



**ANBIMA**

Guia da marca



# INTRODUÇÃO

Este guia de marca foi desenvolvido especialmente para a ANBIMA. Ele normatiza as regras de uso e aplicações da identidade visual da marca nos mais variados casos.

Portanto, todo e qualquer uso da marca deve seguir estritamente as regras aqui especificadas.

Toda peça criada deverá ser consultada pelo departamento de marketing ou comunicação da ANBIMA.

As áreas com o ícone  possibilita realizar o download do material da seção apresentada



# ÍNDICE

<b>1. A MARCA</b>	
Estrutura, versões da logotipo e regras de aplicação	<b>04</b>
<b>2. LINGUAGEM VISUAL</b>	
Cores, grafismos e imagens que identificam a marca	<b>17</b>
<b>3. SELOS</b>	
Tipos, modelos e regras de aplicações do selos	<b>34</b>
<b>4. COMUNICAÇÃO EM EVENTOS</b>	
Características e conceitos para desenvolvimento de materiais para eventos com a marca ANBIMA	<b>46</b>
<b>5. DIGITAL</b>	
Regras de aplicação e melhores práticas para o desenvolvimento de sistemas	<b>50</b>

**A marca**

The image features a solid green background. On the right side, there is a large, white, curved shape that tapers towards the top right. Below this white shape, there are several overlapping, curved shapes in shades of green, blue, and orange. In the bottom right corner, there are three thin, yellow, curved lines that appear to be part of a larger, abstract design.



## A MARCA

### Versão principal

A marca ANBIMA é composta pelo conjunto logo + tipo, com posicionamento e proporções inalteráveis. O logo é centralizado em relação à tipografia. Esta versão com cores, deve-se sempre aplicar sobre fundo branco.





## A MARCA

### Versão horizontal

Assim como a versão principal, é composta pelo conjunto logo + tipo, com posicionamento e proporções inalteráveis. O logo e a tipografia são alinhados de forma centralizada. Esta versão com cores, deve-se sempre aplicar sobre fundo branco.

Optar por essa versão apenas em casos que o espaço da peça ou local aplicado seja restrito e diminua a visibilidade da marca, por exemplo, headers de páginas e sistemas.



**ANBIMA**





# A MARCA

## Versões de cores

Para usos especiais, estão previstas as versões em tons de cinza e monocromática.

A versão em tons de cinza destina-se a impressos em cor única, onde é viável o uso de porcentagens e retícula.

A versão monocromática destina-se a aplicações especiais como fundos coloridos, em alto ou baixo relevo. Pode ser em positivo, negativo ou na cor prata.

## Marca versão principal



marca monocromática em positivo



marca monocromática em negativo



marca grayscale



marca monocromática em prata





# A MARCA

## Versões de cores

Para usos especiais, estão previstas as versões em tons de cinza e monocromática.

A versão em tons de cinza destina-se a impressos em cor única, onde é viável o uso de porcentagens e retícula.

A versão monocromática destina-se a aplicações especiais como fundos coloridos, em alto ou baixo relevo. Pode ser em positivo, negativo ou na cor prata.

## Marca versão horizontal



marca monocromática em positivo



marca monocromática em negativo



marca grayscale



marca monocromática em prata





# A MARCA

## Área de respiro e redução

### a) Área de respiro

Para garantir visibilidade máxima, nenhum outro elemento gráfico deve invadir uma área reservada, seguindo a medida relativa à letra N do logotipo. Já a versão "símbolo" segue a altura do mesmo dividida por 4.

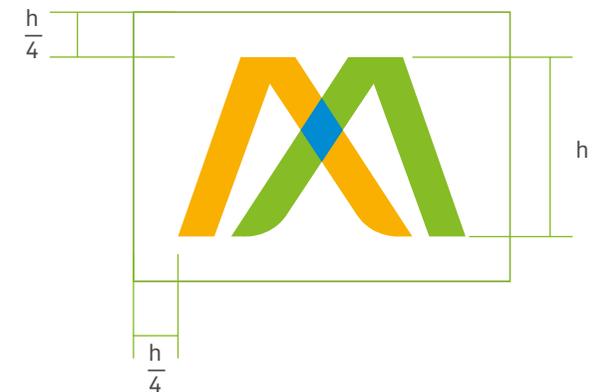


versão principal



versão horizontal

**ANBIMA**



versão símbolo



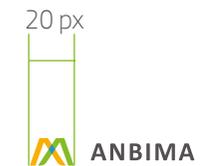


# A MARCA

## Área de respiro e redução

### b) Redução

A marca ANBIMA, em qualquer de suas versões, pode ser reduzida, no máximo, até que a largura do símbolo seja equivalente a 5 mm. No caso de mídias digitais, a redução é feita em pixels e pode ser reduzida, no máximo, até que a largura do símbolo seja equivalente a 20 pixels.





# A MARCA

## Assinatura completa

A assinatura completa é formada pela marca e o nome da entidade. Devido à extensão do nome da entidade e a fim de garantir a clara percepção da marca, os dois elementos funcionam individualmente.

Sendo tratados independentemente, tanto a marca quanto o nome podem ser dimensionados adequadamente em função da peça gráfica. A forma preferencial para apresentação do nome é sua composição em duas linhas, com a altura no tamanho mínimo de 4 mm. Já a marca ANBIMA segue os padrões citados no item 1.5.

O nome não deve ser digitado, mesmo possuindo-se a fonte correta, pois o espaçamento entre as letras está calculado para que as duas linhas tenham exatamente o mesmo comprimento.

A fonte utilizada para o nome da entidade é a Dobra Medium, para ter uma sinergia com o logotipo ANBIMA e também não perder legibilidade quando reduzido.



Assinatura Completa = Marca + Nome da Entidade

## Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais

assinatura completa em português

## Brazilian Financial and Capital Markets Association

assinatura completa em inglês

Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais

Brazilian Financial and Capital Markets Association

h: mínimo de 4 mm

redução máxima





# A MARCA

## Box de endosso

Para quando não houver a possibilidade de aplicar a marca sobre fundo branco, deve-se utilizar o box de endosso.

Ele serve para, além de manter o fundo branco, trazer mais personalidade quando aplicado em contextos diferentes da identidade ANBIMA.

Por ter uma forma assimétrica, ele possui uma proporção também assimétrica. A distância da lateral esquerda para o logo é de 3 Ns e meio. Da lateral direita, 4 Ns e meio. Já nas partes superior e inferior, a medida é de 1 N e meio.



guia de proporção do box de endosso



# A MARCA

## Uso sobre fundos diversos

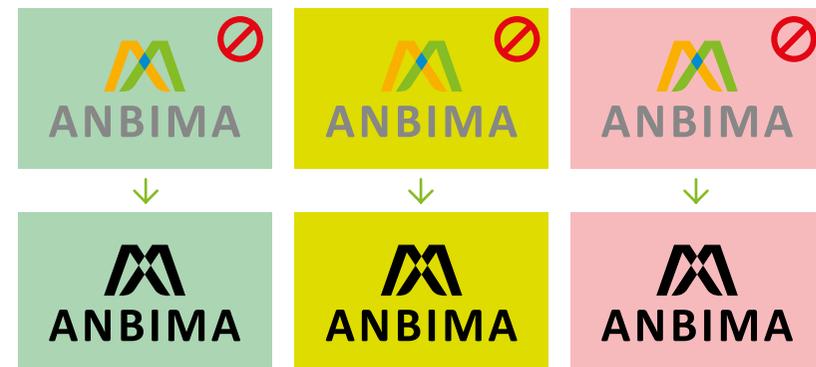
Em casos especiais em que não houver possibilidade de aplicar o logo com o box de endosso, deve-se aplicar o logo em sua versão monocromática - negativa ou positiva - sempre considerando um contraste que destaque a marca ANBIMA.



aplicações sobre fundos escuros



aplicações sobre fotos, fundos coloridos e impressão em materiais especiais



aplicações sobre fundos claros

# A MARCA

## Usos incorretos

- a) Alterar espaçamento entre letras do logotipo;
- b) Alterar proporção símbolo x logotipo;
- c) Inverter as cores do símbolo;
- d) Alterar cores do logotipo;
- e) "Grudar" o nome no símbolo;
- f) Escrever o nome em uma só linha e conectar ao símbolo;
- g) Escrever o nome numa das cores do símbolo.

