



09 de dezembro de 2014
011/2014-DN

COMUNICADO EXTERNO

Participantes dos Mercados da BM&FBOVESPA – Segmentos BOVESPA e BM&F – Agentes de Custódia Participantes do Tesouro Direto

Ref.: Alteração da Nomenclatura dos Títulos e Atualização da Logomarca do Tesouro Direto.

A Secretaria do Tesouro Nacional (STN), por meio de amplo estudo, detectou a necessidade de facilitar o entendimento do investidor em relação ao tipo de aplicação que cada título do Tesouro Direto representa em termos de taxas prefixadas e pós-fixadas, pagamento de juros semestrais e data de vencimento.

A BM&FBOVESPA comunica que, conforme Ofício 5/2014/COGEP/SUDIP/STN/MF-DF, de 04/12/2014, publicado pela Secretaria do Tesouro Nacional, a nova nomenclatura dos títulos e a nova logomarca do Tesouro Direto serão válidas a partir de **01/02/2015**.

Os nomes dos títulos passarão a ser os seguintes:

Novos	Atuais
Tesouro Prefixado 20XX (LTN)	LTNs 010117 e 010118
Tesouro Prefixado com Juros Semestrais 2025 (NTN-F)	NTN-F 010125
Tesouro Selic 2017 (LFT)	LFT 070317
Tesouro IPCA + 20XX (NTN-B Principal)	NTN-Bs Principais 150519 / 150824 / 150535
Tesouro IPCA + com Juros Semestrais 20XX (NTN-B)	NTN-Bs 150820 / 150535 / 150850



011/20014-DN


.2.

Adicionalmente, a Secretaria do Tesouro Nacional decidiu atualizar a identidade visual do Tesouro Direto adotando nova logomarca, cujas características estão no anexo deste Comunicado Externo.


Os referidos documentos foram divulgados no site do Tesouro Direto e poderão ser obtidos em www.tesouro.fazenda.gov.br/tesouro-direto, Entenda Melhor, Regras do Tesouro Direto, Títulos Públicos Disponíveis, Nova Nomenclatura dos Títulos Públicos e Manual da Nova Marca.

Esclarecimentos adicionais poderão ser obtidos com a Diretoria de Relacionamento com Distribuidores ou com a Diretoria da Central Depositária de Ativos e de Registro de Operações do Mercado de Balcão, pelos telefones (11) 2565-4033/4336 ou pelo e-mail td.operacional@bvmf.com.br.

