

# Manual de Identidade do Senado Federal





# Manual de Identidade do Senado Federal



*Organização*

Subsecretaria de Projetos Especiais (Supres/Secs)  
Criação e Marketing

*Desenvolvimento*

Isabela de Souza Lima Macedo  
Luís Henrique Zucatti  
Maria Teresa Prado  
Paula Andrea Cochrane Feitosa

*Textos*

Felipe Segall Corrêa  
Isabela de Souza Lima Macedo  
Luís Henrique Zucatti  
Paula Andrea Cochrane Feitosa  
Pedro Augusto Ramirez Monteiro

*Capa e projeto gráfico*

Isabela de Souza Lima Macedo

*Revisão de textos*

Fernanda V. Cabral de Miranda  
Pedro Lopes Pincer

*Fotos*

Ueslei Marcelino

*Colaboradores*

Dalton Eidi Hisayasu  
Daniel de Souza Pinto  
Eduardo Reis Xavier  
Florian A. de A. C. Madruga  
Lucas Tibúrcio Duarte  
Marcelo de Faria Campos  
Mariana Miranda Tavares  
Paulo Ricardo dos Santos Meira

# Mesa Diretora

SENADO FEDERAL  
Mesa Diretora 2010/2012

*Presidente*  
Senador José Sarney

*1ª Vice-Presidente*  
Senadora Marta Suplicy

*2º Vice-Presidente*  
Senador Wilson Santiago

*1º Secretário*  
Senador Cícero Lucena

*2º Secretário*  
Senador João Ribeiro

*3º Secretário*  
Senador João Vicente Claudino

*4º Secretário*  
Senador Ciro Nogueira

*Suplentes de Secretário*  
Senador Gilvam Borges, Senador João Durval  
Senadora Maria do Carmo Alves, Senadora Vanessa Grazziotin

*Diretoria-Geral*  
Doris Marize Romariz Peixoto

*Secretaria Geral da Mesa*  
Claudia Lyra Nascimento

*Secretaria Especial de Comunicação Social*  
Fernando Cesar de Moreira Mesquita

*Subsecretaria de Projetos Especiais*  
Elga Mara Teixeira Lopes

# SUMÁRIO

|  |            |
|--|------------|
| 1.Introdução                             | <b>06</b>  |
| 2.Identidade Institucional               | <b>08</b>  |
| 3.Gestão da Marca                        | <b>18</b>  |
| 4.Marca Institucional                    | <b>24</b>  |
| 4.1.Concepção                            | <b>25</b>  |
| 4.2.Características Gerais               | <b>26</b>  |
| 4.3.Tipografia Padrão                    | <b>27</b>  |
| 4.4.Padrão Cromático                     | <b>28</b>  |
| 4.5.Variantes de Uso                     | <b>29</b>  |
| 4.6.Escalas de Redução                   | <b>37</b>  |
| 4.7.Área de não interferência            | <b>38</b>  |
| 4.8.Assinaturas Setoriais                | <b>39</b>  |
| 4.9.Usos Proibidos                       | <b>46</b>  |
| 4.10. Assinaturas em Publicidade         | <b>50</b>  |
| 4.11. Papelarias Institucionais          | <b>61</b>  |
| 5.Armas Nacionais                        | <b>72</b>  |
| 5.1.Concepção                            | <b>73</b>  |
| 5.2.Características Gerais               | <b>74</b>  |
| 5.3.Tipografia Padrão                    | <b>75</b>  |
| 5.4.Padrão Cromático                     | <b>76</b>  |
| 5.5.Variantes de Uso                     | <b>77</b>  |
| 5.6.Escalas de Redução                   | <b>78</b>  |
| 5.7.Área de não interferência            | <b>79</b>  |
| 5.8.Assinaturas Setoriais                | <b>80</b>  |
| 5.9.Usos Proibidos                       | <b>84</b>  |
| 5.10.Papelaria Oficial                   | <b>90</b>  |
| 6.Sinalização                            | <b>98</b>  |
| 7.Internet e Intranet                    | <b>100</b> |
| 8.Veículos de Comunicação do Senado      | <b>102</b> |
| 9.Produutos e Serviços com Marca Própria | <b>104</b> |
| 10.Glossário                             | <b>106</b> |





# 1. INTRODUÇÃO



## 1. Introdução

O *Manual de Identidade do Senado Federal* é um instrumento que tem como propósito normatizar a aplicação da marca, a fim de que se obtenha uma unidade visual constante, que fortaleça a imagem institucional da Casa. O documento fornece diretrizes e orientações para a aplicação da marca em suas diversas expressões visuais. O principal objetivo de se estabelecer normas para a correta aplicação da marca do Senado é criar e manter uma unidade em toda comunicação emitida pela Casa.

Entretanto, o uso dessa marca não pode ser feito desconsiderando outros elementos igualmente importantes para o fortalecimento da identificação, por parte do receptor, de que o Senado é o emissor da mensagem. A marca do Senado Federal é, assim, mais que um símbolo gráfico ou um composto coeso e coerente de elementos visuais (marca gráfica, cores, tipografia) e se configura como verdadeiro elo entre a instituição e o cidadão. É justamente a manutenção desse elo que exige do Senado a preservação de uma imagem forte, construída dia a dia, de forma integrada, coordenada e duradoura.

O presente instrumento estabelece uma base sólida para as manifestações de comunicação visual do Senado Federal. Para seu desenvolvimento, todos os setores da Casa foram pensados em conjunto e o resultado é uma unidade visual que busca satisfazer as necessidades tanto da instituição quanto dos cidadãos.

## **2.IDENTIDADE INSTITUCIONAL**

A identidade institucional se faz não apenas com o uso da marca gráfica do Senado, mas também com o uso adequado de outros elementos que influenciam na comunicação.

Alguns desses elementos são definidos a partir de uma estratégia de comunicação, com posicionamento e objetivos claros e, portanto, têm aspecto temporal. Esses estão definidos no Manual de Identidade Institucional, de responsabilidade da Secretaria Especial de Comunicação Social.

Entretanto, há outros elementos de comunicação que independem de um conceito ou de uma estratégia baseada em um determinado ambiente institucional e, portanto, são perenes.

Esses elementos são apresentados a seguir e as normas deverão ser obedecidas em todos os materiais institucionais que o Senado produzir.

## Diretrizes para a Comunicação Institucional

O Senado Federal é uma instituição básica e fundamental para a democracia brasileira e, portanto, deve se comunicar de forma ética e transparente, promovendo a informação e a educação da população.

Além disso, outras diretrizes devem ser observadas para o desenvolvimento de ações de comunicação institucional (campanhas, eventos, peças isoladas – cartazes, banners, páginas na internet etc.).

São elas:

- as mensagens devem visar, direta ou indiretamente, à cidadania;
- as decisões de comunicação institucional devem se pautar por dados, informações ou conhecimentos técnicos concretos;
- a mensagem não deve depreciar a imagem do Senado Federal, seja de forma oral, visual ou escrita;
- nenhuma mensagem deve usar calões (palavrões);
- não usar do exagero nas informações;
- não usar o tom autoritário;
- evitar o uso de termos em língua

estrangeira quando for possível a substituição por um sinônimo em língua portuguesa;

- evitar o uso do coloquialismo ou formas diferentes da norma culta da língua portuguesa, salvo quando for necessário para a compreensão ou caracterização da mensagem.

## **Elementos gráficos e conceituais a serem respeitados:**

11

A caracterização da identidade do emissor de uma mensagem vai além do uso da sua marca gráfica. Elementos de identidade estão presentes nas cores, na tipografia e nas imagens selecionadas.

### **Código da Marca**

O primeiro e principal elemento gráfico a ser respeitado em qualquer trabalho institucional deve ser a marca da instituição. Dessa forma, absolutamente todas suas diretrizes de aplicação, definidas neste manual, devem ser seguidas fielmente.

## Cores/cartela de cores

É importante que a comunicação institucional da Casa mantenha uma aparência consistente em todos os materiais e meios. Para isso, as cores são elementos fundamentais. Usar as cores de forma coordenada e consciente fortalecerá, entre outros benefícios estéticos, o reconhecimento da marca e da instituição. A paleta de cores para comunicação da imagem do Senado Federal busca como base as cores da bandeira nacional, em tons mais fechados. As cores devem seguir a referência indicada abaixo, e, quando possível, a impressão deve ser feita usando Pantone.

Os valores das cores de comunicação institucional padrão são:



Azul:  
PANTONE 540C | Tint 100%  
CMYK C100,M57,Y12,K61  
RGB R0,G48,B92



Verde:  
PANTONE 348C | Tint 100%  
CMYK C100,M4,Y87,K18  
RGB R0, G130, B74



Amarelo:  
PANTONE 115C | Tint 100%  
CMYK C0,M7,Y80,K0  
RGB R250,G224,B66



Cinza Escuro:  
PANTONE 431C | Tint:100%  
CMYK C45,M27,Y17,K51  
RGB R99,G107,B112



Cinza Claro:  
PANTONE 427C | Tint:100%  
CMYK C7,M3,Y4,K8  
RGB R217,G214,B209



Preto:  
CMYK C50,M0,Y0,K100  
RGB R19,G22,B21



Branco:  
CMYK C0,M0,Y0,K0  
RGB R255,G255,B255

*Observação 1:* As cores aqui apresentadas podem ser usadas também em retícula (porcentagens).

*Observação 2:* Este Manual não serve como comparativo visual. Use as indicações e valores numéricos expressos.

O uso de cores diferentes das indicadas acima são autorizadas apenas quando há concepção, planejamento e execução específicos para a ação/campanha. Todas as exceções que não se encaixem na paleta proposta devem ser submetidas à área de Criação e Marketing da Secs para desenvolvimento e/ou aprovação.

## **Tipografia primária (títulos) e secundária (texto corrido)**

### **Stone Sans ITC TT (Sem serifa)**

Para ser usada em texto fixo da papelaria institucional

### **Times New Roman (Com serifa)**

Para ser usada no texto editável da papelaria institucional

### **Família Swiss (Sem serifa)**

Preferencial para títulos/subtítulos/destaques em materiais de comunicação institucional. Eventualmente pode ser usada para texto corrido, quando esse for curto;

### **Família Rotis (Com e sem serifa)**

Preferencial para texto corrido em materiais de comunicação institucional). Eventualmente pode ser usada em títulos/subtítulos/destaques.