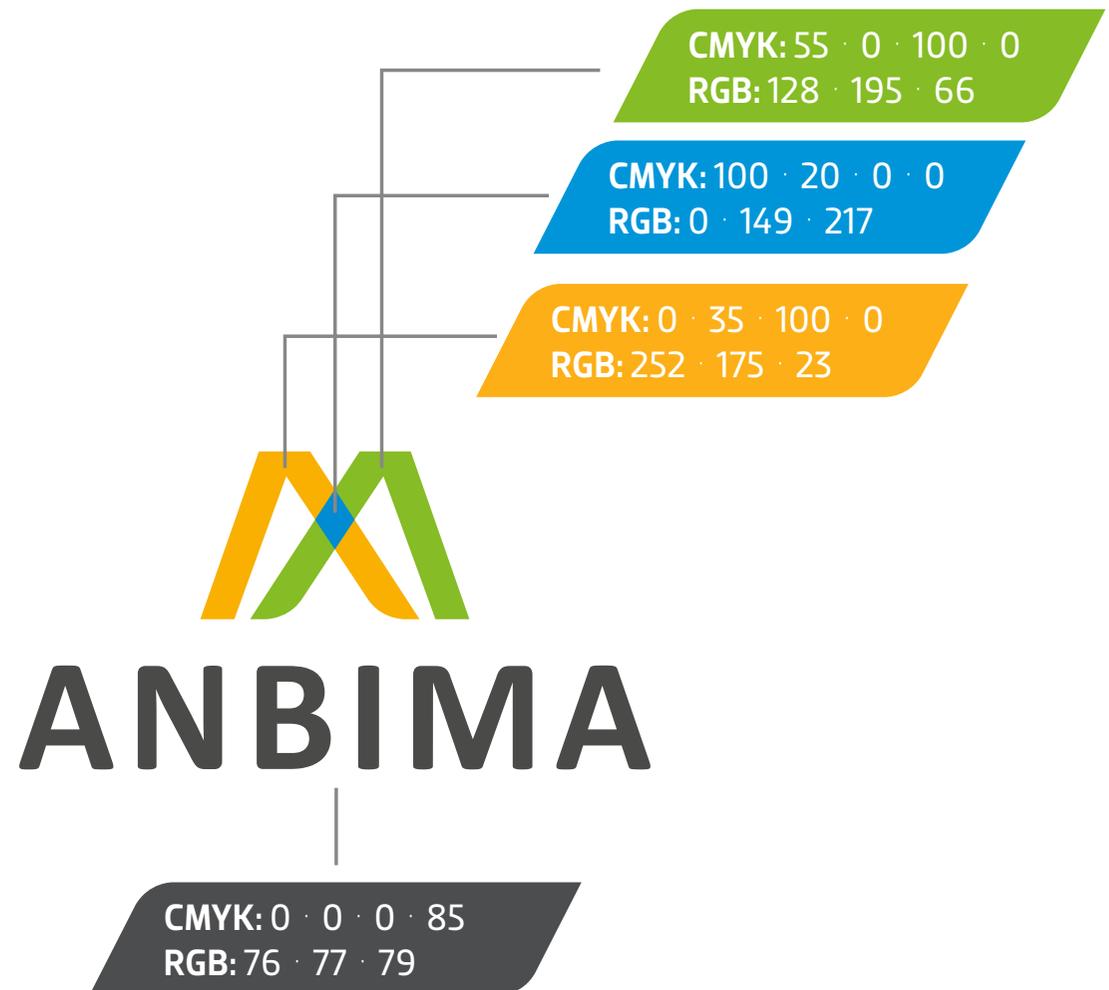




# A MARCA

## Cores

A marca ANBIMA é composta por 4 cores específicas que, no processo de policromia, são definidas pelas porcentagens entre as cores de escala, conforme ao lado.



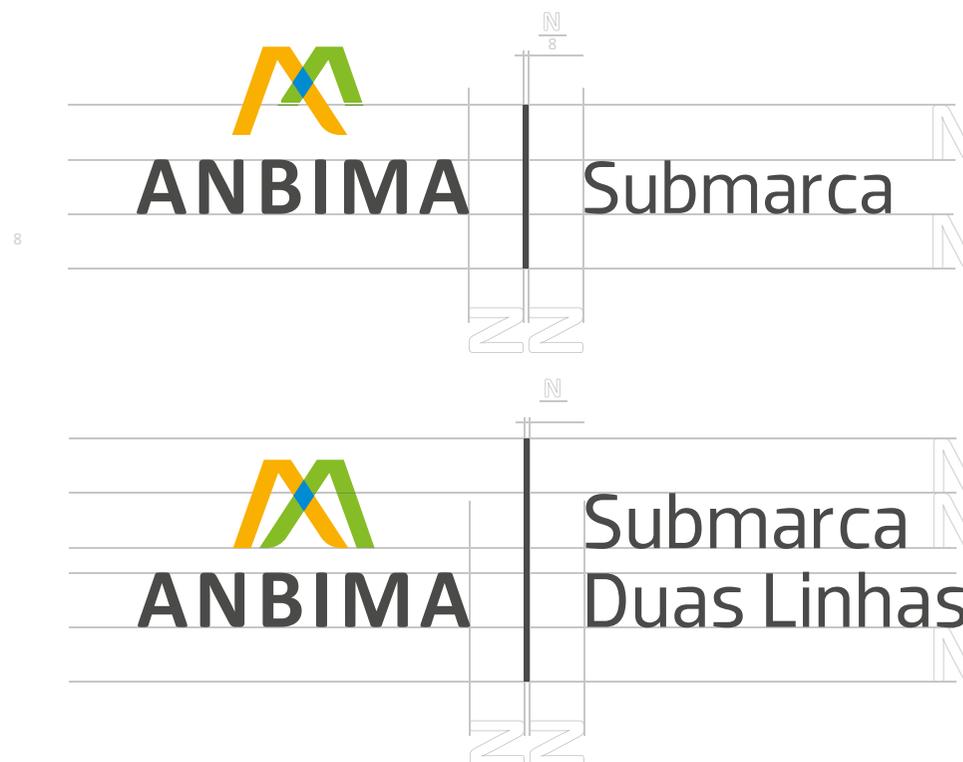
# A MARCA

## Arquitetura da marca monolítica

Para a construção de submarcas monolíticas, deve-se seguir o diagrama ao lado.

Respeitando sempre a altura da letra N como distância dos elementos, a hierarquia das informações fica coesa, tendo a marca ANBIMA como principal.

exemplo de aplicação



### Atenção

Para que se tenha uma marca consistente, é indicado a criação de marcas com, no máximo, 60 caracteres, e não ultrapassar duas linhas.

# Linguagem visual

The image features a vibrant green background. On the right side, there are several overlapping, curved shapes in white, light green, blue, and orange. Overlaid on these shapes are several thin, yellow, wavy lines that create a sense of movement and depth.



# LINGUAGEM VISUAL

## Elementos do sistema

O elemento mais importante de identidade de um sistema visual é a forma. Marcas fortes possuem elementos fortes. Não pela distinção do seu desenho, mas pela constância e coerência na sua aplicação.

Os elementos gráficos ANBIMA têm a responsabilidade de identificar formalmente a marca em todos os pontos de contato com o seu público.

Partindo do traço do símbolo, de uma maneira sutil, criamos uma figura de forma simples e com grande versatilidade de aplicações, o elemento gráfico promove alinhamento nos diversos materiais de comunicação.





# LINGUAGEM VISUAL

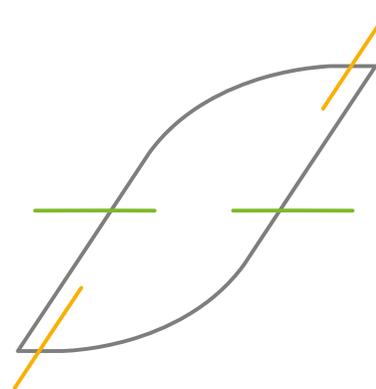
## Grafismos

Para manter a identificação da forma principal, é importante apresentar sempre suas terminações.

