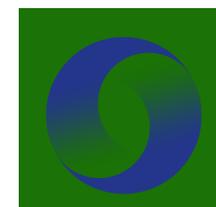
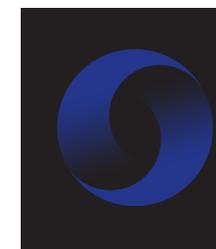
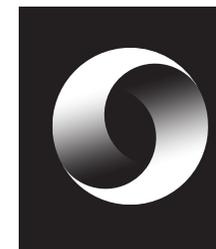


Figura 3

3.12 LIMITE DE REDUÇÃO

Para assegurar a legibilidade, fica estabelecido que o dimensionamento mínimo da marca Serpro para impressão é de 20 milímetros de largura.

Para aplicação em ambientes digitais, a marca nunca pode ter uma largura inferior a 85 pixels.

DIMENSÕES MÍNIMAS PARA IMPRESSÃO
E PARA SUPORTE DIGITAL



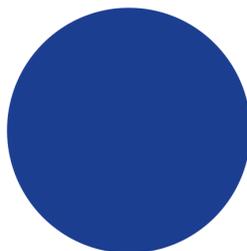
ELEMENTOS BÁSICOS

Junto com a marca, são elementos de fácil reconhecimento e com maior pregnância dentro do universo visual. Eles traduzem muito da personalidade da marca, sendo fundamentais para que a comunicação visual carregue a identidade do Serpro.

4.1 CORES

PALETA PRIMÁRIA

Nossa paleta primária é composta apenas por uma cor azul - o novo Azul Serpro. No novo sistema visual, foi criado um efeito gráfico essencial para dar uma ideia de movimento à marca: o degradê aplicado ao símbolo - pensado para que o efeito cause a sensação de interação com a cor do fundo onde a marca for aplicada. Esse conjunto vai caracterizar a nova identidade da marca Serpro.



C 100
M 95
Y 0
K 0

R 0
G 51
B 160

Hex #0033A0

Pantone 286C



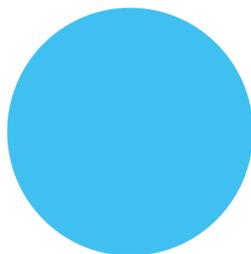
4.2 CORES

VARIAÇÕES DA PALETA PRIMÁRIA

Variações da cor Azul Serpro que complementam nossa paleta principal e ampliam as possibilidades de composição em nossas comunicações. Para manter o padrão cromático, deve-se utilizar as variações aqui contidas.

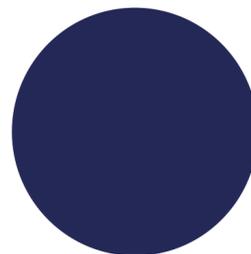
VARIAÇÕES PRINCIPAIS

Duas cores-base do novo sistema visual que apoiam diretamente o Azul Serpro



AZUL CLARO

HEX #00CCFF
RGB 0, 204, 255
CMYK 67, 0, 3, 0



AZUL ESCURO

HEX #000066
RGB 0, 0, 102
CMYK 100, 94, 33, 33

OUTRAS VARIAÇÕES



HEX #000033
RGB 0, 0, 51
CMYK 97, 100, 51, 50



CMYK 98, 98, 0, 0
RGB 0, 0, 153
HEX #000099



HEX #0033CC
RGB 0, 51, 204
CMYK 93, 85, 0, 0



HEX #0033FF
RGB 0, 51, 255
CMYK 91, 80, 0, 0



HEX #0066FF
RGB 0, 102, 255
CMYK 90, 66, 0, 0



HEX #0099FF
RGB 0, 153, 255
CMYK 91, 32, 0, 0



HEX #99CCFF
RGB 153, 204, 255
CMYK 55, 9, 0, 0

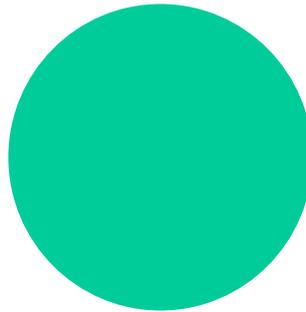


HEX #99FFFF
RGB 153, 255, 255
CMYK 87, 60, 0,

4.3 CORES

PALETA SECUNDÁRIA

A paleta secundária é composta por tonalidades das cores verde e magenta. São cores de suporte e devem ser usadas com parcimônia, funcionando como elemento de apoio.

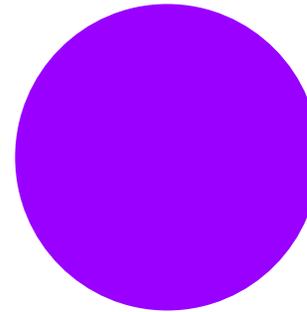


VERDE

HEX #00CC99

RGB 0, 204, 153

CMYK 92, 0, 62, 0



MAGENTA

HEX #9900FF

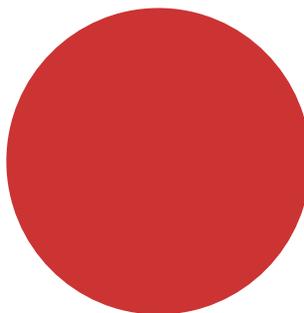
RGB 153, 0, 255

CMYK 67, 90, 0, 0

4.4 CORES

PALETA EXTRA

A paleta extra é composta por tonalidades das cores vermelho e amarelo. Devem ser usadas somente em casos excepcionais, quando é necessário destacar alguma informação. Nunca são aplicadas como cores dominantes em uma página ou superfície visível.

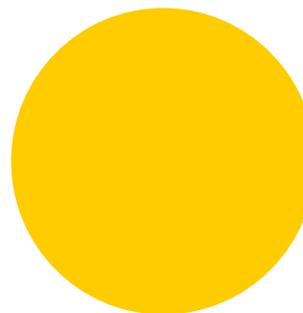


VERMELHO

HEX **#CC3333**

RGB **204, 51, 51**

CMYK **3, 95, 82, 0**



AMARELO

HEX **#FFCC00**

RGB **255, 204, 0**

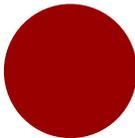
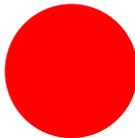
CMYK **0, 27, 94, 0**

4.5 CORES

VARIAÇÕES DAS PALETAS SECUNDÁRIA E EXTRA

Aqui estão listadas as possíveis variações das paletas secundária e extra. São todos os tons e matizes que podem ser utilizados a partir de cada cor destas paletas.

Esse conjunto de cores permite diversificar e enriquecer nosso universo visual, mas seu uso requer atenção. É preciso observar as orientações já estabelecidas em cada paleta.

VERDES							
	CMYK 99, 45, 100, 11 RGB 0, 102, 51 HEX #006633	CMYK 97, 6, 100, 0 RGB 0, 153, 51 HEX #009933	CMYK 92, 0, 89, 0 RGB 0, 204, 102 HEX #00CC66	CMYK 64, 0, 63, 0 RGB 85, 221, 139 HEX #55DD8B	CMYK 54, 0, 53, 0 RGB 102, 255, 172 HEX #66FFAC	CMYK 58, 0, 41, 0 RGB 153, 255, 204 HEX #99FFCC	CMYK 35, 0, 35, 0 RGB 204, 255, 204 HEX #CCFFCC
MAGENTAS							
	CMYK 90, 100, 100, 11, 0 RGB 60, 0, 130 HEX #3C0082	CMYK 78, 92, 0, 0 RGB 102, 0, 204 HEX #6600CC	CMYK 69, 87, 0, 0 RGB 145, 51, 255 HEX #9133FF	CMYK 60, 72, 0, 0 RGB 153, 102, 255 HEX #9966FF	CMYK 42, 49, 0, 0 RGB 178, 153, 255 HEX #B299FF	CMYK 25, 25, 0, 0 RGB 204, 204, 255 HEX #CCCCFF	CMYK 13, 13, 0, 0 RGB 230, 230, 255 HEX #E666FF
VERMELHOS							
	CMYK 45, 100, 100, 31 RGB 102, 0, 0 HEX #660000	CMYK 32, 100, 100, 4 RGB 153, 0, 0 HEX #990000	CMYK 0, 96, 82, 0 RGB 255, 0, 0 HEX #FF0000	CMYK 0, 93, 72, 0 RGB 255, 51, 51 HEX #FF3333	CMYK 0, 81, 50, 0 RGB 255, 102, 102 HEX #FF6666	CMYK 0, 58, 28, 0 RGB 255, 153, 153 HEX #FFF999	CMYK 0, 32, 15, 0 RGB 255, 204, 204 HEX #FFCCCC
AMARELOS							
	CMYK 0, 80, 87, 0 RGB 255, 102, 0 HEX #FF6600	CMYK 0, 56, 92, 0 RGB 255, 153, 0 HEX #FF9900	CMYK 0, 27, 94, 0 RGB 255, 204, 0 HEX #FFCC00	CMYK 13, 0, 89, 0 RGB 255, 255, 51 HEX #FFFF33	CMYK 11, 0, 73, 0 RGB 255, 255, 102 HEX #FFFF66	CMYK 8, 0, 52, 0 RGB 255, 245, 153 HEX #FFFF99	CMYK 4, 0, 29, 0 RGB 255, 255, 204 HEX #FFFFCC

