



# GERDAU

O futuro se molda



## ASSIM COMO OS TEMPOS MUDAM, AS MARCAS TAMBÉM PRECISAM SE RENOVAR.

Com este Manual de Marca, a comunicação da Gerdau ganha uma expressão mais moderna e uma maior flexibilidade de aplicação. Além da nova concepção visual, novas cores foram incluídas nas paletas, o estilo fotográfico foi refinado e você terá exemplos de como fazer e não fazer. A ideia é fornecer recursos e orientações para criar possibilidades, e não restrições. Conheça a seguir todos os detalhes do manual, incorpore-o à sua forma de pensar a comunicação da Gerdau e faça dele seu objeto de inspiração e consulta constante.

## ÍNDICE

GERDAU	03
NOSSA LINGUAGEM	04
Como falamos	05
Antes X Agora	13
NOSSA MARCA	16
Versões	18
Construção	21
Regras de uso	25
NÍVEIS DE MARCA	26
Empresas	29
Projetos e Programas	33
CO-BRANDING	37
Construção	38

TIPOGRAFIA	39
Títulos	40
Textos	42
FAMÍLIA CROMÁTICA	44
Cores primárias	45
Cores secundárias	46
Cores de apoio	47
ELEMENTOS GRÁFICOS	48
Nosso grafismo	49
Fundo fotográfico	50
Material institucional	52
Papeleria	54
Material digital	57

ESTILO DE ÍCONES	60
Inspiração	61
Construção	62
ESTILO FOTOGRÁFICO	63
Diretriz conceitual	64
Pessoas	65
Produtos	67



**GERDAU**

**O futuro se molda**

## GERDAU. O FUTURO SE MOLDA.

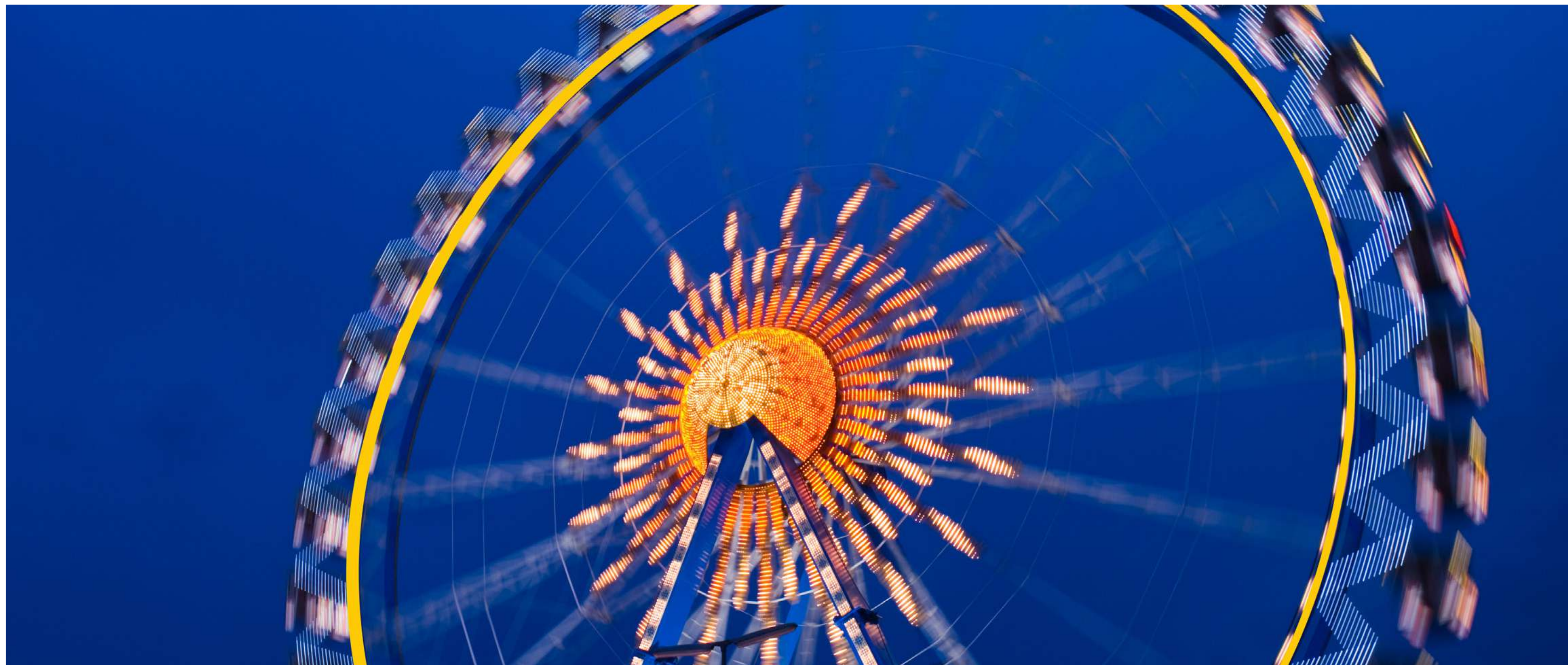
A Gerdau está conectada com as novas mudanças. E quer, em parceria com você, ajudar a construir o futuro. Em permanente adaptação, em resposta às novas demandas e tendências, com novas soluções e diferentes formas de aplicação. Com disposição no dia a dia, buscando a inovação conjunta para evolução contínua.