## Imagens

A escolha das imagens deve ser feita de forma criteriosa, de maneira a evitar erro de interpretação da mensagem e desgaste da imagem institucional. Dessa forma, a imagem (ilustração e/ou foto) deve observar os seguintes aspectos:

- formato (tamanho e forma) e posição coerente com o layout do material a ser produzido;
- correto contraste com os demais elementos da mensagem;
- não gerar interpretação negativa, p. ex. ferimentos, acidentes, violência, salvo quando estritamente necessário à compreensão da mensagem.
- priorizar características nacionais (raça, religião, símbolos, espécies vegetais e animais, etc)

*Importante:* quando usadas imagens de bancos externos, pagos ou não, recomenda-se consultar os aspectos legais de crédito indicados no site do respectivo banco. Sempre que possível, guardar/salvar a licença de uso em via digital e/ou impressa, como forma de se precaver de problemas legais.

## Créditos

Quando houver necessidade de usar créditos (fotógrafo, ilustrador, setor que elaborou a peça etc.) deve-se fazê-lo na lateral superior, preferencialmente à direita, verticalizado, de baixo para cima, em fonte Arial. No caso de crédito do setor responsável pela elaboração da peça, deve-se usar a sigla em detrimento do nome por extenso.

*Setor responsável pela elaboração da peça*

Sigla do setor

*Foto*

Foto: Nome do Fotógrafo / Agência do Fotógrafo ou Banco de Imagem

*Ilustração*

Ilustração: Nome do ilustrador / Banco de Imagem (quando for o caso)

Exemplo de crédito  
de fotógrafo:

Aqui, nessa ampliação  
do canto de uma peça  
institucional, não há referência  
à agência, pois a foto foi  
obtida por um setor por meio  
de fotógrafo da própria Casa.  
Aqui, identifica-se normalmente  
o fotógrafo, mas como  
“agência” o setor originário da  
imagem deve ser creditado  
(Agência Senado, Supres etc).

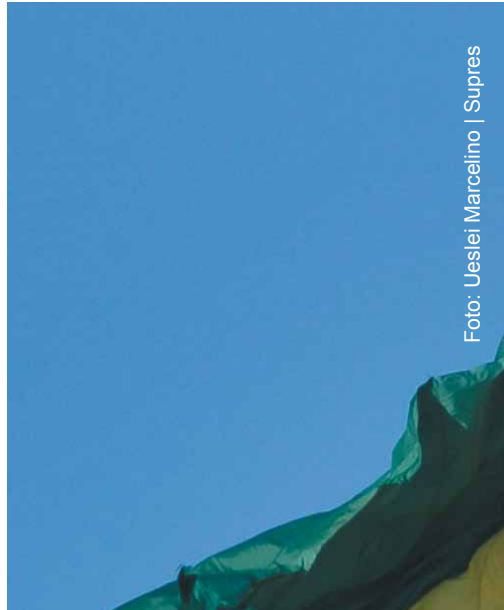


Foto: Ueslei Marcelino | Supres

# 3. GESTÃO DA MARCA

Zelar pela correta aplicação da marca do Senado Federal é um compromisso de todos os que servem a esta Casa. E o comprometimento com sua utilização também deve perpassar todos os níveis hierárquicos. Com o objetivo de perpetuar a preservação da marca, o Senado adotou o *Sistema de Guardiões da Marca*, a exemplo de outras organizações.

O corpo de Guardiões é formado por profissionais que acompanham e orientam todos os servidores sobre o uso correto da marca. Cada setor do Senado deve nomear um guardião. A nomeação é formalizada por meio de ato da Diretoria-Geral, publicado no Boletim Administrativo Eletrônico de Pessoal (BAP). Todos os guardiões juntos formam o sistema de guardiões, que é coordenado pelos seguintes setores: Diretoria-Geral, Secretaria Especial de Comunicação Social e Secretaria Especial de Editoração e Publicações.

### **Papel dos coordenadores do Sistema de Guardiões da Marca**

É de responsabilidade da Diretoria-Geral (Dger), da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs) e da Secretaria Especial de Editoração e Publicações (Seep) gerenciar as atividades do sistema de guardiões do Senado Federal, bem como orientar a atuação dos guardiões por meio

de treinamento e esclarecimento de dúvidas sobre o Manual de Identidade do Senado Federal.

Cabe à Diretoria-Geral estabelecer, por meio de ato, a nomeação dos Guardiões indicados pelas unidades administrativas. Cabe à Secretaria Especial de Comunicação Social orientar e treinar o corpo de Guardiões da Marca em relação à compreensão e correta aplicação do *Manual de Identidade*; e atualizar a versão digital do documento conforme especificidades de cada setor. Cabe à Secretaria Especial de Editoração e Publicações fiscalizar a correta aplicação da marca do Senado Federal nas publicações.

É vedada a impressão de publicação com marca diferente do padrão estabelecido pelo *Manual de Identidade* do Senado Federal.

### **Papel dos diretores de secretarias e subsecretarias**

Os diretores de secretarias e subsecretarias devem estabelecer instrumentos gerenciais que favoreçam a implantação da gestão da marca nos diversos setores do Senado Federal. Essa atividade deve constar formalmente no plano de trabalho do guardião, bem como no balanço de atividades de cada unidade administrativa, apresentado anualmente à Diretoria-Geral.

### **Papel dos servidores e terceirizados**

Os servidores e terceirizados devem consultar o Manual de Identidade do Senado Federal sempre que necessitarem utilizar a marca. É necessário que apresentem a prévia do material ao Guardião da Marca para obterem sua aprovação em conformidade com o manual.

### **Papel dos Guardiões**

Os Guardiões devem ser criteriosos nas análises, exigindo o cumprimento do que está determinado no *Manual de Identidade* do Senado Federal.

Os guardiões possuem as seguintes atribuições:

- aprovar o uso da marca em material produzido pelo setor;
- orientar o pessoal do setor quanto ao uso adequado da marca;
- sensibilizar servidores e terceirizados sobre a importância do uso correto da marca;
- fornecer os arquivos corretos do manual aos solicitantes;
- manter aplicativos que possibilitem abrir os arquivos constantes no manual.

## Portfólio de marcas

O portfólio de marcas adotado pelo Senado Federal foi pautado no conceito de *arquitetura de marca*<sup>1</sup>, instrumento que evita a diluição da força da identidade por conta do excesso de marcas em uma instituição.

A partir das premissas de que o Senado é um só e de que a sua identidade organizacional precisa ser coesa e uniforme, optou-se pela adoção de nomes de marca de família para as unidades administrativas e de marcas próprias para programas, produtos e serviços da Casa.

As unidades administrativas passam a ser representadas pela adoção conjunta de tipologia (para nominar o setor) e marca gráfica do Senado Federal. Essa é uma solução estratégica que apresenta como principal vantagem a obtenção de sinergia e coesão, uma vez que a imagem de cada unidade administrativa será diretamente beneficiada pela força da marca gráfica do Senado Federal.

Os programas, produtos e serviços da Casa, por sua vez, necessitam de marcas próprias porque estabelecem interface direta com o público externo. A criação ou a extinção de marcas para programas, produtos e serviços devem ser previamente autorizadas pela Secretaria Especial de Comunicação Social.

Referência:

1. AAKER, D. A.  
JOACHIMSTHALER, E.  
Como construir marcas líderes. São Paulo: Futura, 2000.



### **Uso da marca por terceiros**

Instituições em situação de parceria, apoio, realização e patrocínio de eventos com o Senado poderão ter acesso aos arquivos referentes à marca. Àquelas, é necessário formalizar por escrito o pedido de uso da marca ao setor responsável pela parceira.

### **Armas Nacionais e marca institucional**

As Armas Nacionais, também conhecidas como Brasão da República, e a marca institucional são símbolos que representam o Senado Federal em situações distintas. Para a comunicação oficial, solene, formal, com finalidade legal, utiliza-se o Brasão da República. O uso do brasão está previsto na Lei 5.700/71, que dispõe sobre a forma e a aplicação dos símbolos nacionais. Para os casos em que a comunicação possui perfil comemorativo, jornalístico ou promocional, usa-se apenas a marca institucional.

### **Atualizações**

Este manual é disponibilizado em versão digital e as atualizações de conteúdo serão realizadas mediante autorização da Secretaria Especial de Comunicação Social. A solicitação deve ser encaminhada à direção da Secs, por meio de ofício, contendo proposta de atualização e justificativa.

**4.MARCA  
INSTITUCIONAL**



## 4.1 Concepção

As marcas gráficas do Senado Federal e da Câmara dos Deputados foram desenvolvidas em conjunto e se baseiam no enquadramento fotográfico do Palácio Congresso Nacional. Assim, as Casas do Congresso são representadas por símbolos gráficos complementares: um correspondente à seção lateral do prédio pertencente à Câmara e outro ao lado do Senado.

Foram preservadas em ambas as cores tradicionais que identificam cada Casa Legislativa – azul, para o Senado, e verde, para a Câmara. O verde remete aos imensos gramados da Esplanada, espaço símbolo da manifestação cidadã; o azul gradiente, por sua vez, simula o céu de Brasília. Destacam-se, entre as cores, as silhuetas que são expoentes da arquitetura monumental criada por Oscar Niemeyer.<sup>2</sup>

Referência:

2. CÂMARA DOS  
DEPUTADOS,  
Guia de referência de  
Identidade Visual da Câmara  
dos Deputados, 2009.  
Documento não publicado.

## 4.2 Características gerais

A marca gráfica consiste em um símbolo – uma simplificação da sede do Senado Federal – acompanhado do nome descritivo da instituição.

Campo da imagem principal



**Símbolo gráfico**

Campo da identidade principal



**Logotipo**



**Marca gráfica**

## 4.3 Tipografia padrão da marca

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

Stone

ITC Stone Sans Std Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



## Tipografia padrão da papelaria

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Para baixar a tipografia usada nas assinaturas, acesse a versão digital do manual.