4.6 ILUSTRAÇÃO

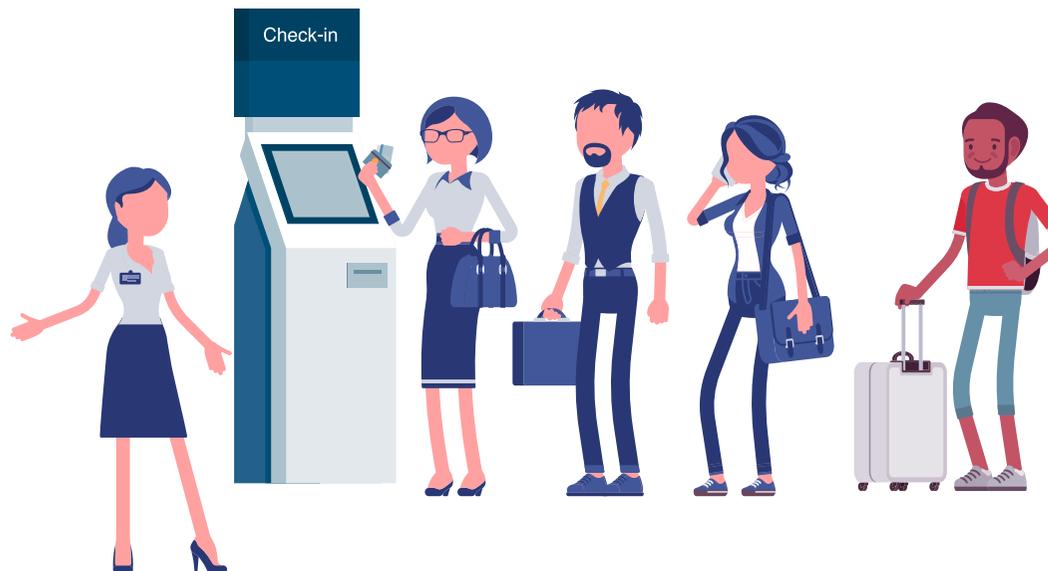
A ilustração é um suporte visual muito útil que pode ser usado quando é necessário criar uma conexão mais emocional e profunda com determinado tipo de público e/ou há a necessidade de ser criada alguma narrativa visual para explicar determinado assunto. Elas podem ser utilizadas tanto para compor peças de marketing, como landing pages e folders, como também para compor elementos de fluxo de navegação em telas de aplicativos e sistemas.

O estilo das ilustrações deve ser sempre vetorial, e também deve seguir a orientação de uso das cores primárias e secundárias da marca corporativa.



Evitar o uso de:

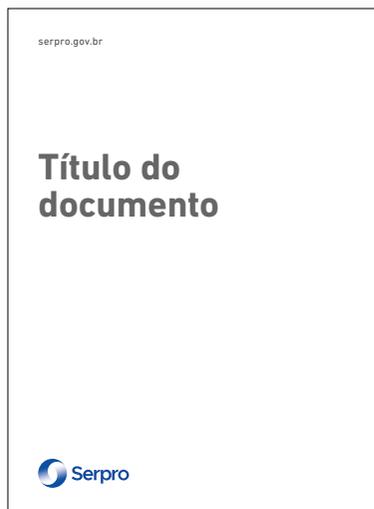
- elementos com muitos detalhes;
- muitas cenas em uma mesma ilustração ou composição;
- objetos tridimensionais, podendo ser usada a isometria para construção
- texto na ilustração
- fundos coloridos (é recomendado o uso de fundos neutros, como branco e cinza)



4.7 FUNDOS

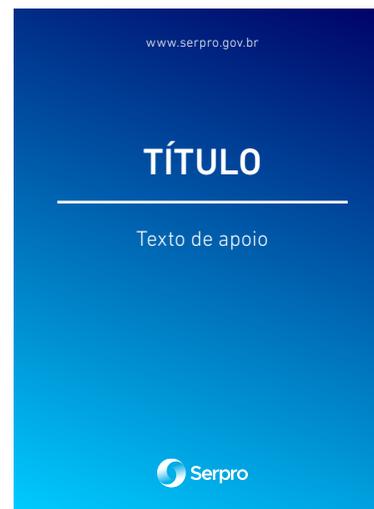
As peças de comunicação do Serpro são versáteis e podem ter variadas formas de apresentação. Podemos usar desde fundos brancos com pouca informação até fundos fotográficos com mais elementos visuais.

A riqueza de apresentação geralmente é definida conforme o tipo e a finalidade da peça. Para materiais institucionais de caráter normativo ou informativo, usamos o fundo branco ou com nossas cores primárias. Já para peças de marketing, anúncios e publicações com maior alcance, há liberdade para utilizar degradês, ilustrações, imagens e outros elementos gráficos.



FUNDOS BRANCOS

Pode ser utilizado para conferir um visual formal ou para destacar informações ou mesmo por necessidade técnica.



DEGRADÊ / COR

Deve-se usar preferencialmente nossos degradês e as cores da nossa paleta primária. O preenchimento deve ocupar a peça como um todo.

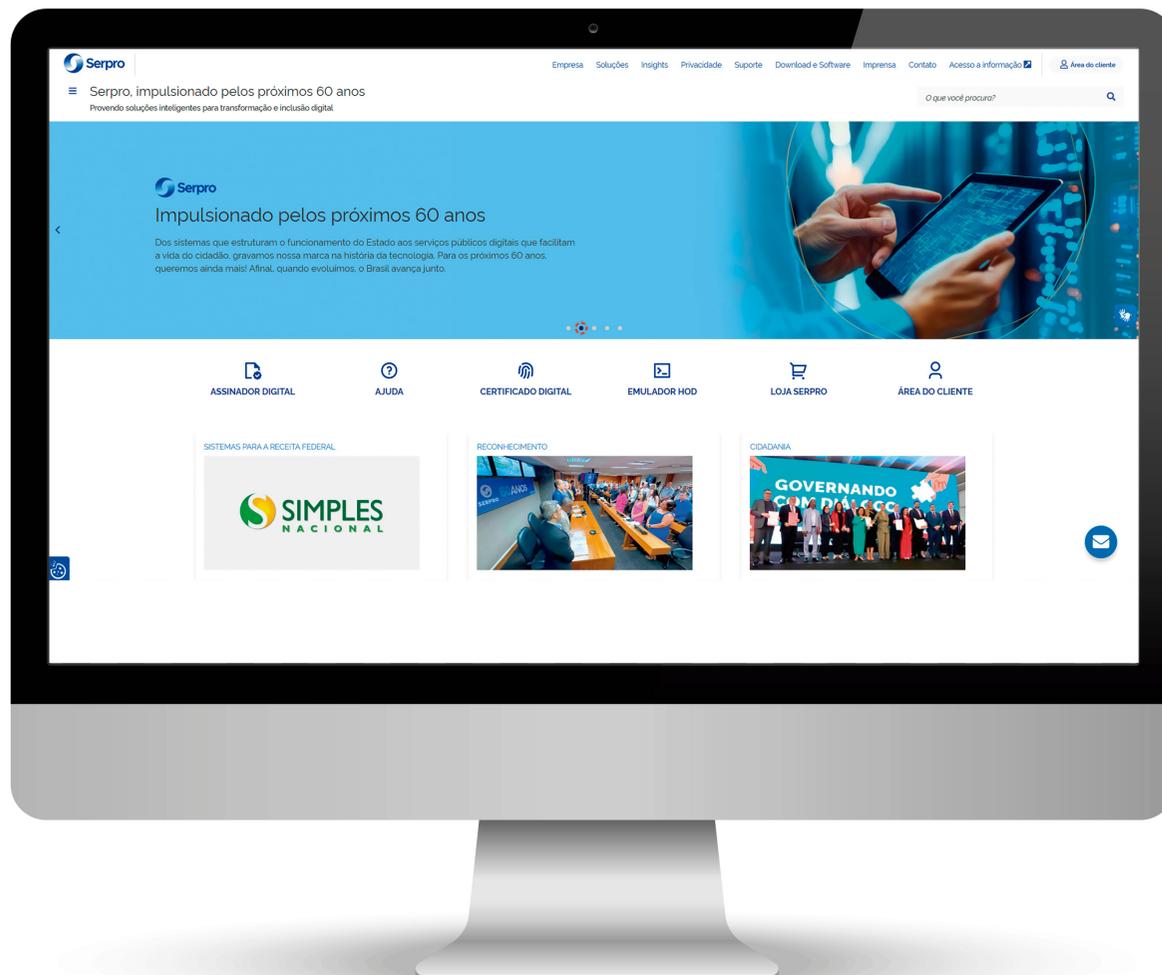


ILUSTRAÇÃO / FOTOGRAFIA

Para materiais que requerem um maior apelo visual. Podemos usar um fundo com ilustração, fotografia ou uma mescla de ambos. De preferência, usar imagens com tonalidades iguais ou próximas às cores e variações da nossa paleta primária.