Dizem por aí que o aço é duro, inflexível. A gente quer provar o contrário: **Que ele se molda, sim: para construir o futuro.**



# NOSSA LINGUAGEM

Marcas que contam uma história usam elementos como palavras e imagens para compor e sustentar a sua narrativa. Aqui, reunimos orientações e exemplos de como aplicar elementos verbais para garantir que o posicionamento da Gerda seja transmitido com clareza e consistência.



## COMO FALAMOS

A Gerdau se comunica de forma expert-afiliativa. Isso significa que **somos especialistas**, referência no mercado e, no nosso discurso, falamos sobre e para as pessoas que utilizam os nossos produtos, sejam nossos clientes, que trabalham com os nossos produtos, ou os clientes dos nossos clientes, que têm seu futuro moldado pelo aço.

Nossa linguagem traduz a nossa expertise de **forma simples e clara**, e, assim, alcança as pessoas para **empoderá-las sobre sua capacidade de construir o futuro**, especialmente nossos colaboradores. **Temos um discurso inspirador, que traduz nosso espírito visionário** e mostra que somos parceiros de quem acompanha as mudanças do mundo.

Para construir as nossas mensagens e nos conectar com os clientes e colaboradores da marca, temos uma seleção de palavras-chave e três elementos que compõem o nosso tom de voz, que você conhecerá a seguir.



## TOM DE VOZ

Nosso tom de voz é composto por elementos que caracterizam a forma como nos comunicamos com o público. Os três elementos a seguir são complementares. Alinhados à versatilidade do posicionamento, não é preciso usar todos ao mesmo tempo, mas é possível combiná-los para dar mais personalidade ao discurso.

Ter um tom visionário significa olhar sempre à frente. É saber identificar necessidades e tendências futuras e antecipar mudanças. Mas tudo começa em entender o cliente, o cliente do cliente, e, assim, em diante.

Ser parceira é conseguir se aprofundar nas necessidades dos clientes e achar uma solução comum para os dois lados. É criar relações duradouras, e não apenas “querer vender”. É mostrar que veio para ficar e moldar o futuro com o cliente.

Ser flexível significa estar sempre disposto a se moldar às necessidades do outro e ao contexto dos negócios. É saber escutar, não querer impor ou ser dono da verdade. Pelo contrário, é entender as diferentes naturezas dos clientes e ter versatilidade para se moldar a cada um deles.

VISIONÁRIA

PARCEIRA

FLEXÍVEL

## TEXTO CONCEITO

O texto conceito é nosso ponto de vista sobre a forma como o nosso público leva a vida.

A vida pede aço?  
Ou novas formas de morar  
De reformar  
De construir  
De se mover  
De plantar  
De gerar energia?  
A Gerdau está conectada com todas essas mudanças e quer, em parceria com você, ajudar a construir o futuro. Em permanente adaptação.  
Em resposta às novas demandas e tendências.  
Com novos produtos.  
Com diferentes formas de aplicação.  
Com disposição no dia a dia.  
Com inovação conjunta para evolução contínua.  
Com a variedade e quantidade na medida da sua necessidade.  
Com um time pronto para trabalhar em colaboração.  
Dizem por aí que o aço é duro, inflexível.  
A gente quer provar o contrário.  
Que ele se molda, sim:  
para construir o futuro.