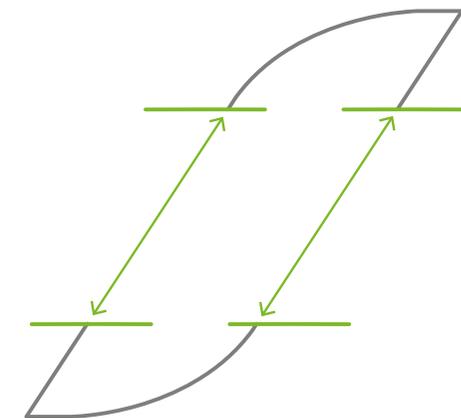
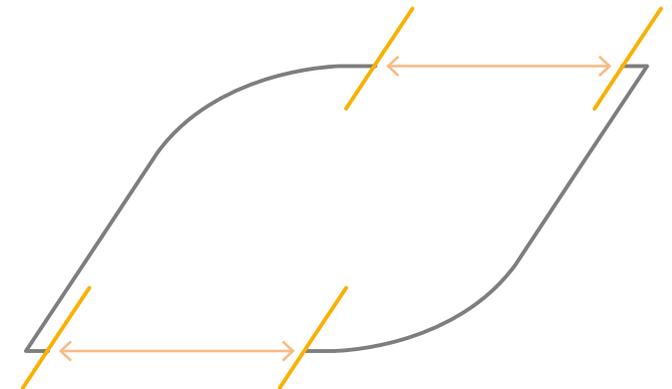
Ela poderá ter alturas e comprimentos livres, desde que respeitando a proporção das curvas e mantendo duas laterais curvas e duas retas.



terminações sempre aparentes



aumento do comprimento



aumento da altura





# LINGUAGEM VISUAL

## Grafismos

Os elementos estruturais são utilizados para manter a consistência dentro de páginas complexas. Eles devem ser empregados para dividir conteúdos como: logotipo, textos e fotos.





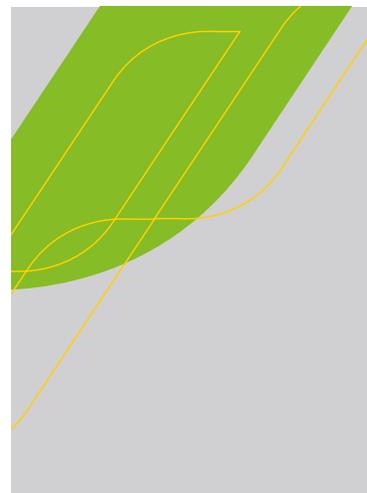
# LINGUAGEM VISUAL

## Grafismos (regras)

Para que se tenha uma liberdade na criação de peças, os grafismos podem ser utilizados de diversas maneiras, de acordo com o briefing de cada peça.

Poderão ser aplicados nos padrões cromáticos e proporções de cores de ANBIMA (descritos no item 2.3). Também é livre a disposição, tamanho e quantidade dos grafismos, desde que respeitando as indicações do item 2.2, de manter a característica da forma dos elementos.

Abaixo seguem insights de possíveis construções com os grafismos. São somente possibilidades, que podem ou não serem seguidas.



# LINGUAGEM VISUAL

## Universo cromático

O uso correto das cores de ANBIMA em suas aplicações é essencial para reforçar a personalidade da marca, potencializar a comunicação e gerar reconhecimento e diferenciação em todos os seus públicos.

As cores principais são Amarelo ANBIMA, Azul ANBIMA, Verde ANBIMA e o Cinza ANBIMA.

### cores principais

<p>Amarelo ANBIMA                  Pantone 130 C (superfície brilhante)                  Pantone 116 U (superfície fosca)                  CMYK 0 35 100 0                  RGB 252 175 23                  Hexadecimal #fcaf17</p>	<p>Verde ANBIMA                  Pantone 376 C (superfície brilhante)                  Pantone 375 U (superfície fosca)                  CMYK 55 0 100 0                  RGB 128 195 66                  Hexadecimal #80c342</p>
<p>Azul ANBIMA                  Pantone Process Blue C (superfície brilhante)                  Pantone Process Blue U (superfície fosca)                  CMYK 100 20 0 0                  RGB 0 149 217                  Hexadecimal #0095d9</p>	<p>Cinza ANBIMA                  Pantone Cool Gray 10 C (superfície brilhante)                  Pantone Cool Gray 10 U (superfície fosca)                  CMYK 0 0 0 85                  RGB 76 77 79                  Hexadecimal #4c4d4f</p>

### cores de apoio

<p>Pantone 113 C                  CMYK 0 10 80 0                  RGB 255 223 79                  Hexadecimal #ffdf4f</p>	<p>Pantone 611 C                  CMYK 30 0 100 0                  RGB 191 215 48                  Hexadecimal #bfd730</p>	<p>Pantone 3115 C                  CMYK 70 0 15 0                  RGB 3 191 215                  Hexadecimal #03bfd7</p>	<p>Pantone 5793 C                  CMYK 30 20 40 0                  RGB 183 186 159                  Hexadecimal #b7ba9f</p>
<p>Pantone 7565 C                  CMYK 0 60 100 10                  RGB 222 118 28                  Hexadecimal #de761c</p>	<p>Pantone 431 C                  CMYK 20 15 0 60                  RGB 102 106 122                  Hexadecimal #666a7a</p>	<p>Pantone 2945 C                  CMYK 100 80 0 10                  RGB 3 70 148                  Hexadecimal #034694</p>	<p>Pantone Black C                  CMYK 0 0 0 100                  RGB 0 0 0                  Hexadecimal #000000</p>

### Atenção!

As cores de apoio devem ser utilizadas quando se necessite de cores adicionais, além das cores da ANBIMA, para criar diferenciação em desenhos de gráficos ou tabelas. Sempre respeitando as regras de presença de cores, explicada na próxima página.



# LINGUAGEM VISUAL

## Universo cromático – presença das cores

Para que haja uma harmonia, é ideal que a porcentagem de presença de cada cor siga a tabela abaixo.

Com exceção das cores principais, as cores de apoio não devem ser usadas juntas ou sobrepostas.





## LINGUAGEM VISUAL

### Padrões tipográficos

Para obter máxima unidade e homogeneidade visual, reforçando a imagem da ANBIMA, definiu-se um alfabeto padrão, de uso obrigatório em todas as manifestações visuais de caráter institucional da empresa.

O alfabeto padrão é a série gráfica Dobra. Na impossibilidade de uso do alfabeto Dobra, por exemplo: websites, e-mails, apresentações de PowerPoint e preenchimentos eletrônicos, deverá ser utilizado o alfabeto Calibri, facilitando o uso para o público geral.

Dobra - alfabeto padrão

**WISER MAN**  
**0123456789@!£\$**  
**box of tricks**  
**SUGAR?**  
**Queen & Country**

Calibri - alfabeto complementar

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789 !@£&?;**  
**playing jazz vibe chords quickly excites my wife**  
**AMAZINGLY, FEW DISCOTHEQUES PROVIDE JUKEBOXES**





# LINGUAGEM VISUAL

## Padrões tipográficos – pesos

A linguagem da marca prevê a utilização dos pesos Light, Book, Medium e Bold e Black, assim como a combinação de caixa alta e baixa para construir, sempre que possível, uma relação de contraste no texto.

### Versão

Aa  
Dobra Light

### Uso

Peso light, utilizado para legendas e informações secundárias.

### Exemplo

Maecenas est metus, dictum quis ornare a, vestibulum in ante.

Aa  
Dobra Book

Peso regular, utilizado para subtítulos.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas est metus.

Aa  
Dobra Medium

Peso bold, utilizado para destaques de palavras em texto.

Lorem ipsum dolor sit. Consectetur adipiscing elit, **vestibulum in ante** aenean.

Aa  
Dobra Bold

Peso medium, utilizado para subtítulos e títulos, chamadas em destaque.

**Lorem ipsum dolor sit amet.** Consectetur adipiscing elit. Maecenas est metus.

Aa  
Dobra Black

Peso extra-bold, utilizado para títulos e texto com destaque em criações de peças

**Lorem ipsum dolor sit amet.** Consectetur adipiscing elit. Maecenas est metus, **in ante aenean.**





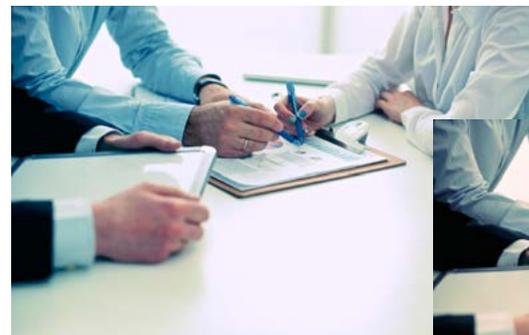
# LINGUAGEM VISUAL

## Fotografias - conceito

A linguagem fotográfica tem a responsabilidade de representar a ANBIMA de uma maneira concreta. É a materialização visual da imagem que a marca deseja construir.