4.8 INTERFACE DO USUÁRIO - UI

Criar uma experiência clara e consistente para os usuários de interfaces de sites, aplicativos e sistemas é parte fundamental de uma experiência de marca memorável. Como forma de entregar jornadas de serviço cada vez mais fluidas e alinhadas às reais necessidades de nossos clientes, foi criado um sistema coeso e alinhado aos princípios da marca corporativa, com uma compilação de elementos que são amplamente requisitados na rotina diária de nossos desenvolvedores.



4.9 FONTES

FONTE PADRÃO

A fonte Metropolis (e suas variações) é utilizada sobretudo em textos longos de documentos corporativos, normas internas e também em interfaces digitais e páginas na sua versão webfont.

Metropolis

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&*()?

VARIAÇÕES

Fonte principal

- Metropolis** (Regular, Normal)
- Metropolis Extra Light (Regular, Normal)
- Metropolis Light (Regular, Normal)
- Metropolis Thin (Regular, Normal)
- Metropolis* (Normal-Italic)
- Metropolis Extra Light* (Normal-Italic)
- Metropolis Light* (Normal-Italic)
- Metropolis Thin* (Normal-Italic)
- Metropolis Medium**
- Metropolis Semi Bold** (Regular, SemiBold)
- Metropolis** (Bold)
- Metropolis*** (Bold-Italic)
- Metropolis Medium*** (Bold-Italic)
- Metropolis Semi Bold*** (Italic)
- Metropolis Extra Bold** (Regular,...)
- Metropolis Extra Bold** (ExtraBold-Italic)
- Metropolis Black**
- Metropolis Black*** (Italic)

WEBFONT

The screenshot shows the Serpro website's 'Imprensa' page. The header includes the Serpro logo and navigation links: Empresa, Soluções, Insights, Privacidade, Suporte, Download e Software, Imprensa, Contato, Acesso a Informação, and Área do cliente. The main content area features a dark blue background with a pattern of dots and the text: 'Imprensa Espaço de relacionamento com a mídia e assessorias de comunicação'. Below this, there is a section titled 'Atendimento à Imprensa' with the following text: 'Olá, O horário de atendimento da Assessoria de Imprensa do Serpro é das 7h às 19h, de segunda a sexta-feira. As solicitações de entrevistas, releases e esclarecimentos acerca da atuação do Serpro ou sobre soluções tecnológicas desenvolvidas pela empresa devem ser registradas, preferencialmente, por meio do sistema de atendimento à imprensa, na [Central de Serviços Serpro](#). Para demandas urgentes, fora do horário de atendimento, que exijam o posicionamento oficial do Serpro, pedimos encaminhar a solicitação pelo WhatsApp para [\(61\) 98175-4234](#).' The page also includes a search bar and a social media icon in the bottom right corner.

4.10 FONTES

FONTE SECUNDÁRIA

Para títulos e textos de materiais impressos, publicações para divulgação externa e documentos institucionais de maneira geral, usamos a família Open Sans.

VARIAÇÕES

Open Sans Light

Open Sans Regular

Open Sans Semibold

Open Sans Bold

Open Sans Extrabold

Open Sans Condensed Light

Open Sans Condensed Bold

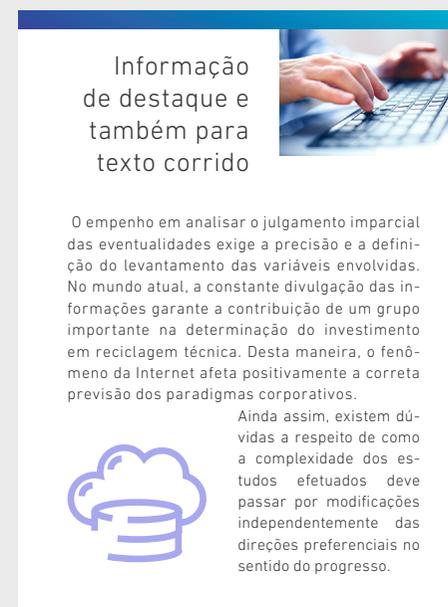
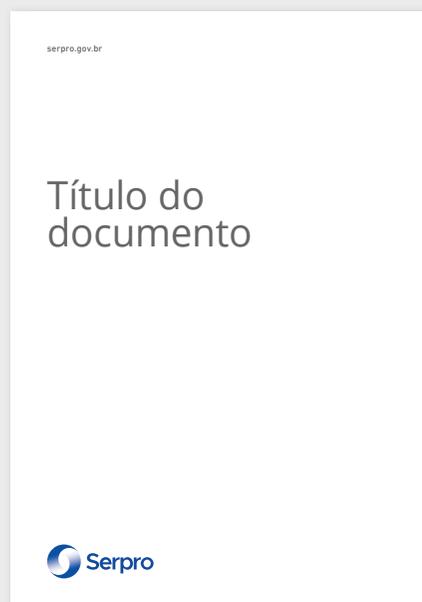
* Todas as variações admitem versões itálico, exceto a Condensed Bold.

Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&*()?



4.11 TIPOGRAFIA

FONTE LOGOTIPO

A fonte do logotipo Serpro é a Metropolis, especificamente na sua variação semi bold.

Metropolis

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&*()?

VARIAÇÕES

Fonte principal

- Metropolis** (Regular, Normal)
- Metropolis Extra Light (Regular, Normal)
- Metropolis Light (Regular, Normal)
- Metropolis Thin (Regular, Normal)
- Metropolis** (Normal-Italic)
- Metropolis Extra Light* (Normal-Italic)
- Metropolis Light* (Normal-Italic)
- Metropolis Thin* (Normal-Italic)
- Metropolis Medium**
- Metropolis Semi Bold** (Regular, SemiBold)
- Metropolis** (Bold)
- Metropolis** (Bold-Italic)
- Metropolis Medium* (Bold-Italic)
- Metropolis Semi Bold* (Italic)
- Metropolis Extra Bold** (Regular,...)
- Metropolis Extra Bold** (ExtraBold-Italic)
- Metropolis Black**
- Metropolis Black** (Italic)

Serpro

Serpro

ÍCONES

Acervo iconográfico do Serpro se inspira nos conceitos que nortearam as demais criações. Os ícones se formam por linhas retas, curvas e paleta corporativa, criando uma forte conexão com seu logotipo.

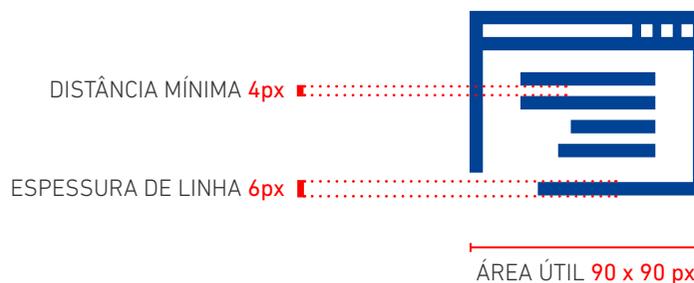
5.1 DIMENSÕES E GRADE CONSTRUTIVA

Os ícones são construídos a partir de dimensões específicas e podem ser ampliados livremente ou reduzidos até o limite estabelecido a seguir.

O acervo iconográfico do Serpro não se esgota. Novos ícones podem ser criados a medida em que seja necessária uma nova aplicação que ainda não foi contemplada.

Para garantir a consistência visual, o desenvolvimento de novos ícones deve ser feito a partir da grade que estabelece regras para o posicionamento dos elementos gráficos.

