



# GUIA DE PADRONIZAÇÃO

PARA FILMMAKERS MOBILE & PRODUTORES DE CONTEÚDO

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA E INSTITUCIONAL



# NOSSO OBJETIVO



As redes da Prefeitura e das Secretarias devem informar, engajar e prestar contas à população de forma:

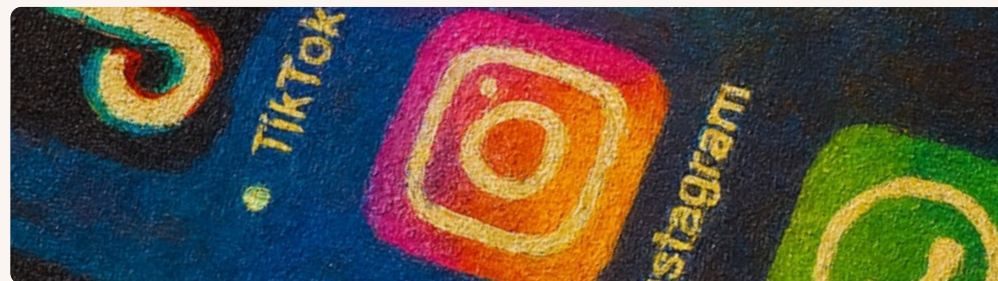
**Transparente**

**Inclusiva**

**Moderna**

**Eficiente**

# É A CONSTRUÇÃO DA CREDIBILIDADE PÚBLICA!



## Checklist

- ✓ Gravar em 9:16;
- ✓ Cuidar do áudio e da imagem;
- ✓ Autorização do uso de imagem;
- ✓ Evitar planos longos, priorizar cortes dinâmicos;
- ✓ Gravar tomadas B-roll (cenas de apoio);
- ✓ Aplicar identidade visual oficial;
- ✓ Exportar em (1080p);
- ✓ Todos os vídeos deverão ter obrigatoriamente capa com título sobre o assunto;

# LEGENDAS INTERNAS (CAPCUT)

- ✓ Usar a Fonte **Neulis Alt Medium**, TAM: 8
- ✓ Certifique-se de que todas as legendas sejam facilmente legíveis, especialmente em fundos claros ou com muito movimento;
- ✓ Use sombras e bordas para garantir contraste adequado;

## EXEMPLOS

EXEMPLO 1

EXEMPLO 2

- ✓ Posicione as caixas de texto centralizadas e ao meio, longe de botões, curtidas, comentários e barra de tempo; **DENTRO DAS LIMITAÇÕES DO ESPAÇO BRANCO ABAIXO:**
- ✓ Ajustar as linhas de texto, de cada caixa, para que a leitura seja confortável (máximo de linhas proporcionais: 2);



**Atenção para a ortografia e pontuação;**

# LEGENDAS INTERNAS (CAPCUT)

## CAIXA DE IDENTIFICAÇÃO (CAPCUT)

- ✓ Caixa de identificação animada disponibilizada pela **SECOM**;
- ✓ Usar a fonte **BEBAS NEUE** para título e subtítulo (nome, sobrenome e função) em caixa alta;

## FILTROS

- ⚠ Evitar filtros que escurecem, desbotam ou deixam o vídeo com aparência manchada ou embaçada;
- ✓ O objetivo é manter o conteúdo claro, nítido e com boa visibilidade;



- ✓ Prefira filtros que realçam as cores, mantendo um tom natural e vibrante;
- ✓ Quanto mais cor e contraste o vídeo tiver (sem exagero), melhor o desempenho visual nas plataformas;

## EFEITOS

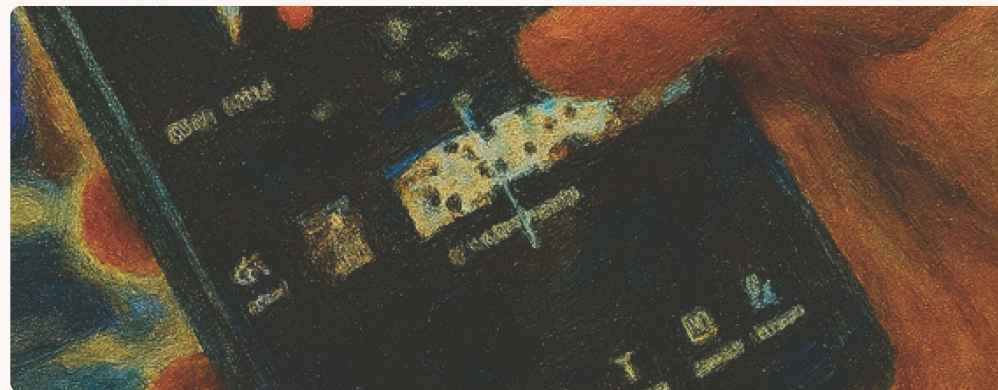
- ✓ Os efeitos devem ser sutis e funcionais, nunca distrativos;
- ⚠ Utilizar efeitos apenas se:  
Destacarem um ponto importante;
- ✓ Tiverem valor estético alinhado à identidade visual da Prefeitura;