## 4.4 Padrão cromático

As cores da marca gráfica devem ser respeitadas.  
Para tanto, utilize os padrões apontados abaixo:



28



CMYK: C100 M 20  
PANTONE: 285C  
RGB:R0 G124 B195  
Vinil adesivo: "Azul céu"



GRADIENTE: -99° 27%  
C100 a C100/M100  
PANTONE: Reflex Blue C a Process Cyan  
RGB:R40/G22/B111 a R0/G147/B221



CMYK: C70 M100  
PANTONE: 361C  
RGB:R29 G168 B56  
Vinil adesivo: "Yellow Green"

## 4.5 Variantes de uso

Suas diferentes formas de aplicação conferem flexibilidade à marca gráfica. A obediência às regras de apresentação, contudo, é essencial para garantir a unidade visual.

Ao aplicar a marca gráfica, deve-se usar somente os arquivos disponíveis na versão digital do *Manual de Identidade* do Senado.

### Marca gráfica preferencial



### Variante horizontal



### Variante vertical 1



### Variante vertical 2



## Monocromia

Variante horizontal 1



Variante horizontal 2



Variante vertical 1



Variante vertical 2



A aplicação da marca gráfica fora do padrão cromático estabelecido poderá ocorrer apenas quando acompanhar a cor de uma peça gráfica, funcionando como monocromia



## Monocromia filetado

Variante horizontal 1



Variante horizontal 2



Variante vertical 1



SENADO  
FEDERAL

Variante vertical 2



SENADO FEDERAL

A versão filetada da marca gráfica também pode ser usada em traço branco

## Cores sólidas

Variante horizontal 1



Variante horizontal 2



Variante vertical 1



Variante vertical 2



Quando o material em que a marca gráfica for aplicada não comportar a versão com gradiente, opta-se pela versão da logo com cores sólidas

## Aplicação em fundos coloridos

A aplicação da marca gráfica em fundos coloridos é permitida desde que a visibilidade esteja garantida. A mesma regra vale para quando o fundo for uma fotografia ou ilustração.

### Versão colorida

Há contraste suficiente entre fundo e marca gráfica



Fundos com cores muito próximas das cores da marca gráfica diminuem sua visibilidade. A aplicação da marca está correta quando tanto o símbolo quanto o logotipo têm a integridade plenamente mantida



O retângulo do logotipo mescla com o fundo



A parte inferior do símbolo mescla com o fundo



A parte superior do símbolo mescla com o fundo



Há contraste suficiente entre o fundo e a marca gráfica

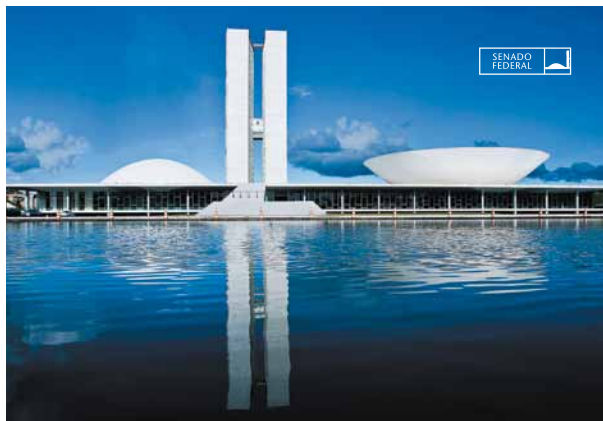


A marca gráfica foi aplicada em uma área da fotografia em que há muitos elementos. Isso deve ser evitado porque diminui a visibilidade da marca gráfica

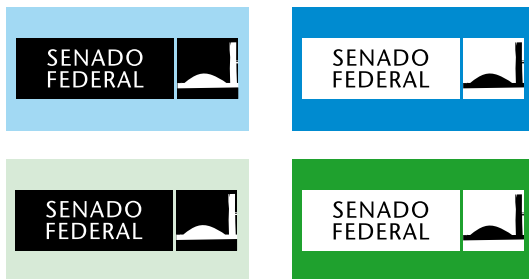
### Versões monocromáticas filetadas



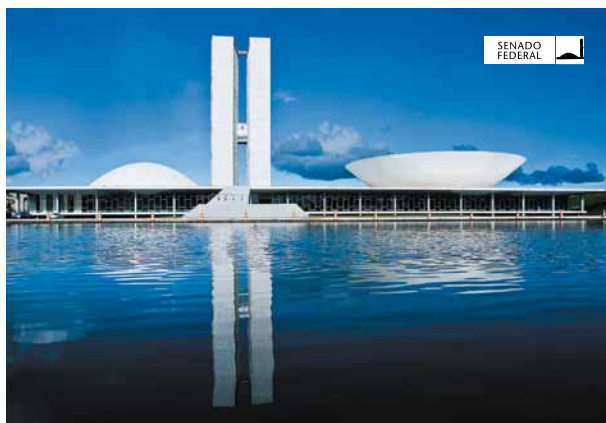
Fundos com cores muito próximas das cores da marca gráfica diminuem sua visibilidade e, nesses casos, é preferível utilizar sua versão filetada



## Versões monocromáticas



Mesmo em impressões monocromáticas, é possível que o fundo do suporte em que a marca gráfica é aplicada seja colorido. Nesses casos, deve-se atentar para a visibilidade da marca gráfica, buscando-se sempre o melhor contraste



O uso da versão monocromática da marca gráfica só é permitido quando acompanha a cor da peça gráfica (o que não é o caso ao lado)

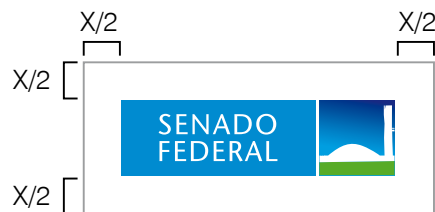
## 4.6 Escala de redução

O limite de redução da marca gráfica é definido pela altura de seu símbolo. Independentemente de sua forma de aplicação, o símbolo não poderá ter uma altura menor do que 5 mm.



## 4.7 Área de não interferência

Para garantir boa visibilidade, a marca gráfica deve contar com uma área de proteção correspondente à metade da altura de seu símbolo. Nenhum outro elemento do *layout* deve ultrapassar essa área de proteção.





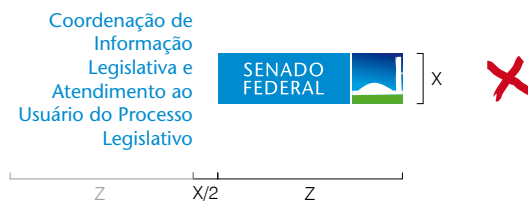
## 4.8 Assinaturas setoriais

As unidades administrativas do Senado Federal devem usar o padrão abaixo quando assinarem qualquer material.



\* exceções a essa regra estão expostas na página 40

Algumas unidades administrativas têm nomes longos. Esses casos NÃO seguem a regra de quebra de linhas, sendo permitido ultrapassar a largura da marca gráfica para que se mantenha o padrão máximo de duas linhas.



As assinaturas só podem ser aplicadas com a versão preferencial da marca ou com as variantes horizontais 1 das versões monocromática, filetada e em cor sólida. Qualquer outra variação é proibida.

Versão preferencial



Secretaria Especial de  
Comunicação Social



Versão monocromática - variante horizontal 1



Secretaria Especial de  
Comunicação Social



Versão filetada - variante horizontal 1



Secretaria Especial de  
Comunicação Social



Versão cor sólida - variante horizontal 1



Secretaria Especial de  
Comunicação Social



Variante horizontal 2

Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO FEDERAL



Variante vertical 1

Secretaria Especial de  
Comunicação Social



SENADO  
FEDERAL

Variante vertical 2

Secretaria Especial de  
Comunicação Social



SENADO FEDERAL

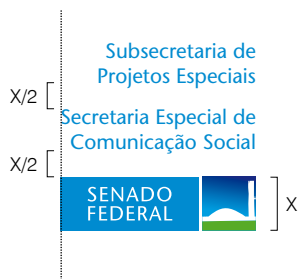
Quando mais de uma unidade administrativa assinar a peça promocional, a ordem hierárquica deve ser considerada.

Assim, a marca gráfica do Senado Federal ficará sempre à DIREITA ou ABAIXO do grupo de assinaturas. As demais unidades serão dispostas, na versão horizontal, da direita para a esquerda e, na vertical, de baixo para cima conforme exemplificado abaixo:

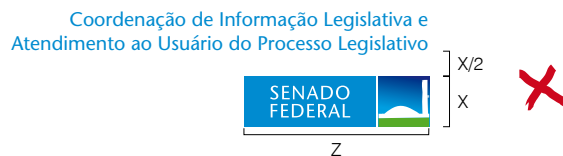
Na versão horizontal, as assinaturas não devem ultrapassar a altura da marca gráfica Senado



Na versão vertical, as assinaturas não devem ultrapassar a largura da marca gráfica Senado



Nos casos de assinaturas muito longas, em que a quebra de linha ultrapassa a largura da marca gráfica, é vedada a aplicação da versão vertical de assinatura.



Quando, além das unidades administrativas, assinam a peça outros órgãos, entidades ou empresas parceiras, a área de não interferência é o dobro da área de não interferência da marca gráfica aplicada sozinha (veja página 38).

Essa diferenciação deve-se ao fato de que a entidade parceira não tem vínculo hierárquico com o Senado Federal.



## 4.9 Usos proibidos

Ao aplicar a marca, deve-se usar somente arquivos disponíveis na versão digital do manual.

Abaixo seguem alguns exemplos de erros na aplicação da marca gráfica.