DIMENSÕES

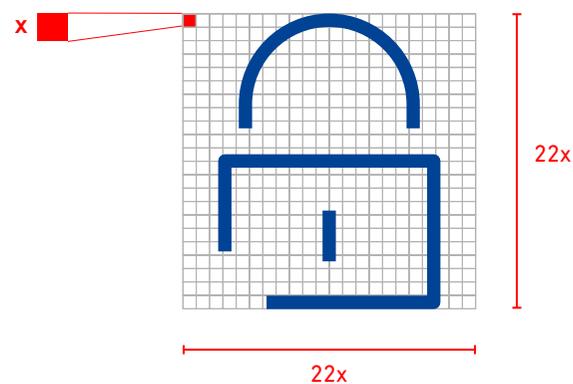


LIMITE DE REDUÇÃO

Área útil: 20px por 20px
Distância mínima: 1px
Espessura de linha: 2px

GRADE CONSTRUTIVA

Composta por módulos quadrados cuja medida é X



5.2 FAMÍLIAS

Os ícones do Serpro podem ser agrupados em categorias de acordo com o tipo de serviço, contexto de aplicação ou com as linhas de negócio da empresa.

Essa união serve para aproximar os ícones que guardam uma relação entre si e que funcionam bem quando utilizados em conjunto. Entretanto, a divisão não implica na proibição de uso do ícone de uma categoria em outra diferente. A utilização é livre, basta pensar na aplicação adequada de acordo com o contexto e o que se pretende comunicar.



Como alternativa ao uso dos ícones específicos da família Serpro podem ser utilizados os ícones presentes na ferramenta de apresentações disponibilizada pela empresa.

Certificação digital



Comunicação



API



Serviços em nuvem



Serviços sob medida



Serviços de informação



FOTOGRAFIA

Nossas imagens capturam a essência de nossa marca, ressaltando valores como tecnologia, colaboração e conexão. Para cada tipo de público, um direcionamento visual: dessa forma é possível estabelecer uma conexão mais profunda com a audiência através de histórias cativantes e inspiradoras.

6.1 DIRETRIZES TÉCNICAS

Para a manutenção da consistência visual da marca Serpro, é fundamental o uso de imagens alinhadas aos seus princípios formais básicos. Imagens contam histórias, simulam novos e inusitados cenários e ambientes, e criam elos de emoção com a audiência. Pessoas em contato com tecnologia, interagindo com interfaces digitais e/ou participando de alguma cena da vida corporativa fazem parte do léxico visual do Serpro. A seguir, serão apresentados diversos tipos de uso de imagens, de acordo com públicos e territórios de uso.



Orientações gerais:

- Buscar sempre o uso de imagens que reforcem a diversidade cultural e de biotipo do brasileiro
- Evitar o uso de imagens “clichê”, com pessoas posando para a câmera
- É possível o uso de imagens com interferências gráficas, desde que ressaltem a história a ser contada.



6.2 FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Quando houver a necessidade de aplicação da assinatura em cores sobre fundos fotográficos, é preciso tomar cuidado com a legibilidade da marca. A aplicação necessita estar sobre áreas de cor lisa, sem interferência das cores ou dos elementos da foto.



Orientações gerais:

- Buscar sempre o uso de imagens que reforcem a diversidade cultural e de biotipo do brasileiro
- Evitar o uso de imagens “cliché”, com pessoas posando para a câmera
- É possível o uso de imagens com interferências gráficas, desde que ressaltem a história a ser contada.



6.3 COMPOSIÇÃO



CIDADÃO

Priorizar o uso de imagens que representem cenas do cotidiano, com ou sem o uso de elementos tecnológicos, utilizando uma paleta de cores mais viva e dinâmica. Dar ênfase a enquadramentos de plano americano, primeiro plano e plano detalhe, quando há a necessidade de apresentar alguma solução digital.

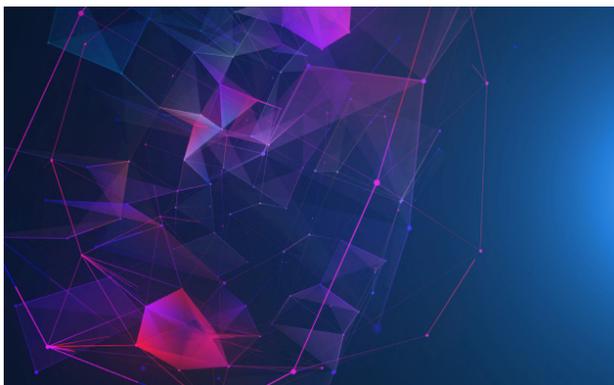
GOVERNO

Imagens mais impessoais e mais sérias, com uma paleta de cores reduzida, incluindo closes e destaques em mainframes e estruturas. Há a possibilidade de uso de elementos gráficos que remetam a tecnologia para compor as imagens.

EMPRESAS

Priorizar o uso de imagens em ambientes corporativos, com ou sem o uso de elementos tecnológicos. Uso de uma paleta mais reduzida, porém com espaço para a ampliação de uso de cores, a depender do contexto. Uso de planos mais abertos e de detalhe, quando há a necessidade de se mostrar alguma solução digital.

6.4 COMPOSIÇÃO



ABSTRATO

Uso de elementos e padrões que remetam a conexão e progressividade. Também é possível o uso de fragmentos de gráficos e elementos numéricos. É necessário dar ênfase à paleta de cores institucional na construção e uso de imagens abstratas.

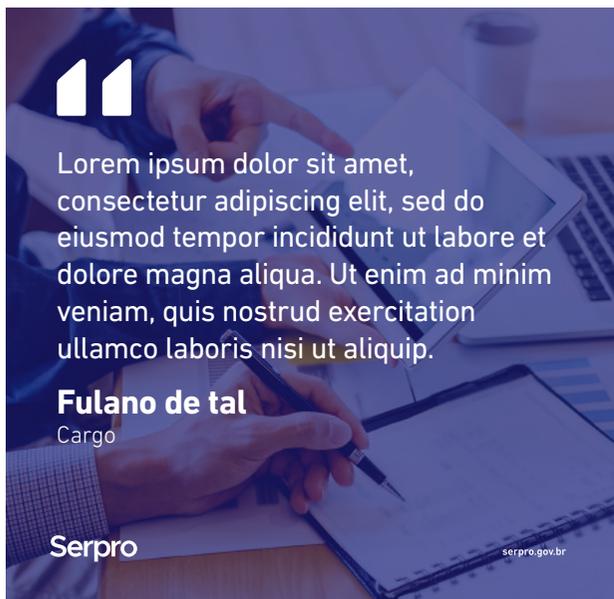
CONCEITUAL

É fundamental que a imagem conceitual tenha uma relação direta com o conteúdo da mensagem, caso contrário não é recomendado seu uso. É possível o uso de imagens que remetam ao uso da tecnologia e cenários de dashboards gerados por colagens digitais, além de fusão de imagens para a criação de um conceito maior.

PAISAGEM

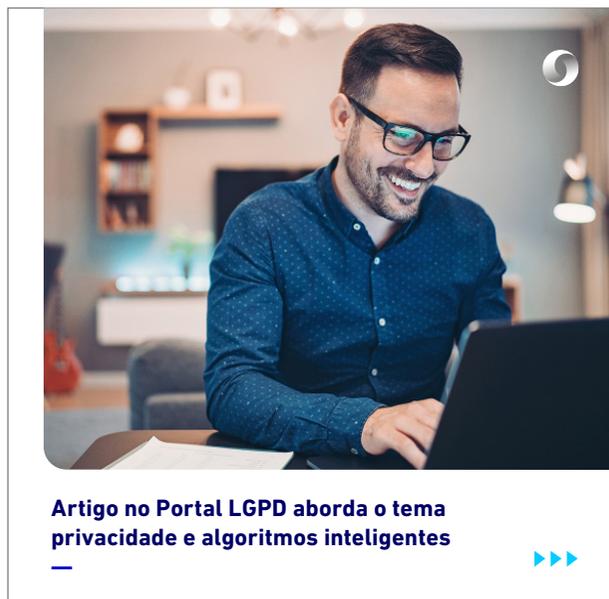
Cenas do cotidiano, com ou sem pessoas interagindo com tecnologia. Também é importante se ater ao conteúdo da mensagem para a escolha de uma determinada cena urbana.