## ASSINATURA

A assinatura encapsula a mensagem que queremos passar para os nossos clientes.

**Gerdau. O futuro se molda.**

## NUVEM DE VOCABULÁRIO

As palavras, verbos e expressões a seguir podem ajudar a enriquecer o vocabulário da Gerdau e tornar a comunicação mais consistente em todos os pontos de contato da marca.

**AÇO MUDANÇAS TENDÊNCIAS NOVAS DEMANDAS TECNOLOGIA**  
**SUSTENTABILIDADE VIDA MUNDO MERCADO NOVAS FORMAS**  
**ACOMPANHAR EVOLUIR TRANSFORMAR RECICLAR MOLDAR**  
**CONSTRUIR RENOVAR PESSOAS CLIENTES VERSATILIDADE**  
**ADAPTAR INOVAR COLABORAR VARIEDADE QUANTIDADE**  
**DISPOSIÇÃO NO DIA A DIA NOVOS PRODUTOS EVOLUÇÃO CONTÍNUA**  
**INOVAÇÃO CONJUNTA SUSTENTÁVEL PERMANENTE ADAPTAÇÃO**  
**DIFERENTES FORMAS DE APLICAÇÃO MOLDAR O FUTURO**  
**NA MEDIDA DA NECESSIDADE**



## COMO FALAMOS

Para finalizar, temos algumas dicas práticas para orientar a comunicação.

### DICA 1

Para mostrar o nosso comprometimento em aprofundar as necessidades dos clientes para achar uma solução, **devemos explorar o elemento de tom de voz parceira**. Um recurso interessante é fazer perguntas para entender cada caso e, então, atender cada cliente.

### DICA 2

Para mostrar que estamos sempre dispostos a nos moldar às necessidades do cliente e ao contexto dos negócios, utilizamos o **tom de voz flexível**, dando opções, mostrando a vantagem de cada solução, deixando claro que entendemos a necessidade de cada caso e reforçando a nossa versatilidade.

### DICA 3

Para abordar temas sob a perspectiva do futuro, **é fundamental usar o tom de voz visionária** e mostrar, de forma inspiradora, que o futuro não é sobre o tempo, mas, sim, sobre as formas de viver o mundo. Sempre que possível, é interessante mostrar tendências, usar como exemplo casos reais, trazer dados que deem suporte à mensagem.

### EXEMPLO

A vida pede novas formas de morar, de se mover, de construir, de gerar energia. Onde você quer chegar com o seu negócio? Onde ele pode levar os seus clientes? A Gerdau está ao seu lado para chegar junto com você à melhor solução e seguir moldando o futuro do seu negócio, das pessoas e do mundo.

### EXEMPLO

O trabalho da Gerdau é entender pontualmente o que cada cliente precisa, onde ele estiver. Para isso, temos várias opções de produtos e soluções que se adequam melhor a cada caso. Que se encaixam na realidade de cada cliente e que atendem às demandas de cada mercado. Ser flexível para entender e propor é o nosso jeito de moldar o futuro.

### EXEMPLO

O futuro não será como imaginávamos há algum tempo, mas, sim, como nós o moldamos agora. Em duas décadas, as pessoas estarão morando em casas, dirigindo carros, recebendo energia de formas completamente diferentes do que fazem hoje. E desde já o aço é parte desta revolução: as soluções que criamos no presente moldam o futuro.

## COMO FALAMOS

Para finalizar, temos algumas dicas práticas para orientar a comunicação.

### DICA 4

Para propagar o nosso propósito, que é empoderar pessoas que constroem o futuro, devemos **trazer mensagens que incentivem os colaboradores a ter sempre um olhar atento, curioso e visionário**, capaz de antecipar o que está por vir, entender o cliente e o cliente do cliente e se sentir hábil a propor novas ideias e soluções.

### DICA 5

Para abordar o benefício funcional **soluções que se adaptam e se moldam às demandas de cada negócio**, devemos destacar a versatilidade da Gerdau.

### DICA 6

Para explorar o benefício emocional **ter um parceiro que me ajuda a construir meu próprio futuro**, devemos colocar a Gerdau como viabilizadora de planos e projetos, destacando como a marca ajuda a moldar o futuro.

### EXEMPLO

O que você faz, dia após dia, é o que molda o futuro. A forma como você vê o mundo e enxerga possibilidades de antecipar o que está por vir é o que nos leva a propor soluções que entendem os nossos clientes e os clientes dos nossos clientes.