### Contornos



Não há contorno nas versões coloridas



Não se deve alterar a espessura do contorno na versão filetada

### Cores



Não se deve alterar as cores da marca gráfica

### Posição do Símbolo



Não se deve alterar a posição do símbolo, que permanece sempre à direita da marca gráfica



Não se deve alterar a tipografia da marca gráfica



### Tipografia



Não se deve alterar as dimensões da marca gráfica



### Dimensões



Não se deve arredondar as arestas da marca gráfica



### Arestas



Não é permitido o uso de caixa de segurança para a marca gráfica do Senado. Se o fundo não permitir boa visibilidade da marca, novas soluções de *layout* devem ser buscadas



### Caixa de segurança



## Assinaturas setoriais em fundos coloridos

A aplicação da assinatura em fundos coloridos é permitida desde que a visibilidade esteja garantida. A mesma regra vale para quando o fundo for uma fotografia ou ilustração.

Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



A cor preferencial do texto das assinaturas é azul (100C 20M). Contudo, quando não houver contraste suficiente entre a cor da tipografia e o fundo, pode-se adotar as cores preta ou branca, conforme o caso



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Secretaria Especial de  
Comunicação Social

SENADO  
FEDERAL



Fundo com cores muito próximas das cores da marca gráfica diminuem sua visibilidade

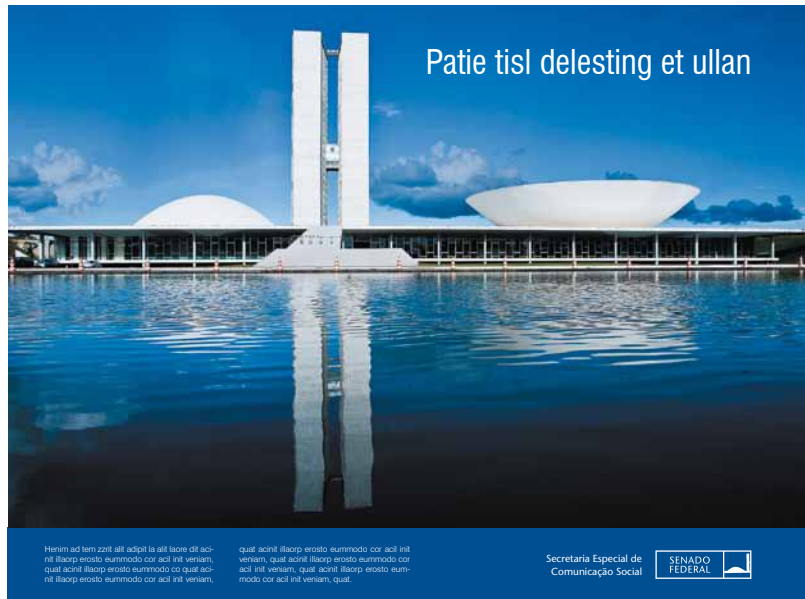
## 4.10 Assinaturas em publicidade

As unidades administrativas do Senado Federal NÃO assinam peças de publicidade voltadas para o público externo.

Nesse tipo de peça, a marca gráfica do Senado Federal será aplicada sozinha ou endossando as marcas pertencentes ao portfólio de marcas do Senado, tais como as dos veículos de comunicação, as dos programas do Senado, produtos e serviços.



Peças publicitárias voltadas para o público externo são assinadas com a marca gráfica do Senado Federal

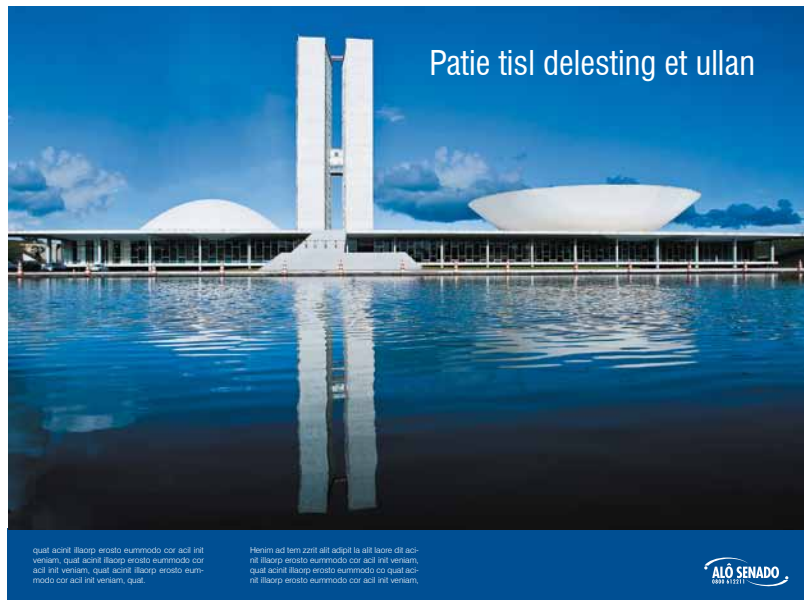


Peças publicitárias institucionais  
voltadas para o público externo  
NÃO devem ser assinadas por  
unidades administrativas



Peças publicitárias institucionais voltadas para o público externo podem ser assinadas com as marcas pertencentes ao portfólio de marcas do Senado Federal, desde que sejam aplicadas em conjunto com a marca institucional.

Nesses casos, a marca gráfica do Senado Federal deve sempre ser aplicada à direita das outras marcas.



Peças publicitárias institucionais voltadas para o público externo não podem ser assinadas SEM o endosso da marca institucional.

A única exceção a essa regra é quando o anúncio de um veículo de comunicação da Casa é divulgado em seu próprio ambiente. Por exemplo, se a TV Senado veicula anúncio DE sua própria programação EM sua programação, não é obrigatório o uso da marca institucional

Quando as campanhas promovidas pelo Senado Federal forem assinadas também por outros órgãos, empresas ou instituições, a marca gráfica do Senado deve ocupar a extrema direita do *layout*, em relação às outras marcas.

54







A marca gráfica do Senado está sem destaque em relação às outras dispostas no *layout*. Não fica claro, portanto, quem assina a peça publicitária



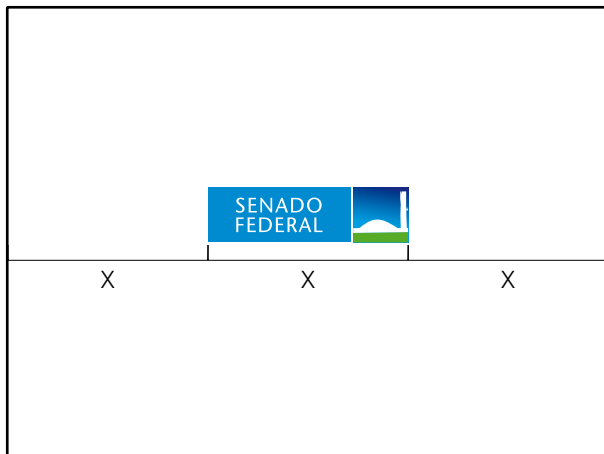
## Assinaturas em televisão

Ao final de qualquer VT de publicidade institucional do Senado Federal, a marca gráfica deve ser usada para assinar a peça.

Nessa assinatura, deve-se priorizar a aplicação da versão preferencial da marca gráfica, que deve permanecer na tela nos dois segundos finais do vídeo, não podendo ser cortada ou editada.



Versão preferencial da marca gráfica

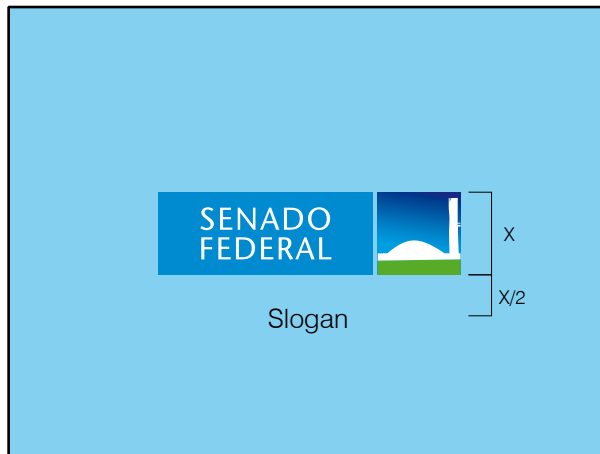


A marca gráfica do Senado deve ser centralizada na tela e ocupar um terço (1/3) da largura.

A tela de assinatura pode ser colorida ou branca, mas deve-se atentar sempre para a perfeita visibilidade da marca gráfica (*veja página 33*).

A inclusão de um *slogan* também é permitida, desde que respeitada a distância padrão de metade da altura da marca gráfica.

O *slogan* deve ser escrito em caixa alta e baixa, sendo que o tamanho da caixa alta deve ter, no máximo, a altura do tamanho da tipografia do logotipo Senado e não deve ultrapassar a largura da marca.



## Publicações editoriais

Nas publicações editoriais deve-se usar somente a versão filetada, em sua variante horizontal 2. Pode-se optar pela cor preta ou pela cor branca.

Para efeitos deste manual, são consideradas publicações todo material impresso que possui ISBN.



Versão filetada - variante horizontal 2



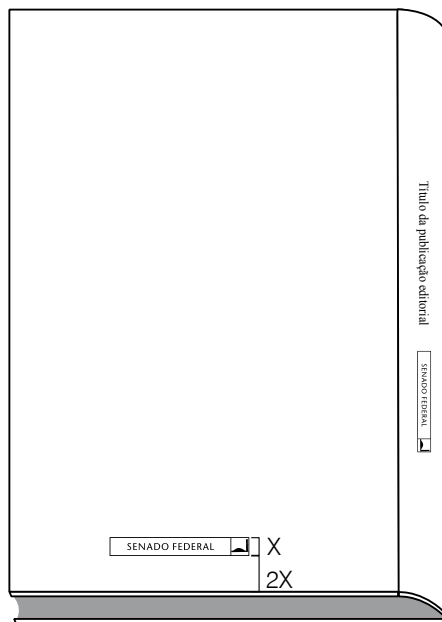
Versão filetada - variante horizontal 2

As publicações editoriais do Senado Federal não são de cunho oficial e, portanto, dispensam o uso das Armas Nacionais. Ao lançar uma publicação editorial, o Senado visa ampliar o acesso da população à legislação e à produção artística e científica nacional, atendendo, prioritariamente, a sua função institucional. Por isso, a importância do uso da marca gráfica do Senado.