6.5 POSICIONAMENTO DE IMAGENS



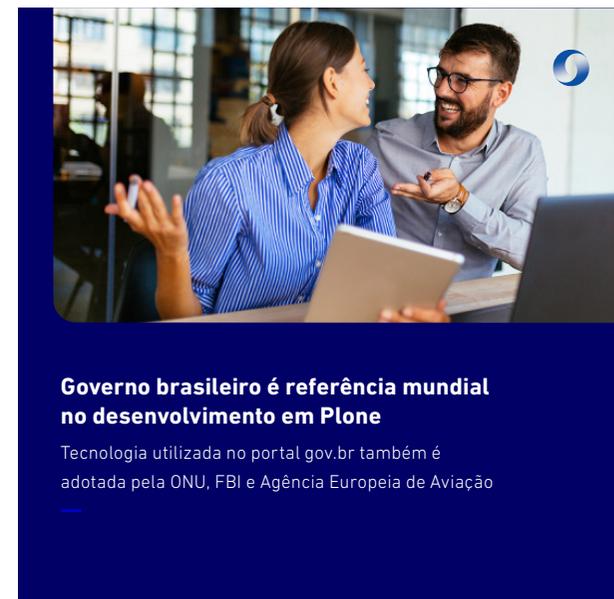
100%

Uso de imagens preenchendo toda a área da uma peça ou artefato. Optar por imagens que tenham uma área livre para inserção de informações. Também é permitido aplicar algum filtro/efeito ou ajustar a opacidade da imagem para possibilitar a perfeita visualização de todo o conteúdo da peça.



75%

No caso do uso de imagens ocupando 75% da área ativa, posicionar a imagem, preferencialmente, no canto superior direito do layout e aplicar sobre ela uma máscara de canto arredondado, conforme exemplo acima.



50%

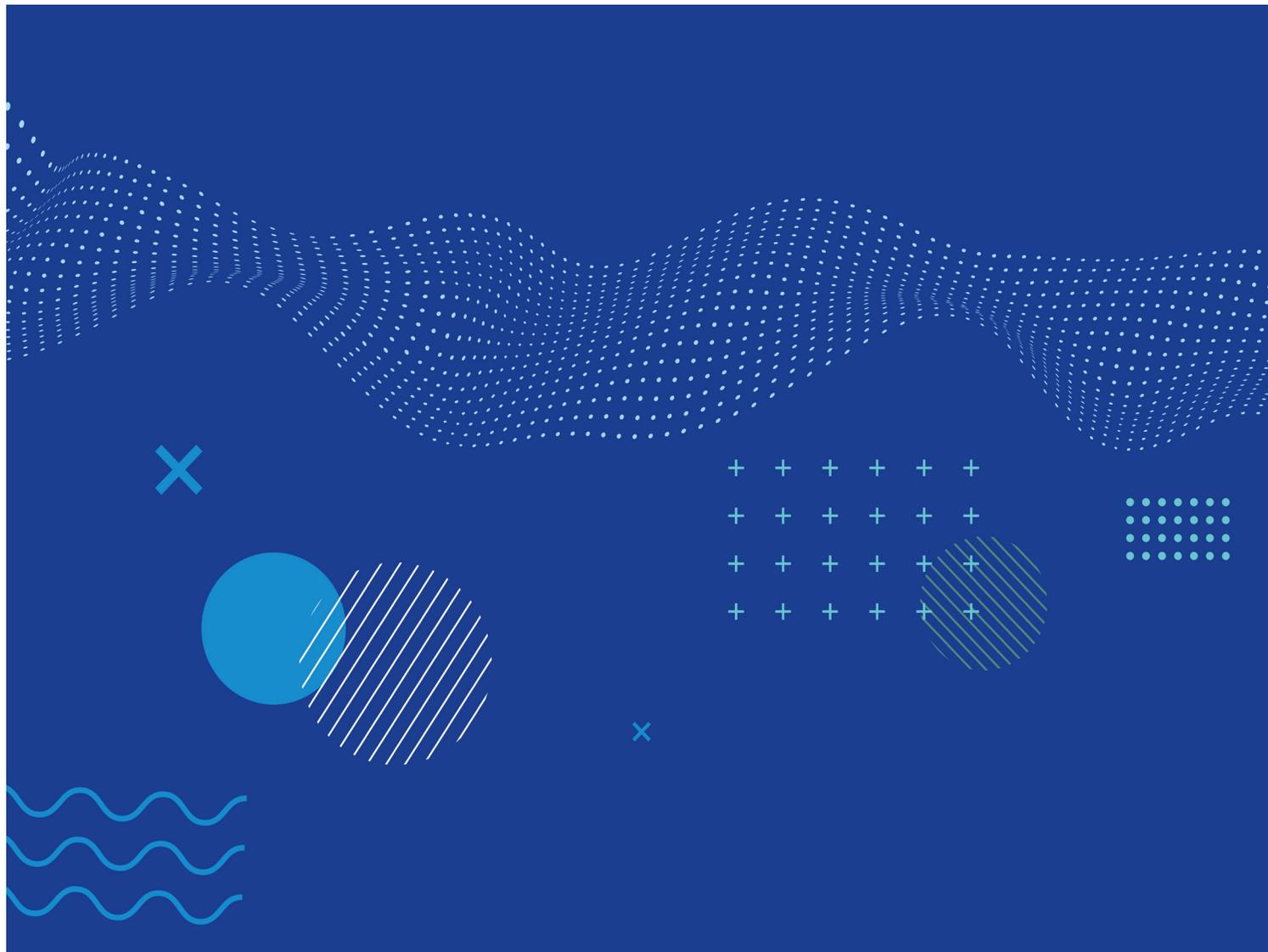
Para o uso de imagens ocupando metade da peça, seguir as mesmas orientações do item anterior (75%).

ELEMENTOS DE APOIO

São recursos gráficos que vêm para complementar o universo visual. Ajudam a apresentar informações de forma mais visual e trazem mais possibilidades de construir destaques.

7.1 KEY VISUAL

São padrões visuais (*patterns*) formados por pontos e formas geométricas, que funcionam como elementos acessórios e podem ser usados na construção de layouts.



CO-BRANDING

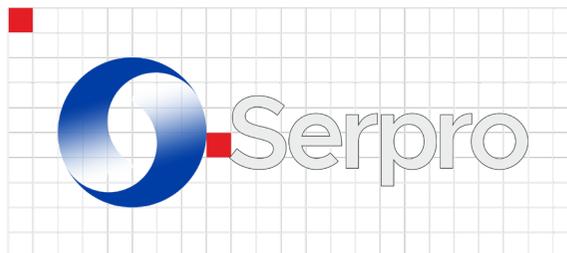
Orientações de como trabalhar com elementos gráficos de outras marcas juntamente com a identidade visual do Serpro, dentro e fora das nossas peças.

8.1 MARCAS DE PARCEIROS

Devido às variações de formato que podem existir com marcas de parceiros, nós criamos uma grade modular que contempla 4 formatos possíveis. Você pode usar este guia como uma ferramenta para aproximar as marcas de parceiros ao tamanho da marca Serpro.

MÓDULO

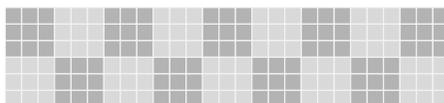
A construção do módulo quadrado é feita a partir da medida da distância entre o símbolo e o logotipo Serpro.



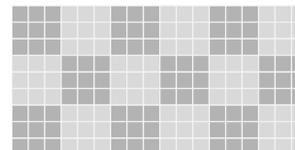
GRADE MODULAR

Existem quatro grades para dimensionar a marca do parceiro. Encaixe a marca no formato de grade mais apropriado.

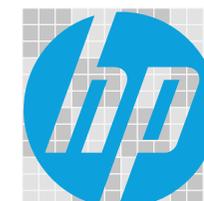
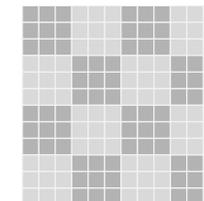
Horizontal



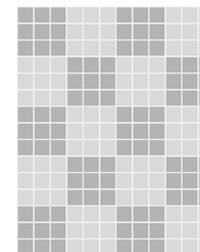
Wide



Quadrado



Vertical



8.2 ASSINATURAS CONJUNTAS

As orientações a seguir são referências gerais para quando não tivermos definições contratuais que abarquem regras específicas. Dependendo do acerto, pode haver inclusive mudança de ordem na leitura das marcas.



Para assinatura em conjunto com ministérios ou com a marca do atual governo federal, devemos seguir as orientações do Manual da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Saiba mais em: www.secom.gov.br.