Atenciosamente,



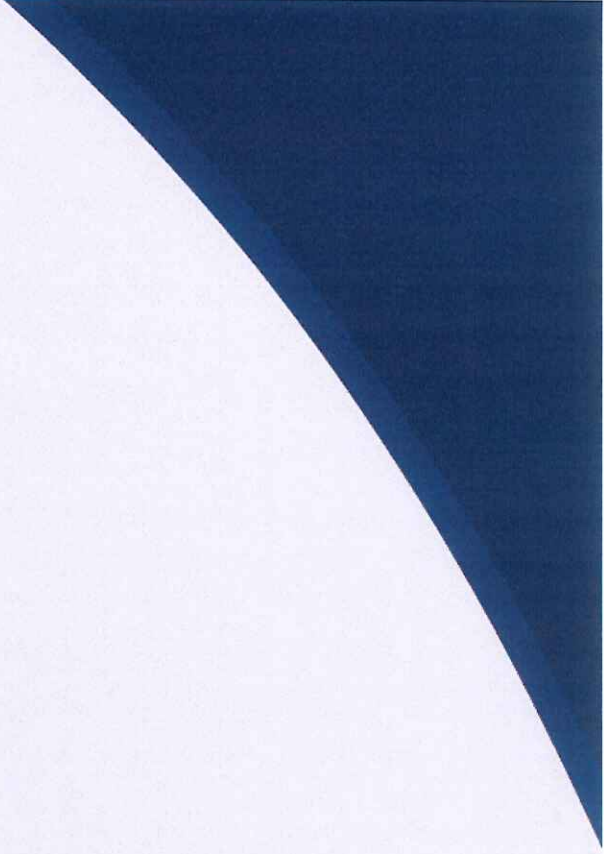
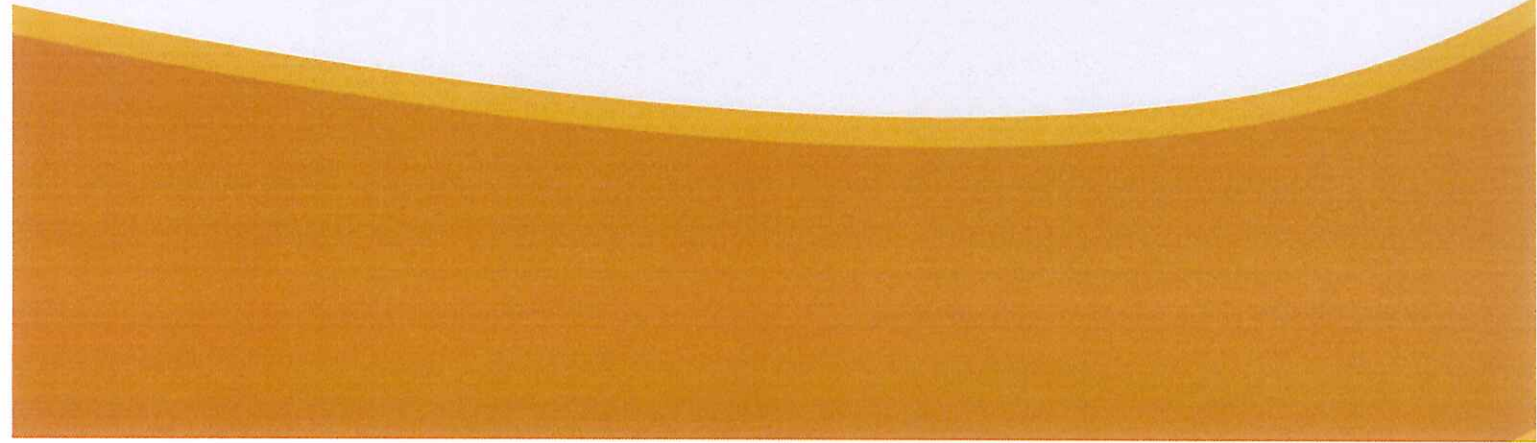
Eduardo Refinetti Guardia
Diretor Executivo de Produtos e
de Relações com Investidores



Cícero Augusto Vieira Neto
Diretor Executivo de Operações,
Clearing e Depositária

Tesouro Direto

Manual de Identidade Visual



MINISTRO DA FAZENDA

Guido Mantega

SECRETÁRIO DO TESOUREO NACIONAL

Arno Hugo Augustin Filho

SUBSECRETÁRIOS DO TESOUREO NACIONAL

Cleber Ubiratan de Oliveira

Eduardo Coutinho Guerra

Gilvan da Silva Dantas

Lísio Fábio de Brasil Camargo

Marcus Pereira Aucélio

Paulo Fontoura Valle

EQUIPE TÉCNICA

Subsecretário da Dívida Pública

Paulo Fontoura Valle

Coordenador-Geral de Operações da Dívida Pública

Fernando Eurico de Paiva Garrido

Coordenador-Geral de Planejamento Estratégico da Dívida Pública

Otavio Ladeira de Medeiros

Coordenador-Geral de Controle da Dívida Pública

Antônio de Pádua Ferreira Passos

Subsecretário de Assuntos Corporativos

Lísio Fábio de Brasil Camargo

Coordenador-Geral de Desenvolvimento Institucional

Vinicius Mendonça Neiva

Coordenador de Desenvolvimento Institucional

Vladimir Reis Joaquim Lopes

Gerente de Informação

Allan Lúcio Sathler

SECRETARIA DO TESOUREO NACIONAL

Edifício Sede do Ministério da Fazenda,
Esplanada dos Ministérios, Bloco P, 2º andar