### EXEMPLO

Cada vez mais, a vida pede novas formas de construir. E para atender, a Gerdau oferece uma linha completa para diversos segmentos da construção que molda o futuro, seja imobiliária, de infraestrutura, indústria de pré-fabricados ou autoconstrução.

### EXEMPLO

A diferença entre te atender e te entender está no olhar de quem está ao seu lado, te ajudando. Na capacidade de enxergar novas possibilidades para propor uma solução. É assim que a Gerdau molda o futuro, com uma visão ampla, que vê sempre uma nova forma de oferecer ao mundo o que é realmente preciso em cada projeto.

## COMO FALAMOS

Para finalizar, temos algumas dicas práticas para orientar a comunicação.

### DICA 7

**Usar as fontes de credibilidade da marca é fundamental para consolidar o posicionamento.**

Para isso, devemos sempre destacar o portfólio de produtos, os serviços oferecidos, a inovação via produtos + processos, o time de experts que trabalha de forma colaborativa, a disponibilidade da marca no dia a dia e a história da Gerdau, que há mais de 100 anos molda o futuro com aço.

### DICA 8

Para alcançar o público, devemos deixar claro que atendemos clientes que, independentemente do seu tamanho ou setor de atuação, buscam respostas que vão além das condições comerciais: buscam um parceiro que antecipe as mudanças de mercado e responda com produtos e serviços. Assim, **falamos com as pessoas de acordo com o seu perfil de negócios, e não o porte das empresas.**

### EXEMPLO



Ao longo de 100 anos, a Gerdau construiu sua história e ajudou a construir o mundo com a flexibilidade e versatilidade do aço. Sempre presente no dia a dia das pessoas, dando vida às cidades e abraçando os desafios das empresas para moldar o futuro a cada dia.

### EXEMPLO



Não importa o tamanho da sua empresa, mas, sim, onde ela quer chegar. A Gerdau é a maior empresa produtora de aço no Brasil porque sabe que a força que molda o futuro não está no porte, mas sim na potência das empresas que acreditam no aço para criar seus planos e construir seus projetos. Por isso, tem soluções adequadas para todo perfil de negócio que precisa de um parceiro para moldar seu futuro.

## COMO FALAMOS

Para finalizar, temos algumas dicas práticas para orientar a comunicação.

### DICA 9

Para falar sobre futuro sem deixar que o discurso fique etéreo e vago, é importante **trazer a noção de que o futuro está nas novas formas de morar, de construir, de se mover, de plantar, de gerar energia.**

### DICA 10

Para falar sobre o aço, devemos **sempre colocá-lo no contexto atual de mudanças do mundo e das formas de viver**, como uma forma de moldar o futuro, ao invés de tratá-lo simplesmente como um material.

### EXEMPLO



O futuro se molda a cada dia. As mudanças na mobilidade urbana já fazem parte da vida de todos. Nos próximos anos, a relação entre as pessoas, cidades e a indústria mudará ainda mais. E o aço estará presente de diversas maneiras nas novas formas de viver os espaços urbanos.

### EXEMPLO



O aço faz parte do dia a dia das pessoas em tudo que torna possível ter mais conforto e qualidade de vida. Cada vez mais, o aço estará presente em soluções que reinventam o viver, seja para morar, construir, se mover, gerar ou utilizar energia. Desde já, o aço está moldando este futuro.

## COMPARATIVO ANTES X AGORA

Para exemplificar como as mudanças se aplicam na evolução da nossa comunicação, seguem três exemplos de peças antigas reescritas de acordo com o novo posicionamento.

### EXEMPLO 1



## ANTES

HÁ 19 ANOS, TEMOS A HONRA DE RECEBER O PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO DA EDITORA REVENDA NAS CATEGORIAS...



## AGORA

HÁ 19 ANOS, SOMOS RECONHECIDOS PELA EDITORA REVENDA POR MOLDAR O FUTURO. O PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO É O RESULTADO DE TRABALHAR SEMPRE DE OLHO NO QUE VIRÁ.

## COMPARATIVO ANTES X AGORA

Para exemplificar como as mudanças se aplicam na evolução da nossa comunicação, seguem três exemplos de peças antigas reescritas de acordo com o novo posicionamento.