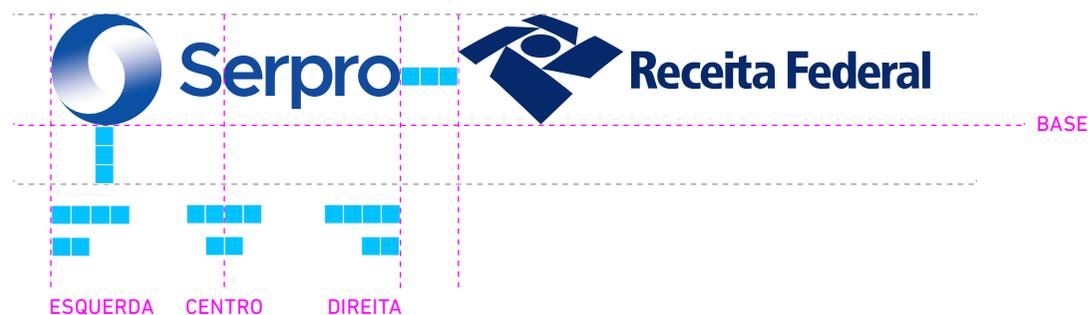
POSIÇÃO E DISTÂNCIA

A marca Serpro deve estar sempre posicionada acima ou à direita das marcas parceiras e a distância mínima entre elas corresponde ao tamanho de um módulo,



ALINHAMENTO

Quando agrupadas na horizontal, o alinhamento deve ser feito pela base. Na vertical, podem ser alinhadas pela esquerda, centro ou direita, de acordo com sua localização na peça.



8.3 CARTELA DE MARCA

Para a construção da cartela, as marcas de parceiros também devem ter o mesmo tamanho visual baseado no sistema de grades modulares.

As marcas devem ser utilizadas na versão horizontal, sempre que possível. De preferência, a cartela deve ser posicionada no canto inferior da peça e ser aplicada sobre fundo branco.

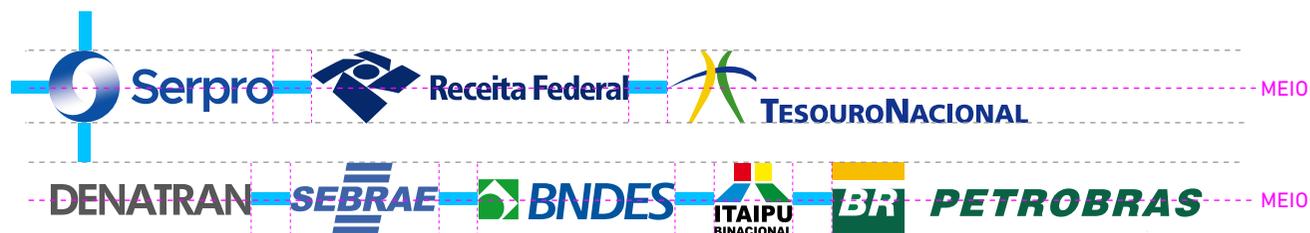
POSIÇÃO E DISTÂNCIA

A marca Serpro deve estar posicionada no canto superior esquerdo da cartela, sempre que possível, e a distância mínima entre marcas deve ser a medida de dois módulos.



ALINHAMENTO

As marcas que formam uma linha da cartela devem ser alinhadas horizontalmente pelo meio. Cada linha da cartela, de forma agrupada, pode ser alinhada livremente, de acordo com a disposição mais adequada na peça.

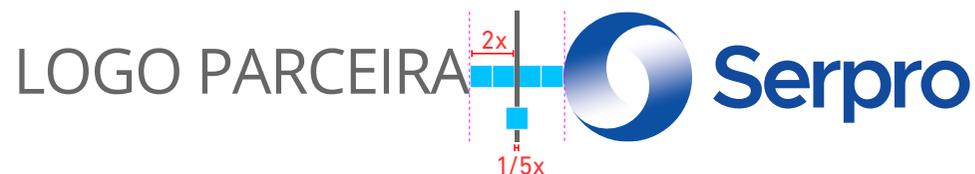


8.4 OUTRAS PARCERIAS

Para demais parcerias de negócios, a marca que assina como parceira também deve ter o mesmo tamanho visual baseado no sistema de grades modulares.

A composição da assinatura será feita na horizontal e as marcas serão separadas por uma barra vertical com altura do símbolo do Serpro e largura equivalente a 1/5 da medida X, na cor #666666. A distância entre as marcas e o separador será equivalente a 2 vezes a medida X.

Preferencialmente, a assinatura deve ser posicionada no canto inferior da peça, aplicada sobre fundo branco e centralizada em relação ao conteúdo da peça.



Quer deixar seu *onboarding* mais inteligente e seguro?

Confira os serviços do Serpro: custo reduzido pela parceria com a ANFAC

A **ANFAC** fechou um contrato guarda-chuva com o Serpro para proporcionar benefícios nos serviços:

- BIOVALID
- CONSULTA CNPJ
- CONSULTA CPF
- CONSULTA DÍVIDA ATIVA
- CONSULTA CND
- CONSULTA NFe
- Datavalid

Essas soluções garantem altos níveis de segurança no *onboarding*, reduzindo drasticamente a chance de fraudes nas transações online.

Entenda como as ferramentas agregam agilidade e reduzem custos em suas operações.

[Saiba mais](#)

LOGO |

MÍDIAS SOCIAIS

Presente nas principais redes sociais, os perfis do Serpro divulgam informações exclusivas sobre produtos, atividades e participações dos nossos profissionais em eventos. Também são compartilhados conteúdos exclusivos, como visões e ideias da empresa sobre tendências tecnológicas da atualidade. A seguir, apresentamos nossas diretrizes para comunicação através desses canais.

9.1 FACEBOOK

Nossas publicações combinam recursos textuais e gráficos. De preferência, o texto deve ser conciso e trazer elementos interativos como links ou hashtags. As imagens ou vídeos devem ter relação com o conteúdo textual e podem mesclar diferentes linguagens visuais e audiovisuais: fotografia, ilustração, infográfico, animação, filmagem, etc.



O perfil do Serpro também compartilha publicações e campanhas de instituições parceiras alinhadas aos nossos valores.



@serprobrasil

FEED

Para postagens no feed de notícias, recomenda-se que as imagens ou vídeos estejam no formato horizontal, com dimensão de 1280 x 628 pixels.

1280 x 628 px

STORIES

Para os stories, recomenda-se usar imagens ou vídeos na proporção 9:16, com dimensão de 1080 x 1920 pixels.

1080 x 1920 px



9.2 X

Nossas postagens geralmente associam texto e imagem. O conteúdo textual pode conter links ou hashtags e, por limitação da ferramenta, deve ter no máximo 280 caracteres. O elemento gráfico pode ser imagem ou vídeo.



O perfil do Serpro também re-posta publicações e campanhas de instituições parceiras alinhadas aos nossos valores.



Recomenda-se que as imagens ou vídeos estejam no formato horizontal, com dimensão de 1280 x 628 pixels.

1024 x 512 px



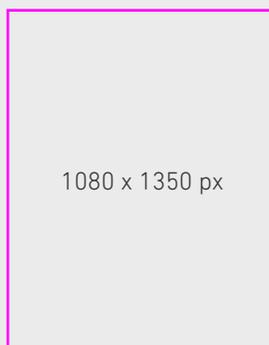
9.3 INSTAGRAM

No Instagram, o foco é a linguagem visual. Nossas postagens trazem imagens ou vídeos em destaque com legendas curtas, preferencialmente acompanhadas de hashtags. Assim como nas outras redes, o conteúdo gráfico pode variar: fotografia, ilustração, fotomontagem, animação, videoclipe, etc.



FEED

Para postagens no feed, recomenda-se que as imagens ou vídeos estejam no formato quadrado com dimensão mínima de 1080 x 1350 pixels.



STORIES

Para os stories, recomenda-se usar imagens ou vídeos na proporção 9:16, com dimensão de 1080 x 1920 pixels.



9.4 LINKEDIN

No LinkedIn, nossas publicações seguem o mesmo padrão de postagem das outras redes sociais onde o Serpro está presente: chamada textual concisa mais imagem ou vídeo. Divulgamos sobretudo conteúdo que remete a notícias publicadas no portal www.serpro.gov.br.



Em todas as redes, o Serpro também utiliza as imagens de capa para divulgar produtos da empresa, eventos e campanhas de conscientização.



@serpro

Recomenda-se que as imagens ou vídeos estejam no formato horizontal, com dimensão de 1200 x 627 pixels.

1200 x 627 px



VÍDEO

Criar vídeos envolventes e informativos que sejam consistentes com a identidade visual do Serpro é o objetivo deste capítulo.