70048-900 - Brasília - DF

Correio Eletrônico: stndivida@fazenda.gov.br

Home Page: <http://www.tesouro/fazenda.gov.br>

*Manual de Identidade Visual da marca Tesouro
Direto é uma publicação da Secretaria do Tesouro
Nacional. É permitida a sua reprodução total ou
parcial, desde que mencionada a fonte.*

Prefácio

Em 2012, o Programa Tesouro Direto, da Secretaria do Tesouro Nacional (STN), completou 10 anos de existência, abrindo espaço para um momento de reflexão quanto ao seu desempenho e aos seus desafios. Na ocasião, a equipe da Subsecretaria da Dívida Pública (SUDIP) realizou uma pesquisa junto ao público para avaliar a sua percepção sobre o Tesouro Direto e identificar possíveis pontos de aperfeiçoamento.

Verificou-se nessa pesquisa que o entendimento sobre o Programa era prejudicado devido a sua apresentação pouco atrativa ao público. Apesar do constante crescimento no número de investidores até aquele momento, revelou-se um público potencial que ainda poderia ser atingido.

Assim, foi iniciada uma proposta de reposicionamento da marca Tesouro Direto, a fim de elaborar uma nova maneira de se comunicar com o público e aumentar a visibilidade do programa, atraindo novos investidores.

A reformulação da comunicação do programa atuaria em diversas frentes, proporcionando uma mudança significativa na maneira como o Tesouro Direto se apresenta ao público. Para adicionar visibilidade à mudança e coroar a nova fase do Tesouro Direto, era preciso também repensar como o programa se apresenta visualmente, sem perder a identificação com os conceitos já consolidados pela marca até o momento. Era necessário reafirmar e reforçar seus valores positivos, que se preservaram durante todo o processo. O Tesouro Direto estava mudando, mas sua essência permaneceria a mesma.

Dessa forma, abriu-se caminho para o processo de redesign da marca, que traria um novo rosto para o Tesouro Direto, porém sem perder a identificação com a marca que já estava consolidada. Os frutos desse processo estão apresentados neste Manual de Identidade Visual.



Sumário

5	Apresentação
6	Conceitos Básicos
7	Elementos Estruturais
7	Construção e Proporção
7	Logotipo
8	Marca
9	Assinaturas
10	Área de Respiração
11	Redução
12	Códigos Cromáticos
13	Versões
13	Cores
13	Gradiente
14	Negativas
14	Cinza
15	Tipografia
17	Usos Não Permitidos



Apresentação

O presente manual visa a normatização do uso, das apresentações visuais e dos padrões na comunicação visual da marca Tesouro Direto. São determinados parâmetros de proporção, aplicação, utilização de cores e tipografias auxiliares, bem como a exemplificação de utilizações incorretas da marca, que devem ser evitadas.

As observações feitas neste documento visam a perfeita aplicação da marca, sem quaisquer interferências, para que se atinja objetivamente a percepção dos valores sob os quais a nova marca do Tesouro Direto foi projetada. Prezar pela correta aplicação dos parâmetros aqui delimitados, juntamente à nova postura do Tesouro Direto em relação ao seu público e à sociedade, reduzirá possíveis ruídos de comunicação da marca, fortalecendo assim sua imagem institucional.

Conceitos Básicos

Para maior entendimento e proteção das normas apresentadas neste manual, são aqui apresentados alguns conceitos básicos que serão utilizados no desenvolvimento deste documento.

Marca, símbolo e logotipo

Diante de uma comum confusão ao denominar as partes que compõem uma identidade visual, faz-se necessária uma rápida diferenciação entre algumas nomenclaturas.

Uma marca é a representação simbólica de uma instituição, produto ou serviço, que abarca os valores ou conceitos que o representam. Ela pode se apresentar através de um símbolo ou logotipo, ou ambos ao mesmo tempo, mas também se apresenta através dos valores e conceitos intangíveis, que vão além da parte gráfica.