### EXEMPLO 2



## ANTES

PARA ESTAR NA VIDA DAS PESSOAS, INOVAMOS TODOS OS DIAS. ISSO FAZ NOSSA MARCA SEMPRE SER LEMBRADA.

▶ **AGORA**

PARA ESTAR NA VIDA DAS PESSOAS, MOLDAMOS O FUTURO JUNTO COM ELAS. ISSO FAZ A NOSSA MARCA SER SEMPRE LEMBRADA.

## COMPARATIVO ANTES X AGORA

Para exemplificar como as mudanças se aplicam na evolução da nossa comunicação, seguem três exemplos de peças antigas reescritas de acordo com o novo posicionamento.

### EXEMPLO 3



## ANTES

A GERDAU É TOP OF MIND DE SEUS CLIENTES PORQUE SEUS CLIENTES SÃO TOP OF MIND DA GERDAU.



## AGORA

ENTENDER O CLIENTE DO CLIENTE PARA ATENDER O CLIENTE: LEMBRAR DE CADA UM NA HORA DE PROPOR SOLUÇÕES FAZ COM QUE A GERDAU SEJA LEMBRADA POR TODOS.



# NOSSA MARCA

O logo Gerda é o nosso principal elemento de identificação da empresa. Possui uma forma gráfica própria e exclusiva, de fácil identificação em todas as manifestações.





## NOSSA MARCA

O logo Gerdau é o nosso principal elemento de identificação da empresa. Possui uma forma gráfica própria e exclusiva que, em conjunto com outros elementos gráficos presentes nesse manual, sintetiza a empresa e sua visão em todas as suas manifestações gráficas.

**Não reconstrua nem redesenhe esta marca.**

Para qualquer tipo de aplicação preserve sempre o seu desenho original, mantendo rigorosamente os padrões aqui estabelecidos.



# GERDAU

## O futuro se molda

## VERSÕES

### Preferencial com tagline

Ambas as versões (horizontal e vertical) do logotipo podem ser utilizadas na comunicação. Esse uso vai depender do formato da peça de comunicação e da melhor leitura da marca.



### Tagline

O logo Gerda com a tagline *O futuro se molda* é a versão preferencial da marca, e deve ser utilizada nos mais variados materiais.

### Restritas

Nestas variações de logotipo, a marca assume apenas uma cor. O símbolo do GG fica vazado, assumindo a cor do fundo aplicado. Opte por essas versões na impossibilidade do uso das versões em cor.

### SÍMBOLO

### HORIZONTAL

### VERTICAL



**GERDAU**  
O futuro se molda



**GERDAU**  
O futuro se molda



**GERDAU**  
O futuro se molda



**GERDAU**  
O futuro se molda



**GERDAU**  
O futuro se molda



**GERDAU**  
O futuro se molda

## VERSÕES

### Regular

Ambas as versões (horizontal e vertical) do logotipo podem ser utilizadas na comunicação. Esse uso vai depender do formato da peça de comunicação e da melhor leitura da marca.

### Sem tagline

O logo Gerdau sem tagline deve ser utilizado em materiais longevos, como EPIs, fachadas e placas de sinalização de fábricas.

### Restritas

Nestas variações de logotipo, a marca assume apenas uma cor. O símbolo do GG fica vazado, assumindo a cor do fundo aplicado. Opte por essas versões na impossibilidade do uso das versões em cor.

SÍMBOLO

HORIZONTAL

VERTICAL



**GERDAU**



**GERDAU**



**GERDAU**



**GERDAU**



**GERDAU**



**GERDAU**

## VERSÕES

### Símbolo

Na nova diretriz de comunicação da Gerdau, a marca ganha flexibilidade e passa a reforçar a sua presença no meio digital. O uso do símbolo Gerdau passa a ser permitido isoladamente, abrangendo o contato da Gerdau com seu público.

**Somente utilize essa versão em aplicações que exijam tal simplificação da marca, preferencialmente no meio digital.** Em impressos use somente para reforçar a comunicação, que deve sempre privilegiar as versões preferenciais da marca (horizontal ou vertical).



## USO RESTRITO



Não utilize o símbolo isolado em embalagens, materiais de ponto de venda ou qualquer outro ponto de contato onde seja necessário reforçar Gerdau como marca.