Nas publicações editoriais, a marca gráfica do Senado deve ser aplicada sempre na contracapa e, adicionalmente, na lombada, quando esta possuir pelo menos 10 mm de largura.

Não se deve aplicar a marca gráfica na capa.

Na contracapa, a altura mínima da marca gráfica é de 5 mm e, a máxima, de 10 mm. A distância da base do livro é de duas vezes a altura da marca gráfica.



Contracapa

Na lombada, a marca gráfica é aplicada com uma inclinação de 90 graus e com sua base voltada para a contracapa, de modo que a sua leitura seja de cima para baixo.

O título da publicação aparece primeiro e a marca gráfica em seguida. A altura mínima da marca gráfica é de 5 mm e, a máxima, de 10 mm. A distância em relação às margens é de, no mínimo, metade da altura da marca.

Título da publicação editorial

SENADO FEDERAL



## 4.11 Papelaria Institucional

O uso da marca gráfica do Senado na papelaria institucional deve seguir os padrões estabelecidos neste manual, de forma a garantir uniformidade e unicidade a toda comunicação da Casa.

No espaço cinza, usa-se imagem definida por outro documento, o *Manual de Imagem Institucional*, também desenvolvido pela Secs.

A seguir, exemplos de aplicação da marca gráfica nos materiais de papelaria institucional.

### Tipografia padrão da papelaria

Os textos escritos pelos usuários nos materiais de papelaria impressa devem usar sempre a fonte Times New Roman. Assim, todos devem configurar essa fonte como fonte padrão.

#### Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

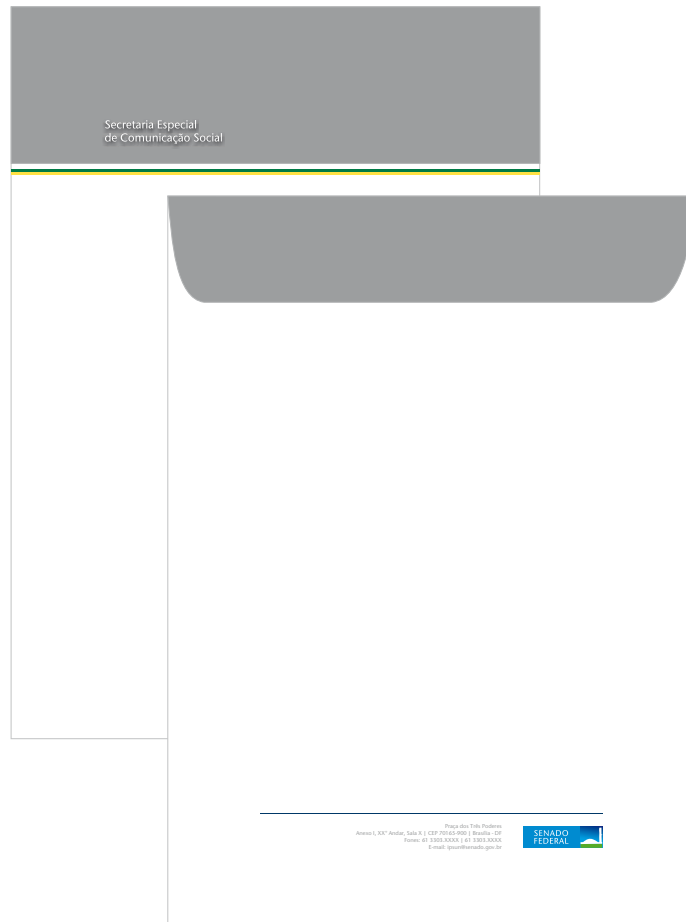
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz





## Envelope tamanho A3



Fonte unidade administrativa  
ITC Stone Sans Std TT 22  
Caixa alta e baixa

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std TT 11  
Caixa alta e baixa

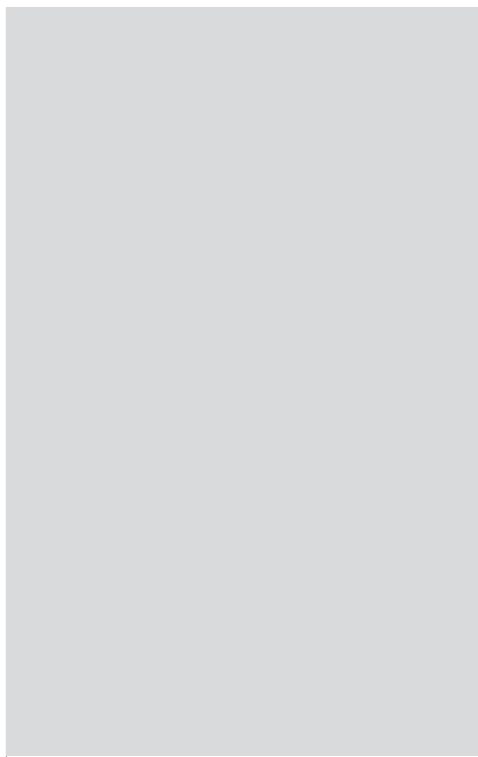
**Formato fechado:** 36 cm X 50 cm

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** 120 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** Faca de corte

## Bloco de notas



Secretaria Especial de  
Comunicação Social



Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std TT 8  
Caixa alta e baixa

### **CAPA**

**Formato:** 10 cm X 20 cm

**Papel:** couche fosco

**Gramatura:** 180 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** laminação

### **MIOLO**

**Formato:** 10 cm X 20 cm

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** de 75 g/m<sup>2</sup> a 90 g/m<sup>2</sup>

## Pasta

Título do Evento:  
ITC Stone Sans Std TT 45  
Caixa alta e baixa

Fonte Data:  
ITC Stone Sans Std TT 20  
Caixa alta e baixa

Fonte Unidade Administrativa:  
ITC Stone Sans Std TT 9,9  
Caixa alta e baixa

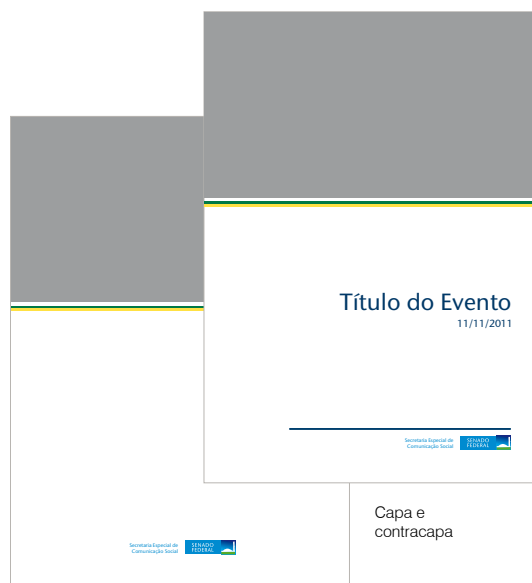
**Formato Fechado:** 23 cm X 32 cm

**Papel:** couché fosco

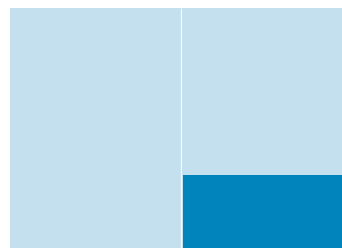
**Gramatura Capa:** 180 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** laminação

**Obs:** com bolsa interna



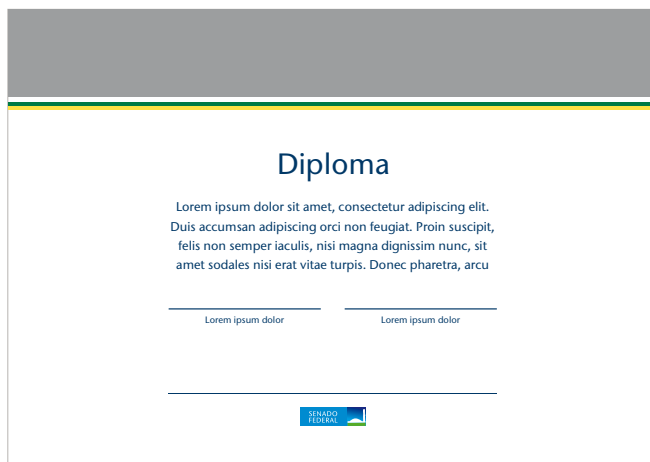
65



Parte interna com bolsa. Obs. as partes internas em azul também podem ser feitas todas em branco (cor do papel usado)

## Diploma

66



Fonte diploma:  
ITC Stone Sans Std TT 38  
Caixa alta e baixa

Fonte texto:  
ITC Stone Sans Std TT 12  
Caixa alta e baixa

Fonte assinaturas:  
ITC Stone Sans Std TT 12  
Caixa alta e baixa

**Formato:** A4 (21 cm X29,7 cm)

**Papel:** *couché* fosco

**Gramatura:** 120 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** laminação

## Capa de papel para CD

67

Fonte informações:  
ITC Stone Sans Std TT 11,3  
Caixa alta e baixa

**Formato:** 13 cm X 13 cm

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** 180 g/m<sup>2</sup>

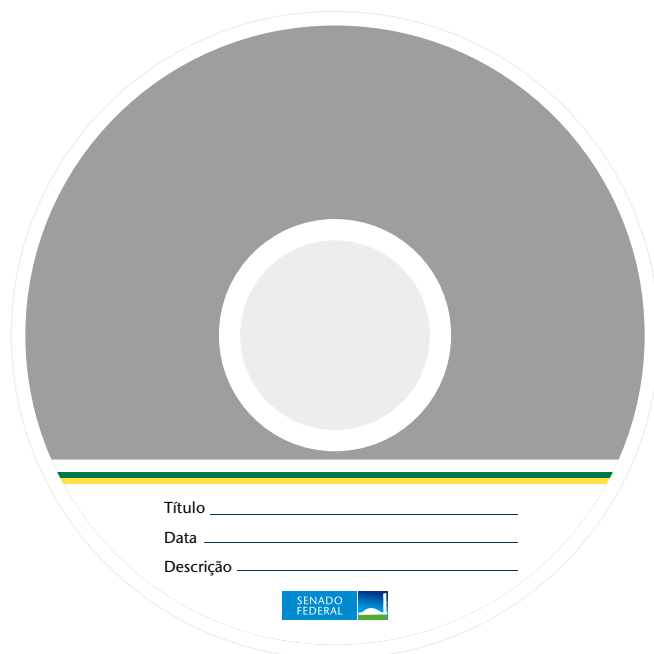
The diagram illustrates the layout of a CD paper cover. It features a dark blue spine on the left with a yellow vertical line. The spine contains the following text and fields:

- Setor / contato
- Título
- Data
- Descrição
- Arquivos

Each text label is followed by a horizontal line for input. The front cover is a large grey rectangle. At the bottom right of the front cover, there is a logo for "SENADO FEDERAL" with a blue and green graphic element. Below the front cover, there are additional horizontal lines for input, suggesting a continuation of the form.