Um símbolo é a representação visual de uma marca, de forma figurativa ou abstrata, geralmente através de uma forma sintética para facilitar a assimilação.

Um logotipo é a representação nominativa de uma marca. Geralmente, é constituído por letras estilizadas, que também carregam a identidade da marca.

Identidade Visual

Uma identidade visual consiste em um conjunto de elementos gráficos que representam visualmente e de forma sistematizada um nome, ideia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos pode se basear em um símbolo ou logotipo (ou a combinação de ambos) e todas as possibilidades de sua aplicação dentro da comunicação visual da instituição. Pode-se considerar que um projeto de identidade visual é um método de sistematização das representações visuais de uma marca.

Fonte: Manual de Identidade Visual UnB, 1ª Edição

Tipografia

A tipografia refere-se ao processo de impressão de tipos – famílias de letras construídas a partir de atributos determinados para gerar um conjunto completo de caracteres. Cada família tipográfica refere-se a um conjunto de fontes com as mesmas características estilísticas fundamentais, a exemplo das conhecidas *Arial* e *Times New Roman*, mas que se apresentam em variações de espessura, inclinação, largura, altura, entre outros detalhes que geram estilos como negrito, itálico, condensado, entre outros.

Grid

O grid é a malha sobre a qual os elementos são desenhados. Sendo um dos elementos fundamentais do design, ele funciona como ferramenta de ordenação dos elementos gráficos. Na construção de uma marca, o grid permite que as proporções determinadas para cada elemento sejam mantidas quando houver redução ou ampliação da mesma.

Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

Construção e Proporção

Logotipo

O redesign do logotipo baseou-se na mudança do peso da fonte, que passou de *extrabold* para *regular*. Também foi realizado o ajuste da espessura das hastes das letras T e D para criar um versalete real e assim ganhar uniformidade. O espaço entre as letras também foi ajustado para dar mais unidade ao logotipo.

Ajuste de espessura para criar versalete da fonte

TESOURO DIRETO

Ajuste de espaços entre letras para dar mais unidade

TESOURO DIRETO

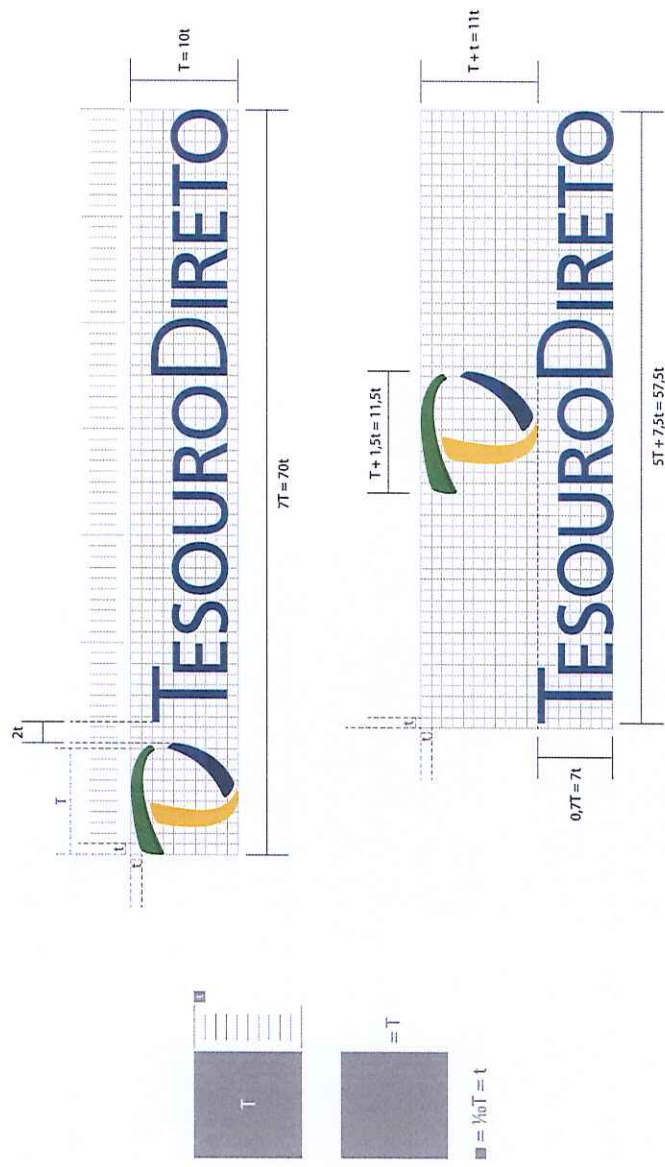
Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