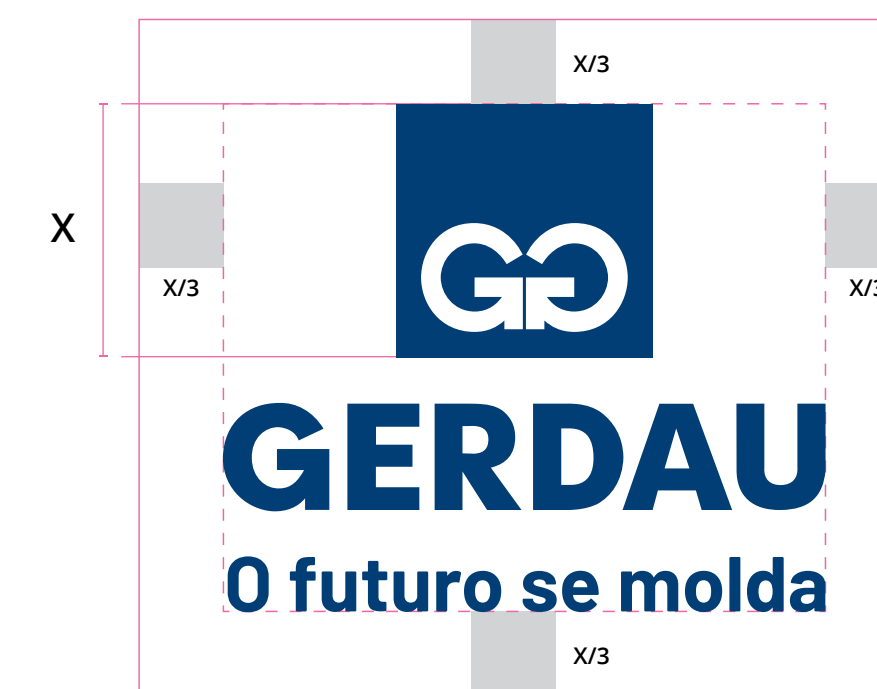
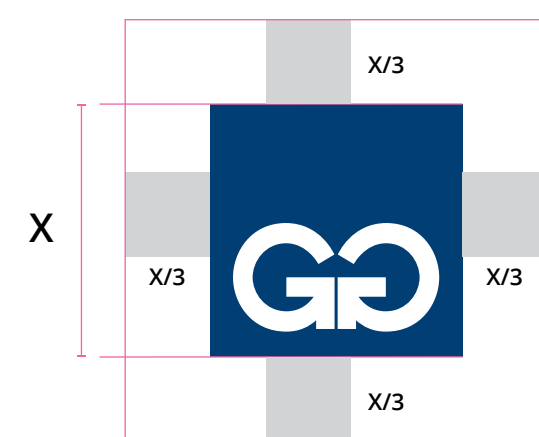
Jamais aplique textos próximo ao símbolo, ou crie novas marcas com esta versão.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Área de proteção é o respiro mínimo que o logo precisa para preservar sua legibilidade.

Sua área é medida a partir de um terço da altura do símbolo gráfico, como demonstrado ao lado.



## REDUÇÃO MÁXIMA

Redução máxima é o menor tamanho que o logo pode assumir sem perder a sua legibilidade.

Deve seguir sempre como referência a altura atribuída ao quadrado do símbolo Gerdau.