## Label personalizável de CD

68



Fonte informações:  
ITC Stone Sans Std TT 8  
Caixa alta e baixa

**Formato:** 11 cm X 11 cm

## Cartão de visita

69

Frente



Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std TT 7,25  
Caixa alta e baixa

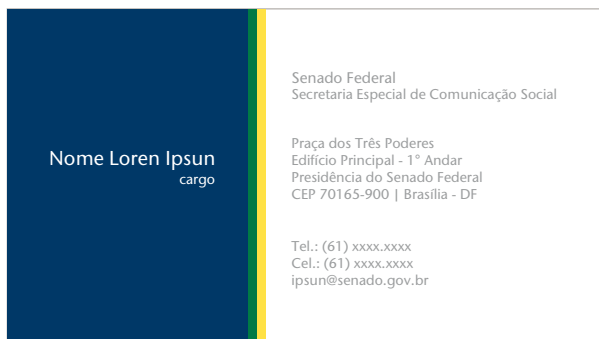
**Formato:** 9 cm X 5 cm

**Papel:** *couché* fosco

**Gramatura:** 120 g/m<sup>2</sup>

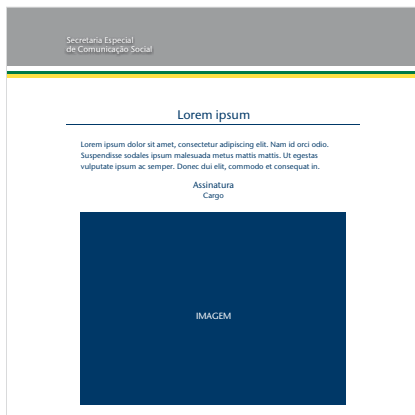
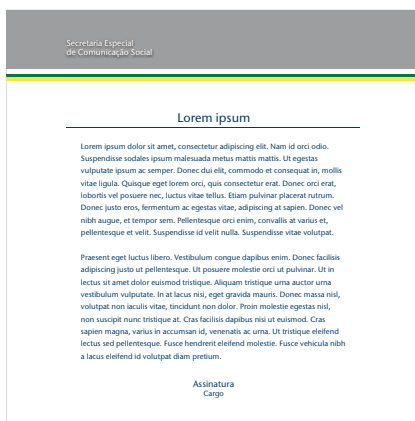
**Acabamento:** verniz localizado  
nas imagens e na faixa  
verde-amarela

Verso



## Email das unidades administrativas

70



Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std TT 3,83  
Caixa alta e baixa

Fonte título:  
ITC Stone Sans Std TT 5,746  
Caixa alta e baixa

Fonte texto:  
ITC Stone Sans Std TT 3,512  
Caixa alta e baixa

Fonte assinaturas:  
ITC Stone Sans Std TT 4,15  
Caixa alta e baixa

Fonte cargo:  
ITC Stone Sans Std TT 3,51  
Caixa alta e baixa

Fonte endereços:  
ITC Stone Sans Std TT 2,234  
Caixa alta e baixa

**Formato:** 800 pixels de largura X  
altura proporcional ao conteúdo



## Email dos servidores

Fonte saudação:  
Arial Bold 4,139  
Caixa alta e baixa

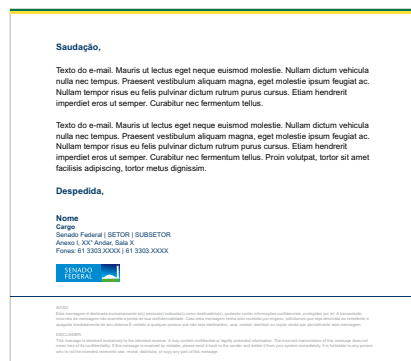
Fonte texto:  
Arial 3,763  
Caixa alta e baixa

Fonte nome:  
Arial Bold 3,762  
Caixa alta e baixa

Fonte cargo:  
Arial Bold 3,0  
Caixa alta e baixa

Fonte endereços:  
Arial 1,9  
Caixa alta e baixa

**Formato:** 800 pixels de largura  
X altura proporcional ao conteúdo



# **5.ARMAS NACIONAIS**



Referências:

3. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Disponível em <<http://www.presidencia.gov.br/presidenta/simbolos-nacionais/simbolos-nacionais/?searchterm=brasão>>. Acesso em 3 fev. 2011

4. BRASIL. Presidência da República. Lei 5.700, de 1º de Setembro de 1971. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L5700.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5700.htm)>. Acesso em 3 fev. 2011

## 5.1 Concepção

O Brasão de Armas do Brasil foi concebido pelo engenheiro Artur Zauer, a pedido do Presidente Manuel Deodoro da Fonseca<sup>3</sup>.

Seu desenho obedece à proporção de 15 de altura por 14 de largura, e compõe-se de:

I - o escudo redondo será constituído em campo azul-celeste, contendo cinco estrelas de prata, dispostas na forma da constelação Cruzeiro do sul, com a bordadura do campo perfilada de ouro, carregada de estrelas de prata em número igual ao das estrelas existentes na Bandeira Nacional; (Redação dada pela Lei nº 8.421, de 1992)

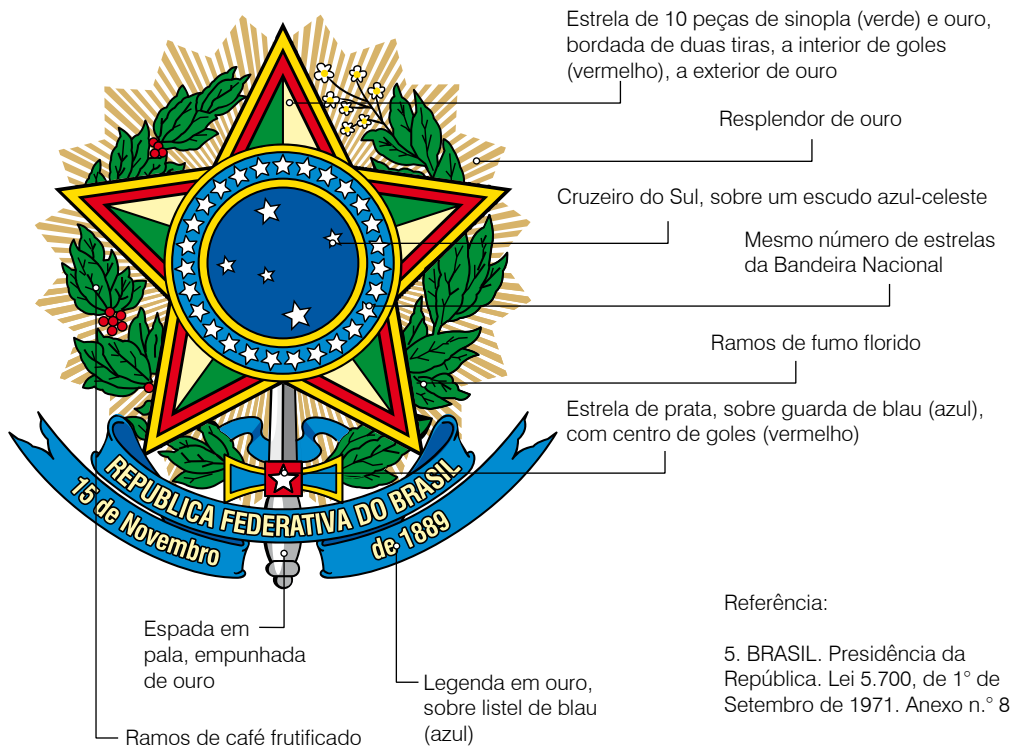
II - O escudo ficará pousado numa estrêla partida-gironada, de 10 (dez) peças de sinopla e ouro, bordada de 2 (duas) tiras, a interior de goles e a exterior de ouro.

III - O todo brocante sôbre uma espada, em pala, empunhada de ouro, guardas de blau, salvo a parte do centro, que é de goles e contendo uma estrêla de prata, figurará sôbre uma coroa formada de um ramo de café frutificado, à destra, e de outro de fumo florido, à sinistra, ambos da própria côr, atados de blau, ficando o conjunto sôbre um resplendor de ouro, cujos contornos formam uma estrêla de 20 (vinte) pontas.

IV - Em listel de blau, brocante sôbre os punhos da espada, inscrever-se-á, em ouro, a legenda República Federativa do Brasil, no centro, e ainda as expressões "15 de novembro", na extremidade destra, e as expressões "de 1889", na sinistra.<sup>4</sup>

## 5.2 Características gerais

O uso do brasão é obrigatório nas Casas do Congresso Nacional e nos papéis de expediente, convites e publicações oficiais de âmbito federal.<sup>5</sup>



## 5.3 Tipografia Padrão

A tipografia que acompanha o brasão deve ser usada para os nomes das unidades de serviços e outras assinaturas.

### Stone

#### ITC Stone Sans Std Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Os textos escritos pelos usuários nos materiais de papelaria impressa devem usar sempre a fonte Times New Roman. Assim, todos devem configurar essa fonte como fonte padrão.

### Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## 5.4 Padrão cromático

As cores do brasão devem ser respeitadas. Para tanto, deve-se seguir os padrões apontados abaixo. Para evitar erros, não se deve tentar reproduzir esse símbolo.