Construção e Proporção

Marca

Por não ser uma marca construída geometricamente, não é possível construí-la através de ângulos ou formas geométricas precisas. Dessa forma, foi estabelecido um grid baseado na unidade T , correspondente à altura do símbolo. A área da unidade T é composta por 10 unidades t , tanto em largura quanto em altura. As proporções corretas estão indicadas nas imagens.



Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

Assinaturas

Assinaturas são as formas de apresentação visual da marca. Preservar a apresentação nos padrões determinados é essencial para garantir a identificação da marca pelo seu público.

Para facilitar a aplicação nos diversos materiais do Tesouro Direto, foram criadas duas assinaturas principais, uma horizontal e uma vertical. A escolha deve ser feita em função do espaço disponível para aplicação da assinatura, levando-se em consideração o formato da peça e das outras marcas presentes.

Assinatura Horizontal	
Assinatura Vertical	

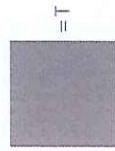
Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

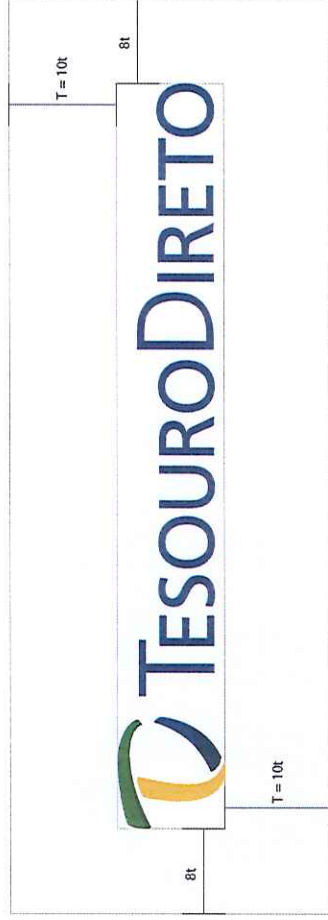
Área de Respiro

A área de respiro corresponde a uma área de segurança em torno da marca, que não deve sofrer interferência de outros elementos gráficos. Essa área garante a legibilidade e o reconhecimento da marca aplicada.

A área de respiro da marca do Tesouro Direto se baseia no grid em que 10 unidades de t representam T , que corresponde à altura do símbolo, e está determinada segundo a imagem.



$$\blacksquare = \frac{1}{10}T = t$$



Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

Redução

Para garantir a legibilidade e o reconhecimento da marca em todas as suas aplicações, é necessário respeitar o limite de redução.

A assinatura horizontal da marca do Tesouro Direto pode ser reduzida a até 3 mm de altura para impresso e 13 px de altura para vídeo. Já a assinatura vertical pode ser reduzida a até 5 mm de altura para impresso e 24 px de altura para vídeo.



TESOURO DIRETO

Impresso	3 mm  TESOURO DIRETO	Vídeo	13 px  TESOURO DIRETO
----------	---	-------	--



TESOURO DIRETO

Impresso	5 mm  TESOURO DIRETO	Vídeo	24 px  TESOURO DIRETO
----------	---	-------	--

Elementos Estruturais

Os elementos estruturais são os parâmetros sob os quais a marca foi construída. Tais critérios devem ser sempre respeitados a fim de garantir a apresentação correta da marca, o que permitirá sua identificação pelo público.