Sempre considerar escolher ou produzir fotos que tenham tons e iluminação quentes. A iluminação quente sugere emoção e proximidade e está ligada ao relacionamento.

Em situações que as imagens já existam e possuam tons mais frios, fazer uma sutil alteração da tonalidade original para uma iluminação quente, valorizando tons amarelados e/ou alaranjados.



antes



depois

# LINGUAGEM VISUAL

## Fotografias - composições

O conceito também deverá estar presente nas composições das fotos. Alguns drives para a criação são:

### Pessoas e ambientes:

- » Pessoas trabalhando em grupo;
- » Trazer alguma tecnologia para a cena (tablets, smartphones...);
- » Buscar imagens com ângulos que tragam o observador na altura dos olhos dos observados;
- » Pessoas com expressões espontâneas e confiantes.





# LINGUAGEM VISUAL

## Fotografias - composições

O conceito também deverá estar presente nas composições das fotos. Alguns drives para a criação são:

### Objetos:

- » Representar o universo financeiro;
- » Com um toque humano;
- » Buscar ângulos diferenciados;
- » Apresentar algum elemento do objeto com as cores da ANBIMA.



# LINGUAGEM VISUAL

## Fotografias - o que evitar

O conceito também deverá estar presente nas composições das fotos. Alguns drives para a criação são:

### Objetos:

- » Fotos posadas e situações forçadas;
- » Fotos com pessoa trabalhando sozinha;
- » Fotomontagens;
- » Ilustrações 3D.

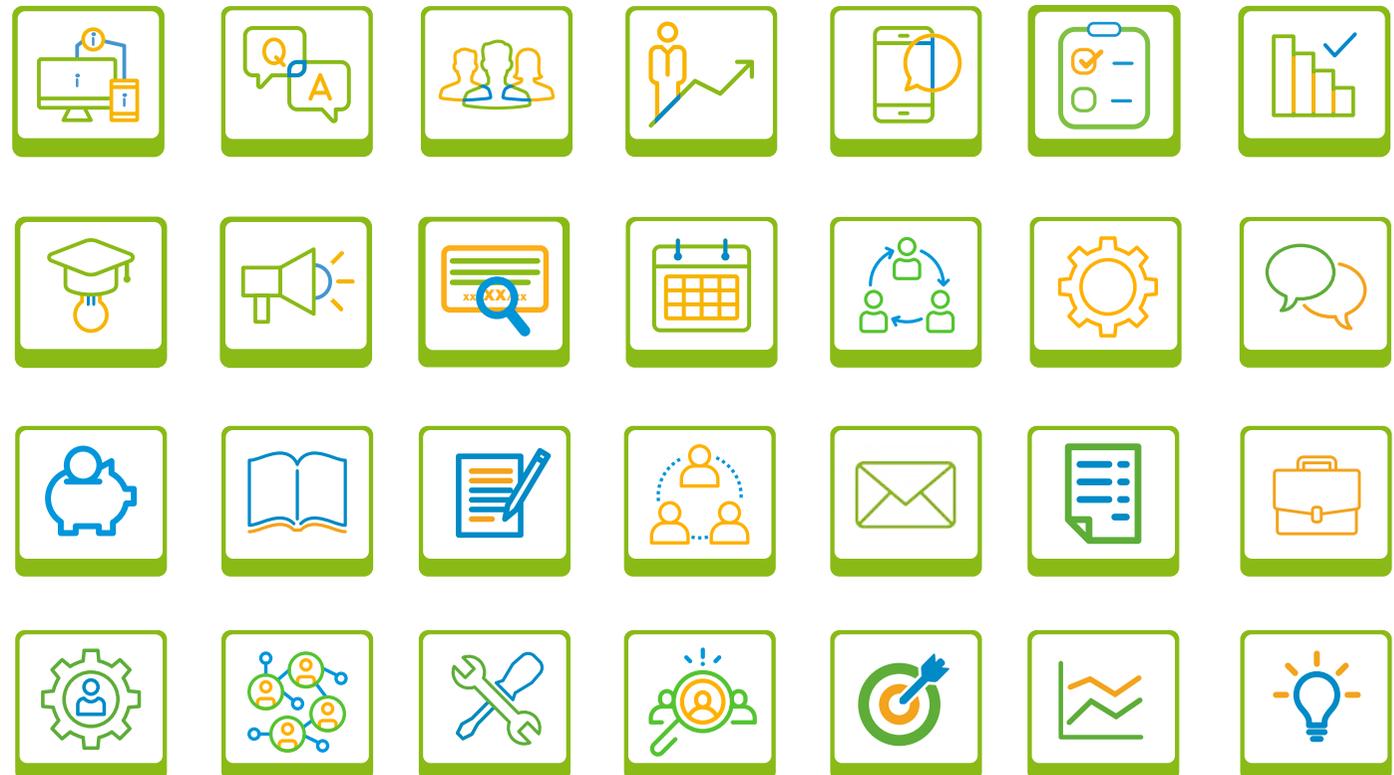


# LINGUAGEM VISUAL

## Iconografia

Foi criado um set de ícones que segue as cores e características da identidade visual de ANBIMA.

Os ícones podem ser usados sozinhos, ou com o box para delimitação de espaço.



# LINGUAGEM VISUAL

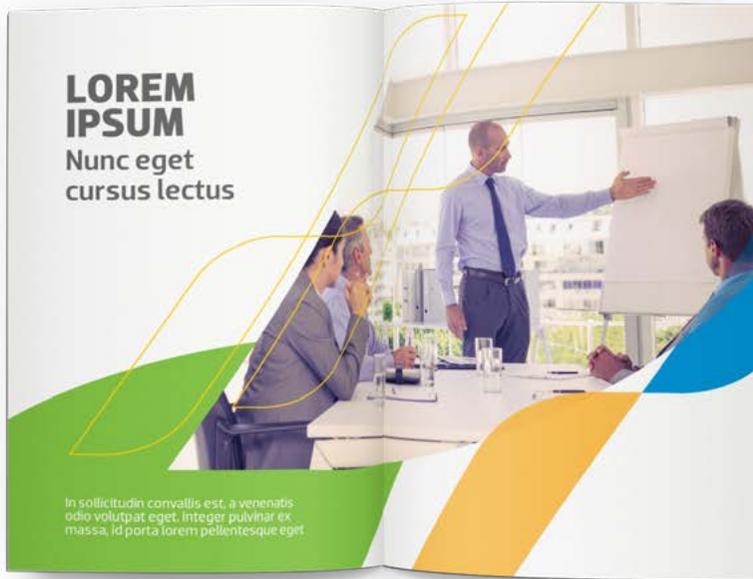
## Papelaria





# LINGUAGEM VISUAL

## Impressos



# LINGUAGEM VISUAL

## Digitais





# Selos



## SELOS

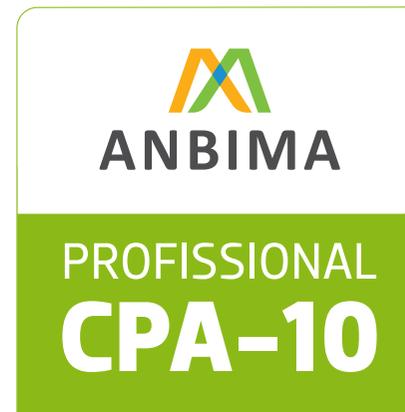
### Certificações ANBIMA

Os Selos de Certificação têm por finalidade exibir a certificação profissional conferida pela ANBIMA às pessoas físicas. Devem ser entendidos como uma "chancela de valor" e podem ser aplicados em: cartões de visita, currículos, assinaturas de e-mails e displays de mesa.

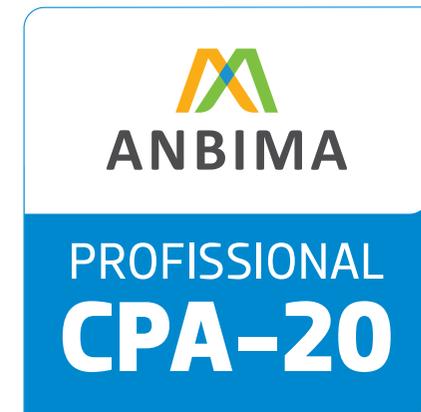
A ANBIMA disponibiliza quatro tipos de certificação, cada qual com o selo correspondente.

#### Atenção!

[Clique aqui](#) e acesse o guia de uso dos selos de certificação para saber todas as regras de aplicação.