10.1 MARCA

A marca do Serpro deve manter sua integridade em toda a composição de vídeos institucionais, de produtos e vídeos de comunicação interna. Só será permitido o uso de animações totais ou em quaisquer partes de sua composição mediante autorização da área responsável pela gestão da marca. Para o fechamento de vídeos, a marca deve aparecer centralizada e com aproximadamente 30% da largura da tela, em positivo, e também deve conter a assinatura do endereço eletrônico **serpro.gov.br** escrito com a fonte Open Sans, corpo 35. Para composição do frame, podem ser utilizados vídeos que estejam relacionados ao conceito da peça, ou fundos



O frame maior representa a primeira opção de fechamento com o uso de vídeo no fundo. Também é possível o uso de fundos neutros, conforme apresentado na proposta ao lado. A linha verde representa a área de segurança para imagem, e a branca, para texto.

SEGURANÇA DE ACESSO

11.1 CRACHÁS DE IDENTIFICAÇÃO

DESCRIÇÃO



DADOS PARA IMPRESSÃO

Papel gramatura 120g/m² - branco alta alvura

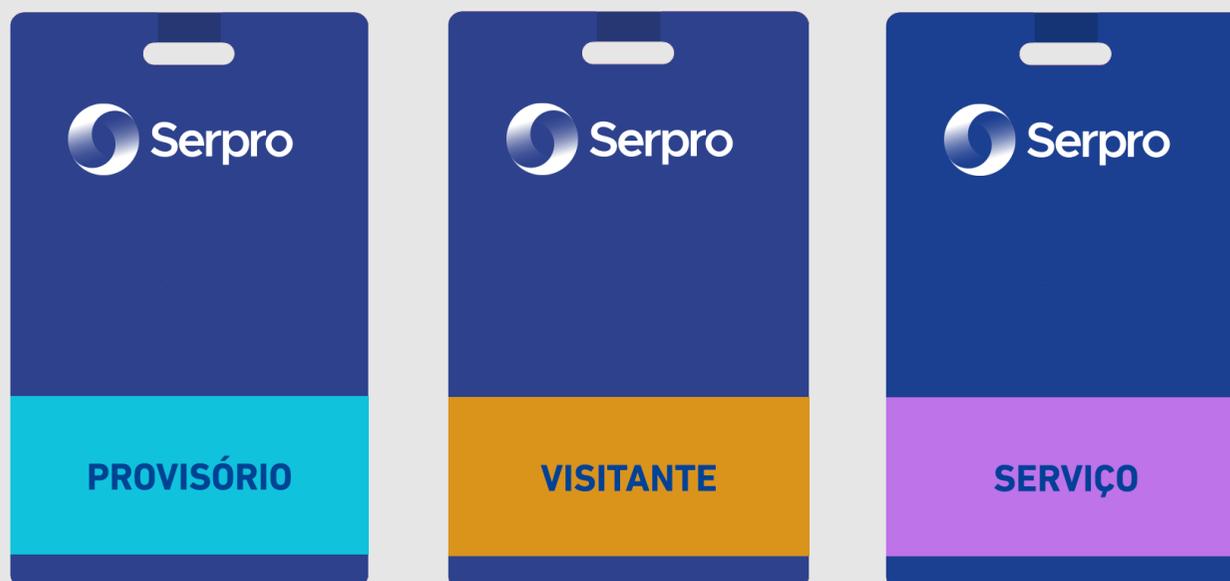
Medidas crachá aberto: largura 90mm - altura 70mm

Acabamento: aplicação de foto 3x4 - dobra vertical e plastificação

*Utilizar, preferencialmente, a família de fontes DIN Next LT Pro.

11.2 CRACHÁS DE IDENTIFICAÇÃO

MODELOS



11.3 CARTÃO DE ESTACIONAMENTO

MODELO FIXO



70 x 70mm

MODELO PROVISÓRIO



70 x 70mm

MODELOS E EXEMPLOS

Modelos de peças institucionais, documentos corporativos, materiais impressos e suportes em geral que carregam a identidade do Serpro.