## REDUÇÃO MÁXIMA DIGITAL

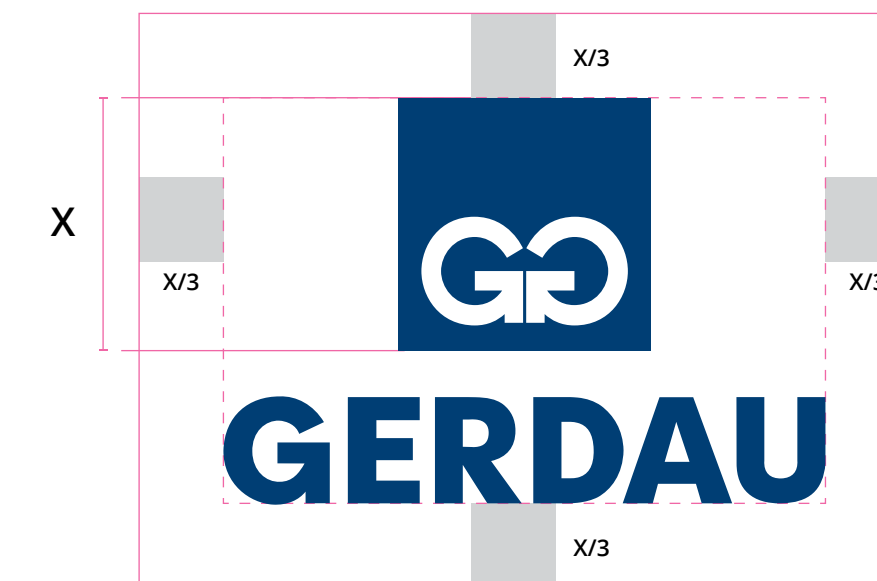
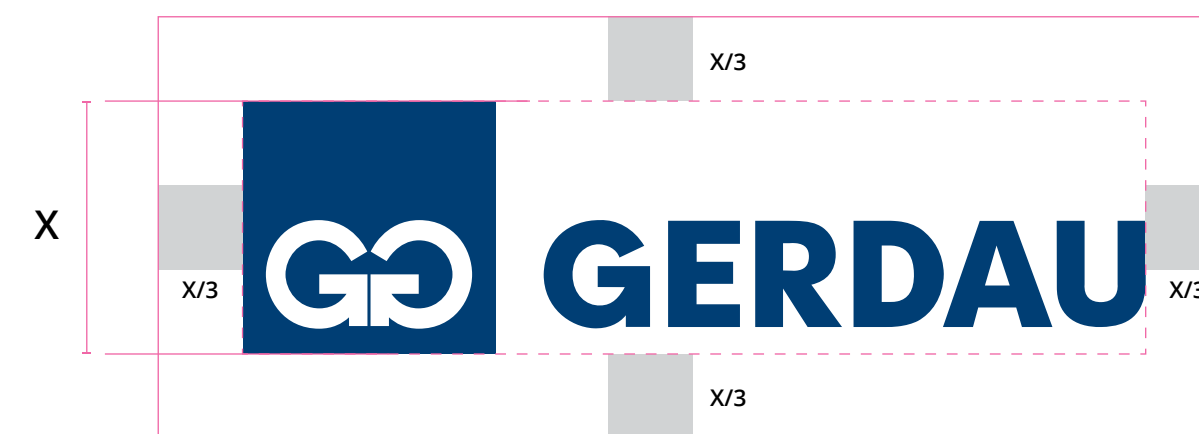
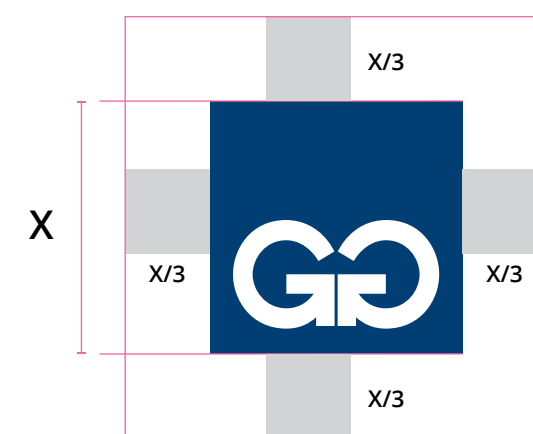
Para garantir a versatilidade e presença da Gerdau no ambiente digital, as aplicações devem seguir a definição da redução máxima da marca conforme demonstrado ao lado, não utilizando tamanhos menores que o indicado por prejudicarem a legibilidade dos elementos.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Área de proteção é o respiro mínimo que o logo precisa para preservar sua legibilidade.

Sua área é medida a partir de um terço da altura do símbolo gráfico, como demonstrado ao lado.



## REDUÇÃO MÁXIMA

Redução máxima é o menor tamanho que o logo pode assumir sem perder a sua legibilidade.

Deve seguir sempre como referência a altura atribuída ao quadrado do símbolo Gerdau.



## REDUÇÃO MÁXIMA DIGITAL

Para garantir a versatilidade e presença da Gerdau no ambiente digital, as aplicações devem seguir a definição da redução máxima da marca conforme demonstrado ao lado, não utilizando tamanhos menores que o indicado por prejudicarem a legibilidade dos elementos.



## APLICAÇÕES

### Imagens e fundos coloridos

Para aplicações, utilize prioritariamente as versões preferenciais da marca. Sobre fundo colorido ou imagem, busque sempre garantir a legibilidade da marca, evitando problemas de contraste.