Selo CPA-10



Selo CPA-20



Selo CEA



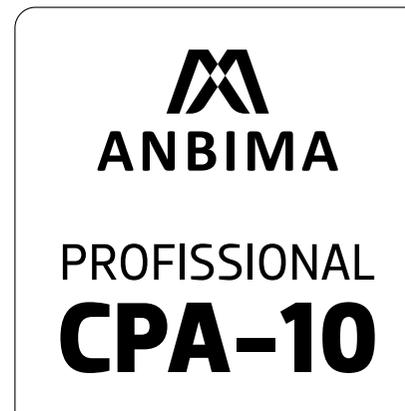
Selo CGA



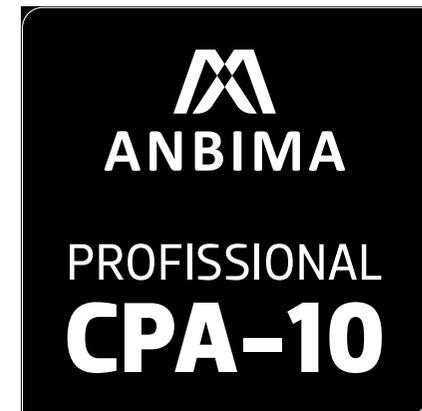
# SELOS

## Certificações ANBIMA

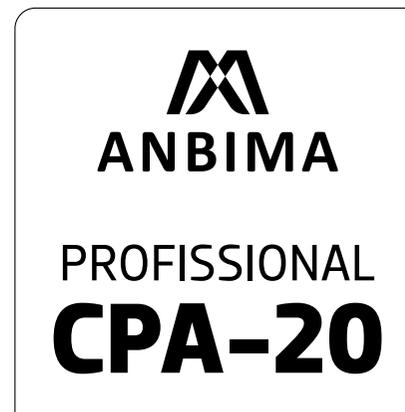
A versão monocromática destina-se a aplicações especiais como fundos coloridos, em alto ou baixo relevo. Pode ser em positivo ou negativo.



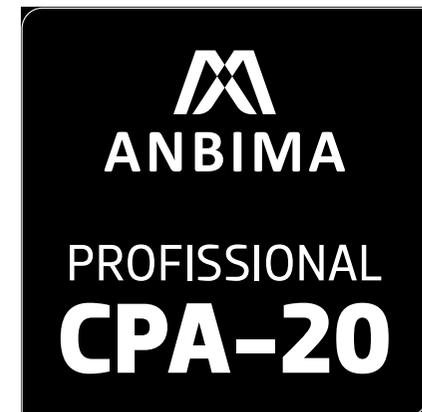
versão monocromática positiva



versão monocromática negativa



versão monocromática positiva



versão monocromática negativa

### Atenção!

[Clique aqui](#) e acesse o guia de uso dos selos de certificação para saber todas as regras de aplicação.



# SELOS

## Regulação e melhores práticas

Os selos de regulação têm por finalidade exibir o compromisso das instituições participantes com o cumprimento das regras e procedimentos previstos nos Códigos ANBIMA. Podem ser aplicados em peças publicitárias, cartões de visita, currículos, assinaturas de e-mails e displays de mesa.

exemplos de selos



### Atenção!

[Clique aqui](#) para acessar o guia oficial da ANBIMA e veja quais são as regras e procedimentos para aplicação dos selos.



# SELOS

## Regulação e melhores práticas – versões de cores

A versão monocromática destina-se a aplicações especiais como fundos coloridos. Pode ser em positivo ou negativo.

exemplos de selos – versão monocromática em positivo



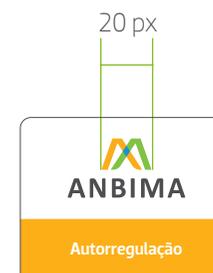
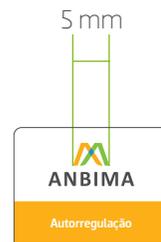
### Atenção!

[Clique aqui](#) para acessar o guia oficial da ANBIMA e veja quais são as regras e procedimentos para aplicação dos selos.

# SELOS

## Regulação e melhores práticas – área de respiro e redução

Os selos, em qualquer de suas versões, podem ser reduzidos, no máximo, até que a largura do símbolo seja equivalente a 5 mm. No caso de mídias digitais, a redução é feita em pixels e pode ser reduzida, no máximo, até que a largura do símbolo seja equivalente a 20 pixels.





# SELOS

## Índices de mercado

Os selos dos índices IMA, IDkA, IHFA e IDA são de uso facultativo pelas instituições autorizadas, em quaisquer materiais que tenham por finalidade divulgar fundos que os adotem.

A finalidade é definir critérios que tornem sua aplicação a mais simples possível, evitando usos incorretos e poluição visual nas peças, preservando a identidade ANBIMA e as mensagens das instituições.

Os selos de Índices ANBIMA são padronizados e seguem os modelos mostrados ao lado. São sempre compostos pela sigla + nome do índice em 3 linhas.

Cada um deles atende a uma necessidade específica e seu uso deve seguir as indicações expressas neste guia.

Ao lado, temos os quatro selos de índices existentes nas versões positivo e negativo.

versão em positivo – utilizar Pantone Cool Gray 10 ou 85% de preto

**IHFA** Índice de  
Hedge Funds  
ANBIMA

| sigla | nome

**IMA** Índice de  
Mercado  
ANBIMA

**IDkA** Índice de  
Duração Constante  
ANBIMA

**IDA** Índice de  
Debêntures  
ANBIMA

versão em negativo – utilizar selo na cor branca

**IHFA** Índice de  
Hedge Funds  
ANBIMA

**IMA** Índice de  
Mercado  
ANBIMA

**IDkA** Índice de  
Duração Constante  
ANBIMA

**IDA** Índice de  
Debêntures  
ANBIMA



# SELOS

## Índices de mercado - regras

Os Selos de índices são compostos pelas iniciais e descrição, construídos com a fonte Dobra Book. A descrição deverá ter no máximo 3 linhas, com espaço entrelinhas medindo  $1/3$  da letra.

Para garantir a perfeita percepção do selo, deve-se manter, ao seu redor, uma área livre da interferência de outros elementos gráficos, conforme diagrama ao lado.

Em materiais impressos, o tamanho mínimo recomendado para aplicação dos selos é de 7 mm de altura.

construção



IHFA Índice de  
Hedge Funds  
ANBIMA

área de não interferência



IHFA Índice de  
Hedge Funds  
ANBIMA

Redução



IHFA Índice de  
Hedge Funds  
ANBIMA 7 mm

# SELOS

## Índices de mercado – fundos coloridos

Ao aplicar os selos sobre fundos coloridos, deve-se procurar a solução que apresente o melhor contraste entre o selo e o fundo.

Ao lado, alguns exemplos de aplicação sobre fundos nas cores da marca ANBIMA e mais outras três.

exemplos (válidos também para os outros índices)

amarelo ANBIMA

IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA

~~IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA~~

verde ANBIMA

IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA

~~IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA~~

azul ANBIMA

~~IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA~~

IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA

~~IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA~~

IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA

~~IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA~~

IHFA Índice de Hedge Funds ANBIMA



# SELOS

## Índices de mercado – fundos cinzas

Ao aplicar os selos sobre fundos na cor cinza, deve-se procurar a solução que apresente o melhor contraste entre o selo e o fundo.

Ao lado, alguns exemplos de aplicação.

Sobre fundos de até 50% de preto, recomenda-se o uso do selo na cor Pantone Cool Gray 10 (85% de preto).

A partir de 51%, utilizar o selo na cor branca pra melhor contraste.

exemplos (válidos também para os outros índices)





# SELOS

## Índices de mercado – mídias digitais

Os selos dos índices ANBIMA podem ser aplicados nos diversos tipos de mídias digitais, como sites da internet, wap, smartphones, etc.

Para internet, o menor tamanho do selo é de 30 pixels de altura e para smartphones 25 pixels de altura.





# Comunicação em eventos



# COMUNICAÇÃO DE EVENTOS

## Eventos de pequeno porte

Para a construção da identidade visual dos eventos, foi criado um pacote de elementos que podem ser utilizados de várias formas possíveis. Indica-se o uso de pelo menos dois dos modelos ao lado para ter uma sinergia entre a identidade ANBIMA e os eventos.

Os elementos podem ser usados em proporções variadas e nas misturas de cores da identidade ANBIMA. A escolha de cada um deles deve ser levada em conta de acordo com o briefing do evento. Por exemplo, se o evento tratar de algo mais corporativo, utilizar as 4 cores principais, para remeter à ANBIMA.