Acesse e baixe o arquivo original na versão digital do manual e busque os arquivos originais.

|             |   |
|-------------|---|
| K100        |    |
| C100 Y100   |    |
| M100 Y100   |    |
| C100 M65    |    |
| C100 M20    |    |
| M10 Y100    |   |
| Y40         |  |
| M20 Y60 K20 |  |
| White       |  |



## 5.5 Variantes de uso

O Brasão da República possui três variações: colorida chapada, colorida com degradês e monocromática filetada. Deve-se somente aplicar o arquivo original do brasão que está na versão digital do manual.

### Cor sólida



### Colorida degradê



### Monocromia



A versão monocromática pode ser aplicada em preto, dourado ou branco.

O uso de outras cores é permitido em impressão monocromática

## 5.6 Escala de redução

O limite de redução do brasão é definido pela altura. Independentemente de sua forma de aplicação, não poderá ter uma altura menor do que 10 mm.



10 mm



## 5.7 Área de não interferência

Para garantir boa visibilidade, o símbolo deverá contar com uma área de proteção mínima correspondente à ponta da estrela. Nenhum outro elemento do *layout* deve ultrapassar essa área de proteção.



## 5.8 Assinaturas setoriais

O brasão deverá ser aplicado, obrigatoriamente, nos papéis de expediente, convites e publicações oficiais de nível federal.

Para identificar o Senado, há a versão vertical e a versão horizontal da assinatura padrão.

### Versão vertical



### Versão horizontal



As medidas em milímetros e o tamanho da fonte não são fixos. Com a ampliação do símbolo, a proporção entre o tamanho da fonte e o espaçamento entre os elementos deverá ser mantida

Quando houver a necessidade de identificar as unidades administrativas do Senado Federal, os modelos abaixo deverão ser usados:

### Versões verticais

ITC Stone Sans Std Medium  
cor preta | corpo 12 | Caixa  
alta | espaçamento entrelinha  
100% | espaçamento entre  
parágrafos 1 mm

ITC Stone Sans Std Medium  
cor preta | corpo 11  
| Caixa alta e baixa |  
espaçamento entrelinha  
100% | espaçamento entre  
parágrafos 1 mm  
alinhamento centralizado



20 mm

3 mm

SENADO FEDERAL

Nome da unidade administrativa

### Versões horizontais

O nome "Senado Federal" deve estar sempre centralizado horizontalmente em relação ao brasão

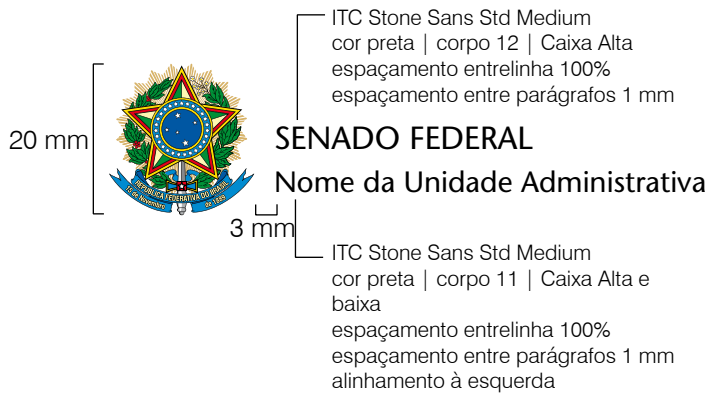


X

SENADO FEDERAL

X

Nome da unidade administrativa



Quando houver mais de uma unidade administrativa, as regras permanecem as mesmas.

### Versões verticais



20 mm

3 mm

SENADO FEDERAL

Nome da unidade administrativa 1

Nome da unidade administrativa 2

### Versões horizontais



X

SENADO FEDERAL

X

Nome da unidade administrativa 1

Nome da unidade administrativa 2

## 5.9 Usos proibidos

Abaixo seguem alguns exemplos de erros na aplicação do brasão:



Não se deve rotacionar o brasão



As dimensões do brasão não devem ser modificadas

O nome "Senado Federal" está centralizado em relação ao brasão. As assinaturas das unidades administrativas estão dipostas imediatamente abaixo



SENADO FEDERAL  
Secretaria Especial de Comunicação Social  
Subsecretaria de Projetos Especiais

A caixa de texto está centralizada horizontalmente com o Brasão da República, o que desloca o nome "Senado Federal" de sua posição correta



SENADO FEDERAL  
Secretaria Especial de Comunicação Social  
Subsecretaria de Projetos Especiais

Na versão horizontal, o nome "Senado Federal" deve estar sempre centralizado horizontalmente em relação ao brasão



SENADO FEDERAL

Na versão vertical, o nome "Senado Federal" deve estar sempre centralizado verticalmente em relação ao brasão



SENADO FEDERAL



SENADO FEDERAL

Secretaria Especial de Comunicação Social

Secretaria Agência Senado

Secretaria Jornal do Senado

Secretaria Rádio Senado



As assinaturas das unidades administrativas ultrapassam a altura do Brasão da República



SENADO FEDERAL

Secretaria Especial de Comunicação Social

Secretaria Agência Senado

Secretaria Jornal do Senado

Secretaria Rádio Senado



Quando as assinaturas ocuparem mais de duas linhas, deve-se adotar o padrão vertical de assinatura



O nome "Senado Federal" será grafado sempre em caixa alta



Senado Federal  
Secretaria Especial de Comunicação Social  
Subsecretaria de Projetos Especiais

Somente o nome "Senado Federal" será grafado em caixa alta. O nome das unidades administrativas será grafado sempre em caixa alta e baixa



SENADO FEDERAL  
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
SUBSECRETARIA DE PROJETOS ESPECIAIS



Não são permitidas outras versões monocromáticas senão a versão exibida na página 7



Não é permitido o uso do brasão hachurado em peças gráficas e eletrônicas. Essa versão, presente no anexo da Lei 5.700/71, é um indicativo de cores para aplicação em esculturas e gravuras, sendo impróprio o seu uso em materiais impressos ou eletrônicos. Para esses casos, recomenda-se usar a versão simplificada do brasão

O uso do Brasão da República é restrito a materiais oficiais político-administrativos



Não é permitido o uso do brasão em publicidade institucional ou outros materiais com esse perfil



O Brasão da República é símbolo nacional e deve ser respeitado como tal. Por isso, não é permitido sua aplicação sobre fotografias ou outros fundos irregulares que diminuam sua visibilidade



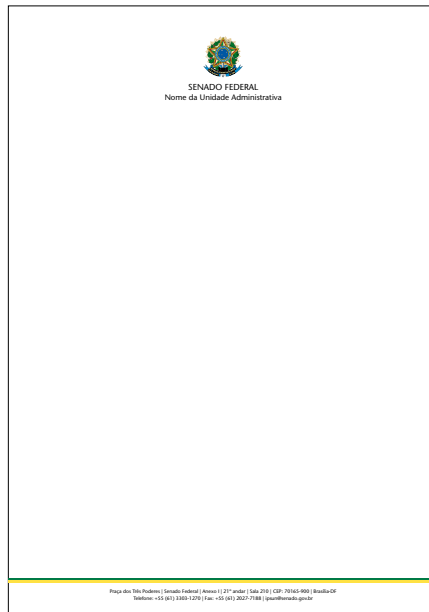
## 5.10 Papelaria oficial

A papelaria oficial do Senado é constituída por papéis timbrados, envelopes, cartões de visita, cartões de cumprimento, convites e formulários.

A lista a seguir é exemplificativa, não exaustiva. Peças individualizadas, segundo a necessidade dos setores, serão feitas por demanda.

Entretanto, todas as peças futuras devem respeitar essas premissas, não sendo admitida a impressão de conteúdos oficiais do Senado em outros papéis ou diagramados em desacordo com as regras deste manual.

## Papel timbrado



Fonte Senado Federal:  
ITC Stone Sans Std 12  
Caixa alta

Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std 11  
Caixa alta e baixa

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std 7  
Caixa alta e baixa

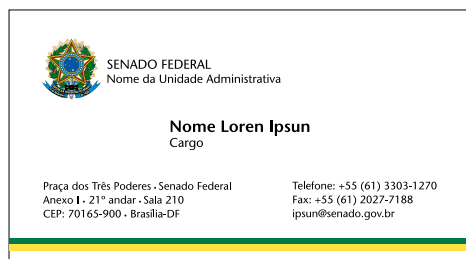
**Formato:** A4 (21 cm X 29,7 cm)

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** 75 g/m<sup>2</sup>

## Cartão de visita

92



Fonte Senado Federal:  
ITC Stone Sans Std 7,15  
Caixa alta

Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std 6,55  
Caixa alta e baixa

Fonte nome:  
ITC Stone Sans Std Bold 9  
Caixa alta e baixa

Fonte cargo:  
ITC Stone Sans 7  
Caixa alta e baixa

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std 6  
Caixa alta e baixa

**Formato:** 9 cm X 5 cm

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** 180 g/m<sup>2</sup>

## Pasta canguru A4

Fonte Senado Federal:  
ITC Stone Sans Std 42  
Caixa alta

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std 8  
Caixa alta e baixa

Parte interna:

Fundo:  
Azul C100 M10 Y5 K15  
transparência 75%

Bolsa:  
Azul C100 M10 Y5 K15

**Formato Fechado:** 23 cm X 32 cm

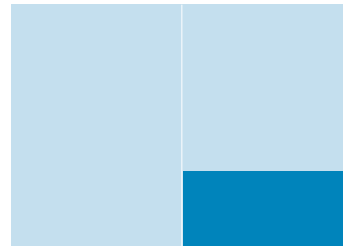
**Papel:** Couché Fosco

**Gramatura:** 180 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** laminação



Capa e contracapa



Parte interna com bolsa. Obs. as partes internas em azul também podem ser feitas todas em branco (cor do papel usado)