# ORIENTAÇÕES GERAIS

- ✓ Mantenha a identidade visual padronizada em todos os vídeos;
- ✓ Cores, fontes e animações devem seguir o mesmo estilo para fortalecer a marca e identidade da Prefeitura;
- ✗ Evite excesso de elementos visuais para não poluir o conteúdo;
- ✓ Revise sempre a ortografia, pontuação e concordância;

**DRIVE DE AUXÍLIO  
PARA PRODUTORES DE CONTEÚDO**

**LINK**



- ✓ Use linguagem clara, direta e coerente com o tom de voz da marca;
- ⚠ Cuidado com erros simples (corte, sobreposição, legenda, trilha sonora, efeitos e filtros) que podem comprometer a credibilidade e a qualidade do conteúdo;



# ARTES ESTÁTICAS

- ✓ Para o **FEED** seguir a dimensão **1080px x 1350px**;
- ✓ Para **STORIES** seguir a dimensão **1080px x 1920px**;

✗ **NÃO UTILIZAR IMAGENS DE PESSOAS DE BANCO DE IMAGENS.** Sempre tentar produzir uma foto ou buscar na agência de notícias nas próprias matérias.

**MARCAS:** conforme o Manual de Comunicação, a marca da prefeitura deve estar localizada na parte inferior da peça. Caso necessite colocar outras secretarias, deve-se colocar à esquerda da marca da prefeitura.



OBS: Selos de Campanha (ex.: A Pref faz a Pref Mostra) fica a escolha de pôr na parte esquerda-superior ou à esquerda da marca da prefeitura.

## EXEMPLOS



# ARTES ESTÁTICAS

- ✓ Utilizar a fonte: **HeadingNowTrial**  
Em Títulos E Subtítulos.  
E A Fonte: **NEULIS - SUB TEXTO;**

⚠ OBS: Pode-se abrir exceções quando houver conflito no peso do texto, necessitando usar a Neulis para título por exemplo em uma terceira fonte em momentos pontuais.

**DATAS ESPECIAIS:** Os casos de datas especiais podem abrir exceções para as regras do guia sobre questões de fontes e imagens, mas destaca-se a necessidade de fazer um conteúdo mais direto e pontual. Ainda é importante evitar trazer imagens de pessoas de banco de imagens, mas dependerá do conteúdo a ser feito. Segue exemplos:

## EXEMPLOS





# ARTES ESTÁTICAS

- ✓ UTILIZAR ELEMENTOS 3D PARA COMPOSIÇÃO DAS ARTES. EX:

OBS: Elementos que se comuniquem com o assunto que está sendo tratado

## EXEMPLOS





# GUIA DE PADRONIZAÇÃO

PARA FILMMAKERS MOBILE & PRODUTORES DE CONTEÚDO

**Emília Corrêa Santos Bezerra**  
PREFEITA

**José Ricardo Marques dos Santos**  
VICE-PREFEITO

**José Ricardo Marques dos Santos**  
SECRETÁRIO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Gleice Ane Queiroz**  
SECRETÁRIA ADJUNTA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Leonardo Levi**  
DIRETOR DE MARKETING

**Diego Rios**  
DIRETOR DE JORNALISMO

**Erick Cerqueira Filho**  
COORDENADOR DE MÍDIAS DIGITAIS

**Mariane Góis**  
ANALISTA DE MÍDIAS DIGITAIS

**Kadu Gunmar**  
PROJETO GRÁFICO

**Geysson Oliveira**  
DIAGRAMAÇÃO

**Lucas Gabriel**  
ANALISTA DE DIREÇÃO DE ARTE

SECRETARIA MUNICIPAL DA  
COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM



PREFEITURA  
**ARACAJU**  
UMA NOVA CIDADE