Exemplo de marca de Evento criado com os elementos



forma principal de eventos



formas ANBIMA





# COMUNICAÇÃO DE EVENTOS

## Eventos de médio porte

Já para os eventos de médio porte, para que eles tenham uma visibilidade maior, entra, no pacote de elementos, a opção de utilizar fotos que os representem conceitualmente.

As fotos deverão também seguir os padrões indicados no item 2.5 deste manual.

Exemplo de marca de Evento criado com os elementos



forma principal de eventos



formas ANBIMA



fotos



# COMUNICAÇÃO DE EVENTOS

## Eventos de grande porte

Para assinar eventos com identidade totalmente proprietária, o logo ANBIMA deverá vir dentro do "box de endosso", junto do logo do evento, para trazer um elemento da identidade corporativa para o logo do evento.

Nas peças gráficas, o logo deverá vir da mesma forma, com o box de endosso.



exemplo de aplicação



box de endosso

exemplo de aplicação: banner

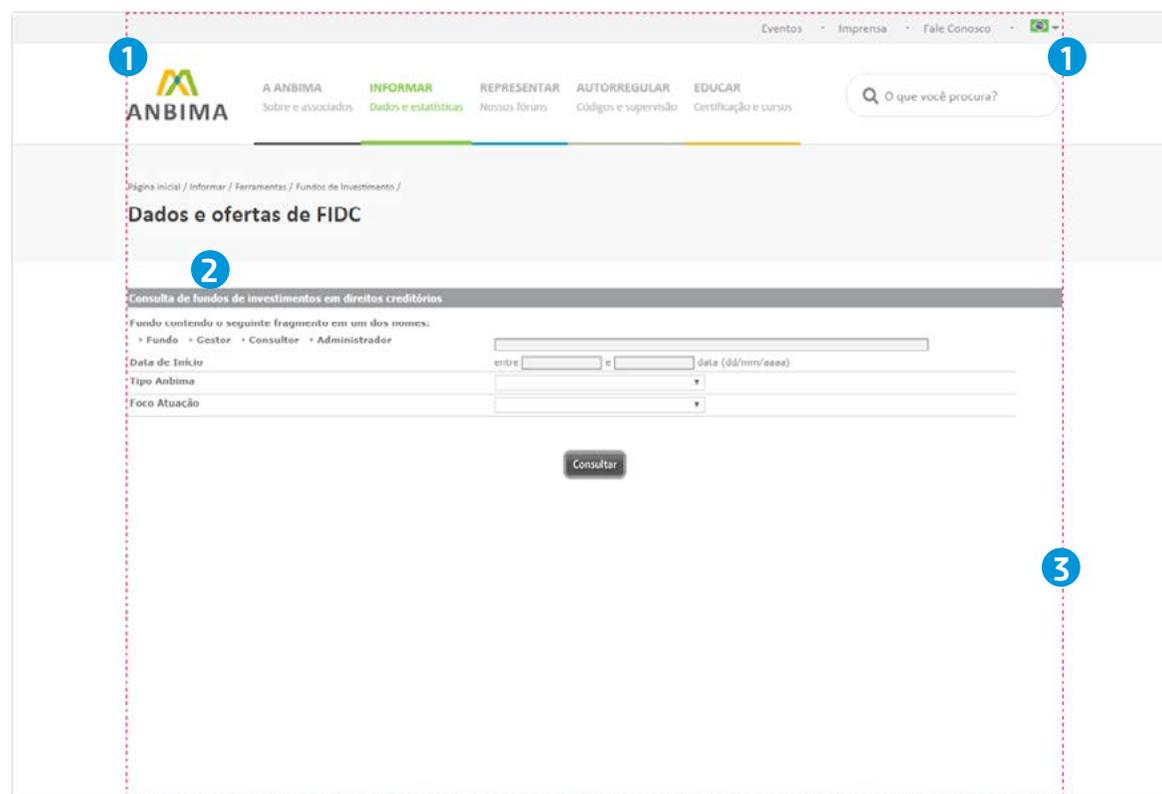




**Digital**

## Páginas internet - iframes

1. Iframe deve estar centralizado na página, obedecendo aos limites à esquerda e à direita estabelecidos pelo header
2. O header dos sistemas legados (logo ANBIMA, breadcrumb próprio etc.), caso exista, deve ser suprimido na programação para evitar redundância e poluição visual.
3. Suprimir, via programação, a borda dos iframes para privilegiar a integração visual entre sistema interno e página.

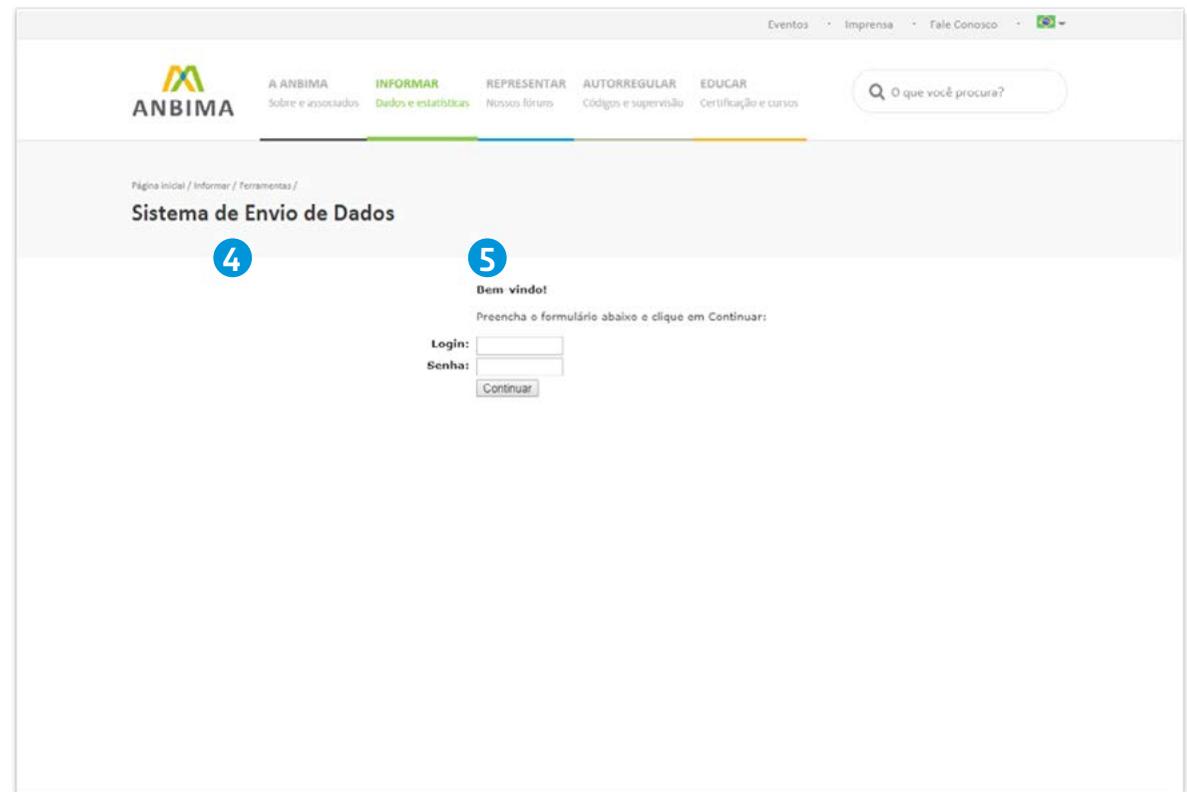




## Páginas internet - iframes

4. Suprimir, via programação, o título e quaisquer elementos de identificação do sistema no iframe para evitar redundância e promover maior integração com a página.