## Envelope saco A3



94

Fonte Senado Federal:  
ITC Stone Sans Std 24  
Caixa alta

Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std 22  
Caixa alta e baixa

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std 15

**Formato Fechado:** 36 cm X 50 cm

**Papel:** AP (comum)

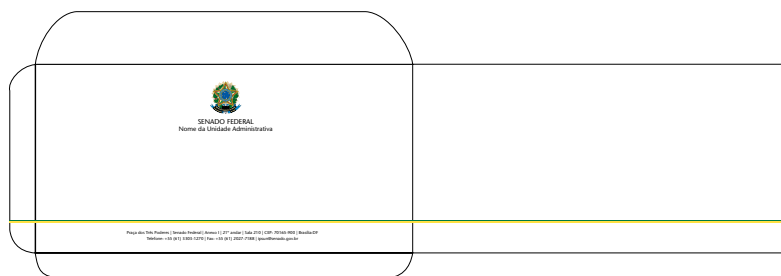
**Gramatura:** 150 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** faca de corte





## Envelope carta



96

Fonte Senado Federal:  
ITC Stone Sans Std 12  
Caixa alta

Fonte unidade administrativa:  
ITC Stone Sans Std 11  
Caixa alta e baixa

Fonte endereço:  
ITC Stone Sans Std 7,5  
Caixa alta e baixa

**Formato Fechado:** 23 cm X 11,5 cm

**Papel:** AP (comum)

**Gramatura:** 150 g/m<sup>2</sup>

**Acabamento:** faca de corte



## 6.SINALIZAÇÃO

## Sinalização

O uso da marca do Senado Federal nos materiais de sinalização atenderá a regras definidas no *Manual de Sinalização do Senado Federal*, de responsabilidade da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs), seguindo, subsidiariamente, este *Manual de Identidade*.

# 7.INTERNET E INTRANET

## Internet e Intranet

A identidade visual do Senado Federal na internet (portal, banners, hotspots etc.) e intranet atenderá a regras definidas no *Manual de Internet e Intranet do Senado Federal*, de responsabilidade da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs), seguindo, subsidiariamente, este *Manual de Identidade*.

# 8.VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO



## **Veículos de Comunicação**

A identidade visual dos veículos de comunicação atenderá a regras do *Manual de Identidade dos Veículos de Comunicação do Senado Federal*, de responsabilidade da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs), seguindo, subsidiariamente, este *Manual de Identidade*.

# **9.PRODUTOS E SERVIÇOS COM MARCA PRÓPRIA**

## **Produtos e serviços com marca própria**

A identidade visual dos veículos de comunicação atenderá a regras do *Manual de Identidade dos Veículos de Comunicação do Senado Federal*, de responsabilidade da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs), seguindo, subsidiariamente, este *Manual de Identidade*.

## 10.GLOSSÁRIO

## 10 Glossário

### **Área de não interferência ou de proteção**

É o espaço delimitado em torno da marca no qual não podem ser colocados outros elementos visuais, de forma a preservar a boa visibilidade dela.

### **Assinaturas em publicidade**

Identificação da empresa ou instituição que patrocina a peça publicitária.

### **Assinaturas setoriais**

Nomes das unidades administrativas do Senado junto ao nome Senado Federal da marca gráfica.

### **Caixa alta**

Letras maiúsculas ou Versal (CAIXA ALTA).

### **Caixa baixa**

Letras minúsculas (caixa baixa).

### **Caixa alta e baixa**

Inicial maiúscula e demais minúsculas (Caixa Alta e Baixa).

### **Caixa de segurança**

Área de cor chapada aplicada sob a marca, com a função de tornar-se um fundo delimitador.

**CMYK**

Padrão cromático em que a letra C significa ciano; a letra M, magenta; a letra Y, amarelo; e a letra K, preto.

**Comunicação oficial ou redação oficial**

Pode-se dizer que redação oficial é a maneira pela qual o poder público redige atos normativos e comunicações. A redação oficial deve caracterizar-se pela impessoalidade, uso do padrão culto de linguagem, clareza, concisão, formalidade e uniformidade. Não se concebe que um ato normativo de qualquer natureza seja redigido de forma obscura, que dificulte ou impossibilite sua compreensão.

**Cor gradiente**

Gradação da cor (degradê).

**Cor sólida**

Cor sem variação tonal (chapada).

**Documento oficial**

É todo instrumento oficial de comunicação utilizado para fins político-administrativos da Casa.

**Entreletra**

A relação espacial entre as letras. A entreletra pode ser muito frouxa ou muito apertada, por exemplo. *Kerning*, em inglês.

**Entrelinha**

Espaço entre linhas de texto, medido geralmente de uma linha base à linha de base seguinte.

**Fonte**

Todos os caracteres do alfabeto, mais os sinais de pontuação e números que compõem uma caixa tipográfica.

**ISBN**

Criado em 1967 e oficializado como norma internacional em 1972, o ISBN – *International Standard Book Number* – é um sistema que identifica numericamente os livros segundo o título, o autor, o país e a editora, individualizando-os inclusive por edição.

**Layout**

Peça produzida artesanalmente para a visualização e interpretação de um projeto. Instrumento de depuração do próprio projeto, quando destinado ao cliente, deve simular, da melhor forma possível, o produto final.

**Logotipo**

Forma gráfica específica para uma palavra, de modo a caracterizá-la com personalidade própria (ADG).

**Mancha gráfica**

Parte impressa do texto, em oposição às margens.

**Manual de identidade**

A identidade organizacional é resultante da soma das características fundamentais que definem o que uma instituição é e aquilo que ela produz. Entende-se por imagem, a forma com que o público percebe essa identidade por meio de experiências e interações com a organização. Considerada a personalidade da instituição, a imagem não pode ser distante da sua identidade. O maior alinhamento desses elementos é crucial para a formação de uma marca forte. O manual de identidade é o documento criado para promover a gestão da imagem, alinhá-la de forma positiva com a identidade institucional e orientar a concepção e o uso das marcas que a representam.

**Manual de identidade visual ou de marca**

É o instrumento que define as políticas e diretrizes para estabelecer uma identidade visual ou padronizar a aplicação de uma marca gráfica. Aspectos como proporção, área de não interferência, padrão cromático e variantes de uso da marca, entre outros, são determinados neste documento para garantir a uniformidade na reprodução dos elementos visuais.

**Marca**

Combinação de nome, logotipo e símbolo gráfico, utilizada para identificar produtos ou serviços e diferenciá-los dos concorrentes.



**Marca de família**

Conjunto de marcas com características similares que podem representar produtos, setores e serviços oferecidos por uma empresa.

**Marca preferencial**

Variante de aplicação de uma marca gráfica que deve ser privilegiada quando possível.

**Material institucional**

É todo material não oficial e não jornalístico, publicado ou exibido em nome da instituição Senado Federal para promover e zelar pela sua imagem. Não é obrigatório o uso da marca gráfica do Senado em instrumentos utilizados no fluxo de comunicação informal, tais como correio eletrônico.

**Monocromático**

Processo de impressão a uma só cor (ADG).

**Papelaria**

Itens que dão suporte a comunicação oficial impressa da instituição. Exemplo: envelope, papel timbrado, cartão de visita e pasta.

**Pantone**

Tabela universal de cores que associa cada tonalidade de cor a um código (ADG).

**Portfólio de marcas**

Para efeito deste manual, considera-se portfólio de marcas todos os símbolos gráficos utilizados para representar setores administrativos, produtos e serviços do Senado Federal. Após mapear e conhecer a relação entre as marcas gráficas, pode-se estabelecer uma política eficiente de gestão de marcas.

**Publicidade institucional**

Consiste na divulgação de mensagens em formato de propaganda, assinadas por um patrocinador identificável, com o objetivo de criar imagens e atitudes mentais favoráveis a uma instituição como um todo, seus produtos, serviços e marcas.

**Público interno (do Senado)**

Para entendimento do manual, considera-se público interno do Senado os parlamentares, servidores e funcionários terceirizados.

**Público externo (do Senado)**

Para entendimento do manual, considera-se público externo do Senado os membros da sociedade em geral.

**RGB**

Padrão cromático em que a letra R significa vermelho (red); a letra G, verde (green); e a letra B, azul (blue).

**Serifa**

Pequeno traço ou filete que finaliza as hastes de algumas letras.

**Símbolo gráfico**

Desenho característico destinado a funcionar como elemento de identidade visual de uma empresa, organização, produto, serviço ou evento. Pode ser abstrato ou figurativo (ADG).

**Símbolos nacionais**

São símbolos que representam a nossa pátria: a Bandeira Nacional, o Hino Nacional, o Brasão das Armas Nacionais e o Selo Nacional. A forma, a apresentação e o uso desses símbolos estão regulamentados na Lei 5.700/71.

**Slogan:** O *slogan* é uma frase, normalmente curta, que sintetiza o conceito do produto, do serviço ou da marca da empresa.

**Tipografia**

Arte e processo de criação e(ou) utilização de símbolos relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e paraortográficos (algarismos, sinais de pontuação etc) para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (à mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel ou gravados em um documento digital) – ADG.

**Variantes de uso do símbolo**

Ocorre quando o símbolo gráfico tem mais de uma versão com variações de desenho, formato, cor e alinhamento dos elementos visuais.

**Veículo de comunicação**

Nome da empresa/canal que utiliza determinado meio de comunicação para veicular conteúdo. No Senado, os veículos são TV Senado, Rádio Senado, Jornal do Senado e Agência Senado.

**Versalete**

Letras maiúsculas, sendo a inicial em tamanho de caixa alta e as demais do tamanho da caixa baixa (VERSALETE)

**VT**

Do inglês *videotape*, é sinônimo de vídeo para exibição em televisão.

### Fontes para os termos do glossário:

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. ABC da ADC: glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: Gráfica Melhoramentos, 1998.

CARRAMILLO NETO, Mario. Produção Gráfica II. São Paulo: Global, 19975.

GAUDÊNCIO, Torquato. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

HENDEL, Richard. O design do livro. Cotia: Atelié Editorial, 2003.

INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER. Disponível em <[www.isbn.br](http://www.isbn.br)>. Acesso em: 10 jun. 2011.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Manual de Redação da Presidência da República. Brasília: Presidência da República, 2002. 2.ed

SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. Terezópolis: 2AB, 2010.