Códigos Cromáticos

Grande parte da identificação gerada por uma marca está nas cores que ela utiliza. Visando manter a ligação com os conceitos de nacionalidade e instituição, a paleta cromática da marca Tesouro Direto carrega as cores da bandeira brasileira e da Secretaria do Tesouro Nacional. Para garantir a correta visualização e fidelidade das cores escolhidas para compor a marca, foram estabelecidos os códigos cromáticos tanto para uso impresso quanto em tela, que possuem naturezas de composição distintas, conforme imagem.

Impressão

ESCALA CMYK: C85 M30 Y100 K20
ESCALA RGB: R35 G113 B49
RGB WEBSAFE: #237131

ESCALA CMYK: C90 M40 Y100 K40
ESCALA RGB: R18 G84 B40
RGB WEBSAFE: #125428

ESCALA CMYK: C100 M90 Y30 K10
ESCALA RGB: R38 G51 B106
RGB WEBSAFE: #26336A

ESCALA CMYK: C100 M90 Y40 K40
ESCALA RGB: R30 G39 B74
RGB WEBSAFE: #1E274A

ESCALA CMYK: C10 M20 Y85 K0
ESCALA RGB: R236 G197 B5
RGB WEBSAFE: #ECC505



TESOURO DIRETO

Vídeo

VERDE ESCURO
ESCALA RGB: R18 G84 B40
RGB WEBSAFE: #125428
VERDE CLARO
ESCALA RGB: R58 G170 B53
RGB WEBSAFE: #3AAA35

AZUL ESCURO
ESCALA RGB: R26 G31 B79
RGB WEBSAFE: #1A1F4F

AZUL CLARO
ESCALA RGB: R40 G53 B135
RGB WEBSAFE: #283587



TESOURO DIRETO

AMARELO ESCURO
ESCALA RGB: R207 G165 B22
RGB WEBSAFE: #CFA516
AMARELO CLARO
ESCALA RGB: R247 G206 B0
RGB WEBSAFE: #F7CE00





Versões

Cores

A marca do Tesouro Direto conta com a versão principal, colorida e que deve ser utilizada sempre que possível.

Gradiente

Para aplicação em vídeos, deve-se utilizar a versão Gradiente.

Assinatura Horizontal	 [TD] Assinatura_Cor_Horizontal	 [TD] Assinatura_Gradiente_Horizontal
Assinatura Vertical	 [TD] Assinatura_Cor_Vertical	 [TD] Assinatura_Gradiente_Vertical

Versões

Negativas

Para aplicação em fundos escuros ou imagens com textura, como fotografias, deve-se optar pelas versões negativas. A versão Negativa Especial deve ser aplicada sempre que as cores amarela e verde não conflitarem com o fundo, ou seja, quando não houver perda de informação em sua aplicação. Caso contrário, deve-se utilizar a versão Negativa.

Cinza

Quando houver limitações técnicas que impeçam o uso de cores, deve-se utilizar a versão Cinza.

 [TD] Assinatura_Negativa_Especial_Horizontal	 [TD] Assinatura_Negativa_Horizontal	 [TD] Assinatura_Cinza_Horizontal
 [TD] Assinatura_Negativa_Especial_Vertical	 [TD] Assinatura_Negativa_Vertical	 [TD] Assinatura_Cinza_Vertical

Tipografia

As fontes são utilizadas em sistemas de identidade visual para ajudar na consolidação dos valores propostos pela marca em seus diversos documentos ou peças.

As tipografias sugeridas neste manual carregam semelhanças com a tipografia utilizada na marca, mas possuem mais recursos para atender às necessidades daqueles que trabalham diariamente com a marca.

São propostas 3 tipografias distintas para uso em documentos e peças do Tesouro Direto: Frutiger, Calibri e Cambria.