5. Manter a cor padrão do sistema para as fontes para promover integração visual

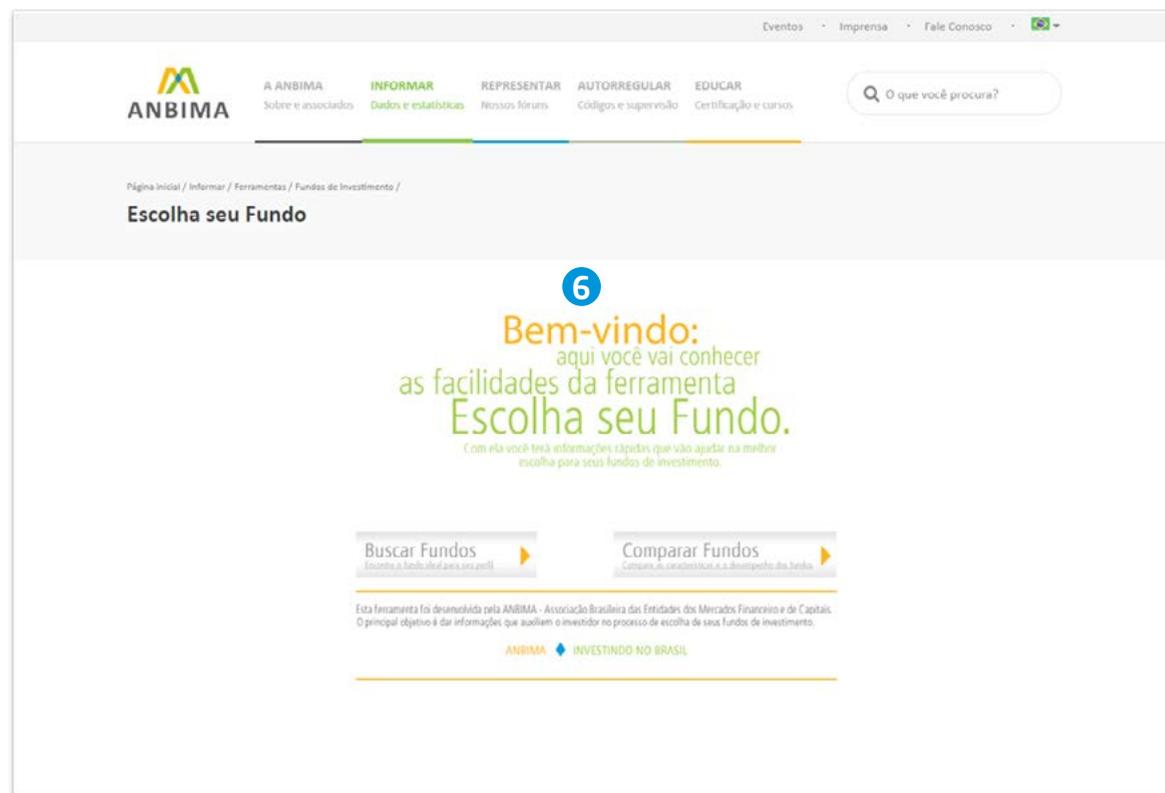




# DIGITAL

## Páginas internet - iframes

6. Em sistema com largura menor do que a definida pelo grid da página (largura limitada à esquerda pelo logo e, à direita, pelo seletor de idioma), centralizar seu conteúdo e manter os padrões de cor do background para minimizar o impacto da alteração.





# DIGITAL

## Sistemas – menu lateral

1. Para novos sistemas, utilizar o menu lateral para diferenciar estas opções de navegação contextuais (relativas ao programa) das opções de navegação do menu global, do portal ANBIMA.

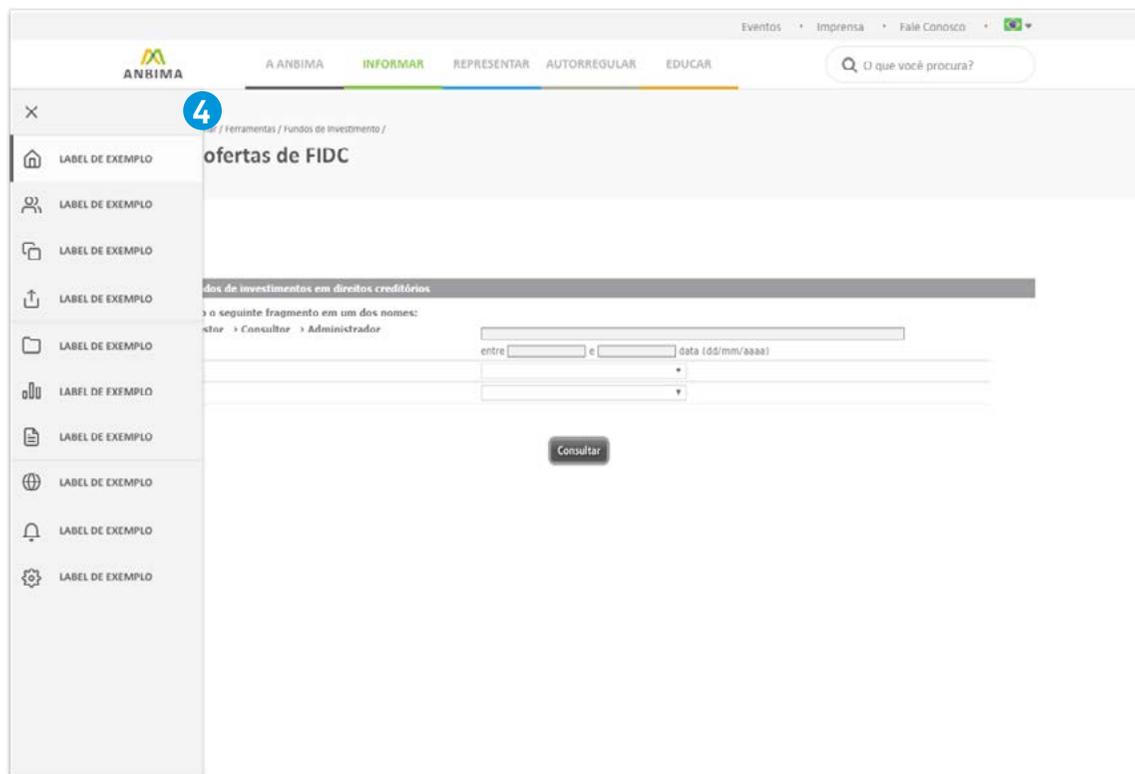
2. O menu deve apresentar-se reduzido (exibindo apenas os ícones) para promover maior foco nas ferramentas de interação do próprio sistema. A expansão do menu, para apresentar todos os elementos (ícones e rótulos), deve ocorrer via mouse-over em qualquer ponto da barra. O menu, por sua vez, deve incluir apenas itens de navegação, e não botões de ação da ferramenta, que devem estar sempre presentes no miolo da página.

3. Nas páginas do sistema, deve-se aplicar o menu global reduzido, para privilegiar a visualização do sistema/ferramenta em questão.



## Sistemas - menu lateral

4. A expansão do menu deve sobrepor o conteúdo da página, mantendo o contexto e mantendo o foco na ferramenta, e não nas opções de navegação global.

