
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;



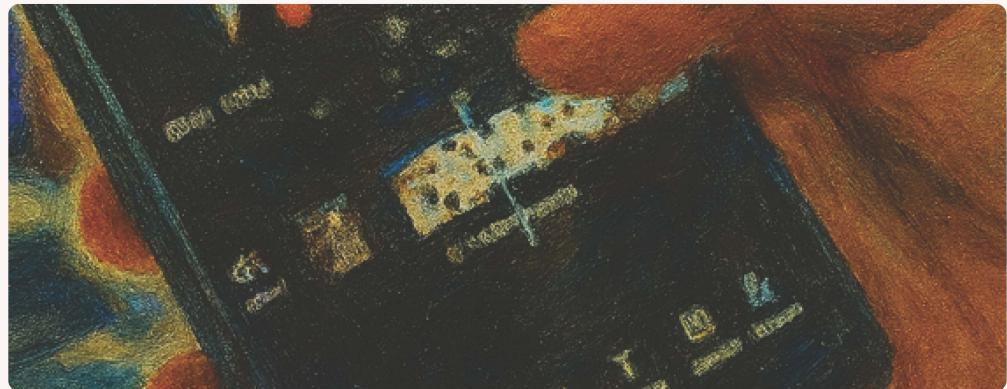
- ✓ Prefira filtros que realçam as cores, mantendo um tom natural e vibrante;
- ✓ Quanto mais cor e contraste o vídeo tiver (sem exagero), melhor o desempenho visual nas plataformas;

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;



- ✓ 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;

**DRIVE DE AUXÍLIO
PARA PRODUTORES DE CONTEÚDO**

LINK

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