Frutiger LT Std

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!;

Calibri

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!;

Cambria

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;!;

Tipografia

A **Frutiger** é uma fonte sem serifa distribuída pela Monotype GmbH. Conhecida por possuir grande legibilidade mesmo em reduções extremas, também possui uma vasta gama de pesos (variação de espessura dos traços - do mais fino ao mais grosso - e do desenho da letra - do mais estreito ao mais estendido). Por ser uma fonte proprietária, não ser distribuída nos pacotes de fontes dos sistemas operacionais existentes e possuir diversos recursos apenas acessíveis a quem possui softwares de produção gráfica, recomenda-se seu uso principal em peças publicitárias do Tesouro Direto.

A **Calibri** também é uma fonte sem serifa e uma das fontes-padrão da suíte de aplicativos Microsoft Office desde 2007. Possui uma variedade menor de pesos em relação à Frutiger. Indica-se seu uso para textos extensos sem uso de expressões matemáticas.

Por fim, a **Cambria** é uma fonte com serifa e também fonte-padrão da suíte Microsoft Office. Possui uma variante específica para textos científicos e matemáticos, a Cambria Math, e poucas opções em relação a pesos. Indica-se seu uso em textos técnicos com uso maciço de expressões matemático-financeiras.

na série de mudanças para reforçar e ampliar suas características com o público e em reforçar o novo momento pelo qual apresenta a nova identidade visual do programa. **Caligrafia, a nova marca do Tesouro Direto indica o uso dessa técnica. A leveza, fluidez e organização do Direto oferece, sendo um programa prático e acessível ao usuário. Assim, a nova identidade indica o uso de uma fonte que planeja e sonha para si. O novo símbolo para as iniciais da marca. Enquanto acrescentamos o espaço vazado na junção dos traços. Houve uma mudança na identidade que já vinha sendo utilizada para reforçar os valores. Os valores permanecem compondo a personalidade do programa. O novo símbolo trazem a estabilidade e equilíbrio.**

passando por uma série de mudanças características positivas. Pensando em um novo momento pelo qual apresenta a nova identidade. Buscando inspiração na arte da caligrafia para trazer mais fluidez e precisão e flexibilidade que já vinha sendo utilizada para reforçar o novo momento pelo qual apresenta a nova identidade. Pensando em um novo momento pelo qual apresenta a nova identidade.

Frutiger LT Std 47 Light Condensed

Frutiger LT Std 57 Condensed

Frutiger LT Std 67 Bold Condensed

Frutiger LT Std 77 Black Condensed

Frutiger LT Std 87 Extra Black Condensed

Frutiger LT Std 45 Light

Frutiger LT Std 55 Roman

Frutiger LT Std 65 Bold

Frutiger LT Std 75 Black

Frutiger LT Std 95 Ultra Black

Frutiger LT Std 46 Light Italic

Frutiger LT Std 56 Italic

Frutiger LT Std 66 Bold Italic

Frutiger LT Std 76 Black Italic

Calibri Light

Calibri Light Italic

Calibri Regular

Calibri Italic

Calibri Bold

Calibri Bold Italic

Cambria Regular

Cambria Italic

Cambria Bold

Cambria Bold Italic

Usos Não Permitidos

A fuga dos parâmetros de construção da marca, descritos no capítulo de Elementos Estruturais presente neste Manual, bem como o uso incorreto das versões disponibilizadas gera ruído e enfraquece a identidade da marca. Portanto, os usos descritos ao lado são incorretos e não são permitidos.

 TESOURO DIRETO   TESOURO DIRETO   TESOURO DIRETO 	 TESOURO DIRETO  Mudar a posição do símbolo para alguma que não já esteja prevista   TESOURO DIRETO 	 TESOURO DIRETO  Alterar a fonte do logotipo Alterar as cores oficiais da marca   TESOURO DIRETO 
Deformar o símbolo e/ou logotipo   TESOURO DIRETO 	 TESOURO DIRETO  Desrespeitar a área de respiro da marca   TESOURO DIRETO 	 TESOURO DIRETO  Utilizar versão inapropriada da marca de acordo com o fundo   TESOURO DIRETO 



TESOURO NACIONAL