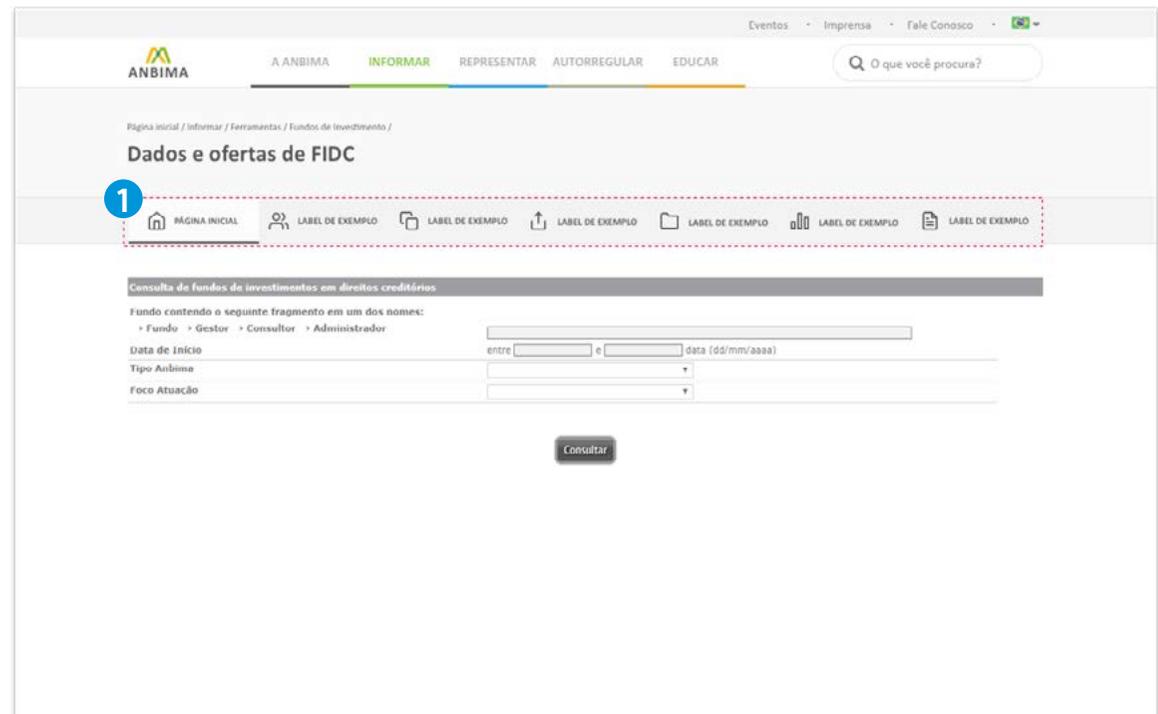




# DIGITAL

## Sistemas - menu horizontal

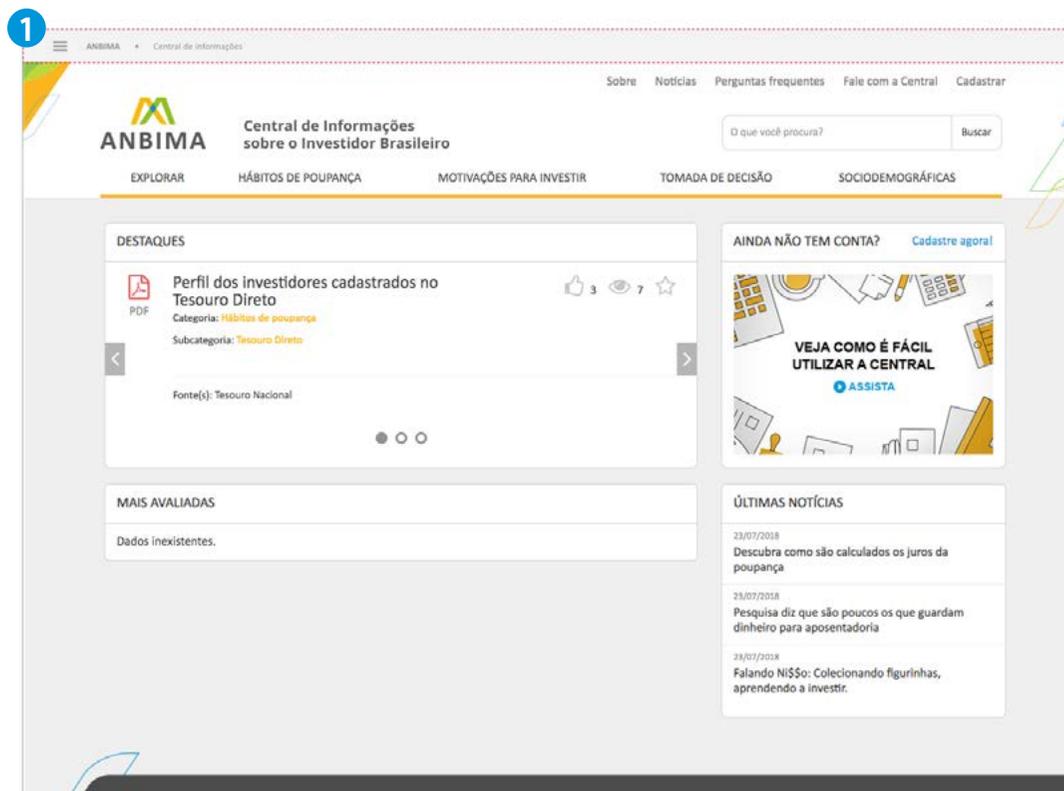
1. O menu horizontal deve ser aplicado somente quando não houver possibilidade de aplicação do menu vertical, pois sua orientação limita a quantidade de itens possíveis e dificulta a diferenciação entre este menu, contextual, e o menu global do portal ANBIMA. Menu horizontal limitado a sete elementos para garantir leitura e compreensão dos ícones e labels. Links do menu devem sempre conter ícone e label para ajudar a diferenciar o menu contextual (da ferramenta) do menu global do portal. Tamanho sugerido de fonte: 12, em caixa alta.



# DIGITAL

## Sistemas - menu global

1. Rótulo do menu composto pelo nome ANBIMA + Tema principal do hotsite ou da página exibida.

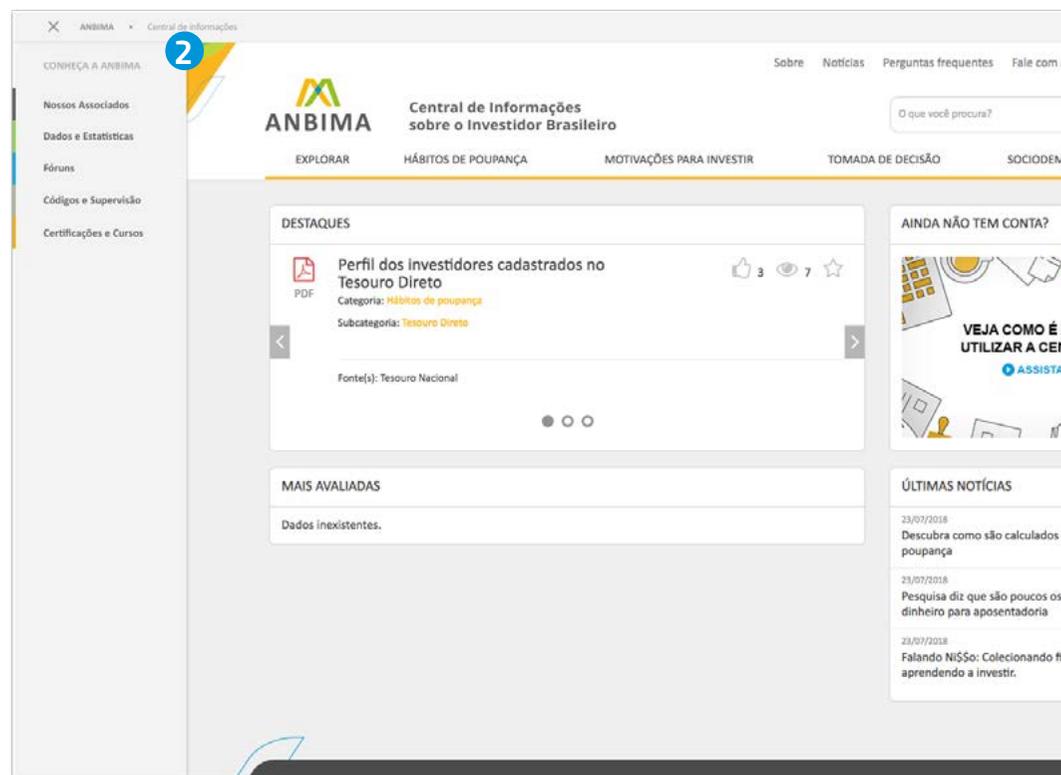




# DIGITAL

## Sistemas - menu global

2. Aplicar texto explicativo e reduzido da seção em questão, para facilitar compreensão de usuários não familiarizados com os pilares ANBIMA e estimular o clique. Identidade visual dos pilares sempre aplicada de forma sutil ao lado do link do menu. Clique no menu abre a respectiva seção do portal em uma nova aba.





# DIGITAL

## E-mails – assinatura

Os e-mails dos colaboradores e de caixas institucionais devem sempre seguir o padrão de estrutura descrito nesta seção.

O ideal é não tentar reproduzir este template:

**Colaboradores:** usar o que está disponível na intranet.

**Fornecedores:** solicitar a nossa equipe de marketing.

**Principal remetente (pode ser colaborador área ou a própria ANBIMA)**  
Calibri 19px #0095d9 Bold

**Informação secundária do remetente (pode ser área ou nome completo da Associação)**  
**+ Informações de contato**  
Calibri 16px #383838

**Marca + Ícones de redes sociais + Link para site ANBIMA + Link divulgação**  
Os arquivos de imagem que montam esta parte da assinatura já estão preparados e disponíveis em servidores para serem consumidos em qualquer ferramenta de e-mail, por isso a importância de se usar o modelo já criado.

**ANBIMA**  
 Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais  
 Fone: (11) 3471-4200 / Fax: (11) 3471-4240




[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)  
[Cadastre-se e receba nossas publicações](#)



# Materials complementares

# MATERIAIS COMPLEMENTARES



## Manual de Redação

O guia serve como material de consulta para aqueles que escrevem com regularidade e querem esclarecer dúvidas sobre qual forma usamos para redigir determinadas palavras.



## Peças digitais

Guia com as dimensões para as principais peças digitais para o nosso portal e redes sociais



Última atualização do guia: maio/2020