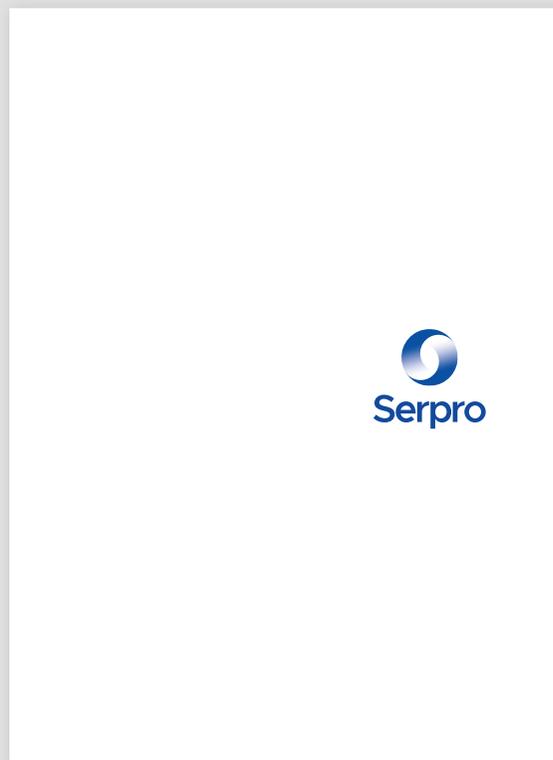
12.1 PAPELARIA

CARTÃO DE VISITAS

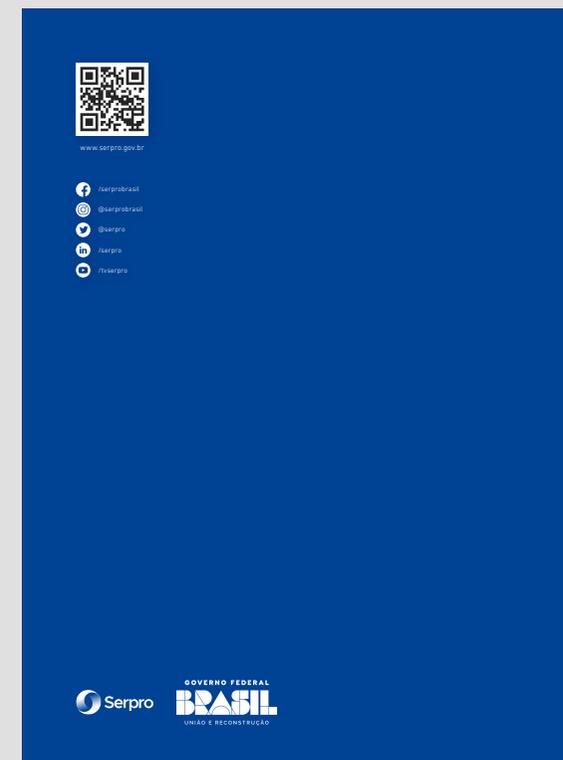


PASTA

Frente



Verso



12.2 PAPELARIA

ENVELOPE A4



ENVELOPE CARTA

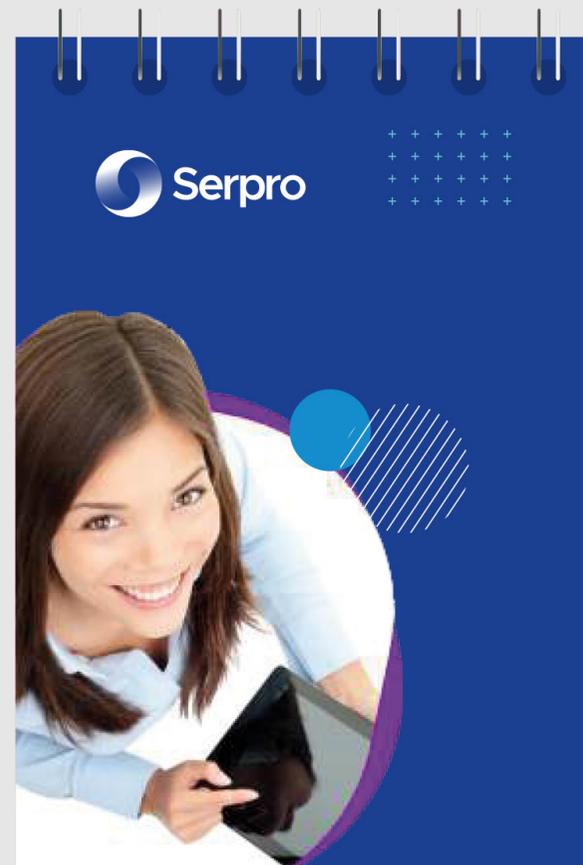


12.3 PAPELARIA

CADERNO EXECUTIVO

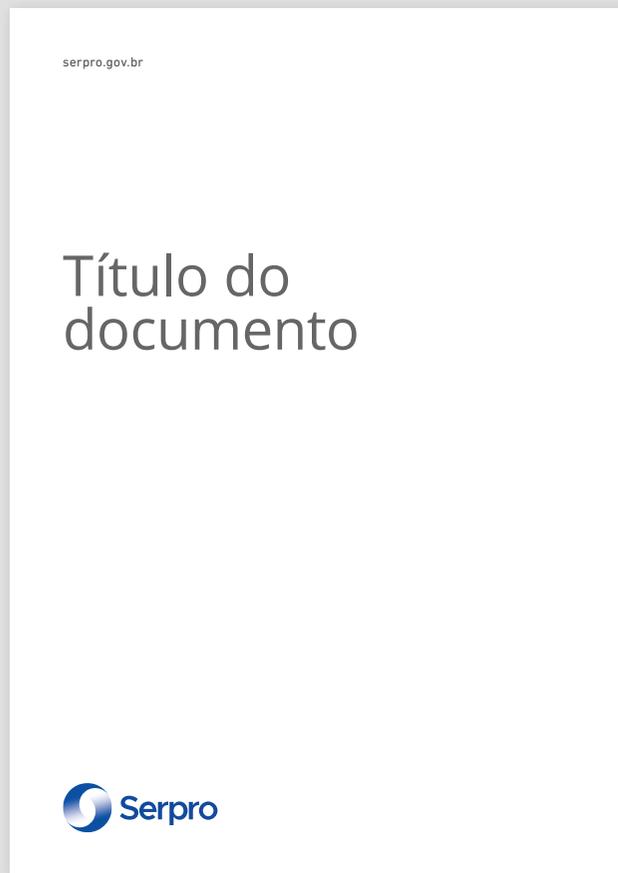


BLOCO DE ANOTAÇÕES

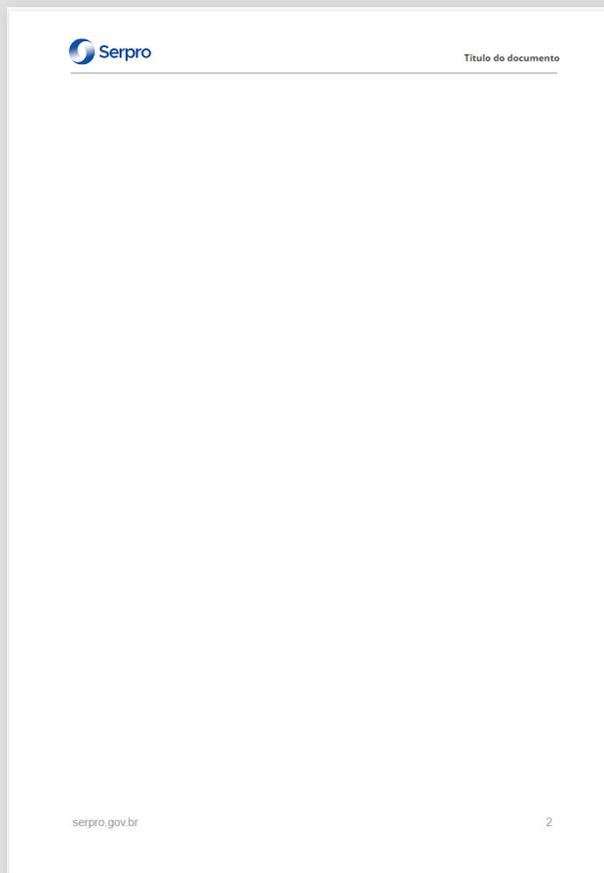


12.4 DOCUMENTOS

MODELO 1 - CAPA



MODELO 2



RELATÓRIOS

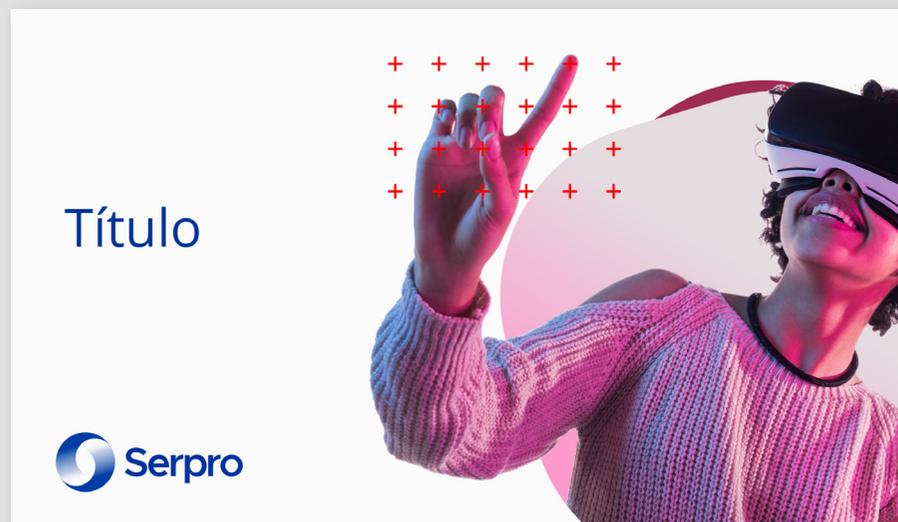


12.5 ESCRITÓRIO



12.6 MATERIAL DIGITAL

MODELO DE APRESENTAÇÃO



E-MAIL MARKETING



O Serpro desenvolve **soluções tecnológicas** que viabilizam as ações estratégicas do **Estado brasileiro.**



12.7 MATERIAL DIGITAL



O Serpro desenvolve **soluções tecnológicas** que viabilizam as ações estratégicas do **Estado brasileiro**.



O Serpro desenvolve **soluções tecnológicas** que viabilizam as ações estratégicas do **Estado brasileiro**.



O Serpro desenvolve **soluções tecnológicas** que viabilizam as ações estratégicas do **Estado brasileiro**.



12.8 PEÇAS DE DIVULGAÇÃO

TOTEM



BANNER



FOLDER



12.9 ASSINATURAS DE E-MAIL

FUNCIONÁRIOS

Nome, cargo, superintendência, diretoria, telefone

Nome: fonte arial negrito, corpo 12, cor #494a4c

Outras informações: fonte arial regular, corpo 9, cor #8f9190



Nome Sobrenome

Cargo

Nome da Superintendência

Nome da Diretoria

+55 (XX) 2222-2222

FUNCIONÁRIOS (GERENTES DE DEPARTAMENTO)

Nome, cargo, superintendência, diretoria, telefone, telefone celular

Nome: fonte arial negrito, corpo 12, cor #494a4c

Outras informações: fonte arial regular, corpo 9, cor #8f9190



Nome Sobrenome

Cargo

Nome da Superintendência

Nome da Diretoria

+55 (XX) 2222-2222

+55 (XX) 99999-9999

FUNCIONÁRIOS (SUPERINTENDENTES)

Nome, cargo, superintendência, diretoria, telefone, telefone celular

Nome: fonte arial negrito, corpo 12, cor #494a4c

Outras informações: fonte arial regular, corpo 9, cor #8f9190



Nome Sobrenome

Cargo

Nome da Superintendência

Nome da Diretoria

+55 (XX) 2222-2222

+55 (XX) 99999-9999

DIRETORES

Nome, cargo, diretoria, telefone

Nome: fonte arial negrito, corpo 12, cor #494a4c

Outras informações: fonte arial regular, corpo 9, cor #8f9190



Nome Sobrenome

Diretor

Nome da diretoria

+55 (XX) 2222-2222

+55 (XX) 99999-9999



Nome Sobrenome

Diretor-presidente

+55 (XX) 2222-2222

+55 (XX) 99999-9999

SUPOORTE

Canais de suporte e considerações finais sobre o conteúdo deste livro.

SUPORTE

Este guia foi criado com o propósito de fornecer orientações e inspirar a todos que trabalham direta ou indiretamente com a marca corporativa e seus elementos de identidade visual e textual, além de simplificar e unificar a linguagem visual do Serpro em todos os seus pontos de contato, junto a seus diversos públicos de interesse.

Para informações mais detalhadas sobre as diretrizes apresentadas ou dúvidas e sugestões, entre em contato com o time de marca do Serpro ou envie-nos um email para: marketing@serpro.gov.br.

Você também pode encontrar este guia e outros materiais de apoio no endereço abaixo: www.serpro.gov.br/marca-serpro