Utilize imagens com tonalidades próximas ao universo de cores Gerda. Fotos com texturas uniformes e com grandes áreas livres são ideais para a aplicação do logo.

Somente as versões restritivas (branco) possuem o símbolo vazado. Utilize-as apenas em casos onde a legibilidade da marca será mantida.



## APLICAÇÕES

### Imagens e fundos coloridos

Para aplicações, utilize prioritariamente as versões preferenciais da marca. Sobre fundo colorido ou imagem, busque sempre garantir a legibilidade da marca, evitando problemas de contraste.

Utilize imagens com tonalidades próximas ao universo de cores Gerdau. Fotos com texturas uniformes e com grandes áreas livres são ideais para a aplicação do logo.

Somente as versões restritivas (branco) possuem o símbolo vazado. Utilize-as apenas em casos onde a legibilidade da marca será mantida.



### EVITE

Jamais aplique o logotipo sobre fotos e fundos que não permitam a sua perfeita visualização.





## REGRAS DE USO



Siga as regras descritas ao lado, evitando usos incorretos da marca.



### Não altere a tipografia

Não construa o logo com outra tipografia. Utilize apenas o logo fornecido.



### Não altere as características

Não modifique a estrutura formada por logotipo e símbolo gráfico.



### Não distorça

Não distorça as proporções originais do logo.



### Não mude as cores

Não modifique as cores do logo.



### Não modifique o símbolo

Não modifique a estrutura do símbolo. Jamais separe as letras GG do quadrado.



### Não rotacione

Não aplique o logo em rotações aleatórias.



### Não crie interferências

Não inclua elementos na área de proteção da marca.



### Não aplicar texturas

Não preencha a marca com imagens ou padronagens.



# NÍVEIS DE MARCA

03





## NÍVEIS

Para a composição de novas marcas e serviços atrelados à Gerdau, é importante entender sua estruturação de portfólio, evidenciando Gerdau como masterbrand, com atuação próxima de suas submarcas.

## EMPRESAS

### NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e são marcas que seguem estritamente sua construção e forma.

## PROJETOS E PROGRAMAS

### NÍVEL 2

São projetos com conceitos mais abrangentes e identidade derivada da marca Gerdau. Devem ser tratados como pontos de contato com o público interno e externo, porém sempre valorizando a masterbrand.



# GERDAU

**O futuro se molda**

## MASTERBRAND

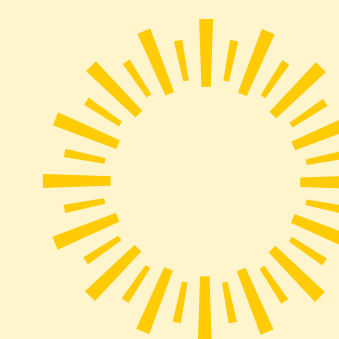
Com sua nova estratégia, Gerdau assume o papel de masterbrand, e tem como objetivo fortalecer cada uma de suas submarcas, integrando produtos e serviços para próximo de sua influência.



**GERDAU**  
METALDOM

## NÍVEL 1 EMPRESAS

Marcas para Empresas Gerdau são construídas pela estrutura de Nível 1, pois possuem maior proximidade com a masterbrand.



**VOLUNTÁRIO**  
**GERDAU**

## NÍVEL 2 PROJETOS E PROGRAMAS

Marcas Programas Gerdau são construídas no Nível 2, possuem a estrutura mais distante de Gerdau, e, portanto, devem ser utilizadas apenas em casos especiais.

## NÍVEIS

Para a composição de novas marcas e serviços atrelados à Gerdau, é importante entender sua estruturação de portfólio, evidenciando Gerdau como masterbrand, com atuação próxima de suas submarcas.

---

## EMPRESAS

### NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e são marcas que seguem estritamente sua construção e forma.



**GERDAU**  
**METALDOM**

## EMPRESAS

### NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e suas marcas seguem estritamente a construção e forma de Gerdau.

## CONSTRUÇÃO

### Vertical/horizontal

Para a construção de novas marcas Gerdau Empresas, siga a construção ao lado.



## TIPOGRAFIA

A tipografia Futura Medium deve ser utilizada somente para a construção de marcas Nível 1 (**Empresas**), com o seu uso proibido para qualquer ocasião que não a prevista, incluindo marcas de Nível 2 e peças de comunicação.

### FUTURA MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z



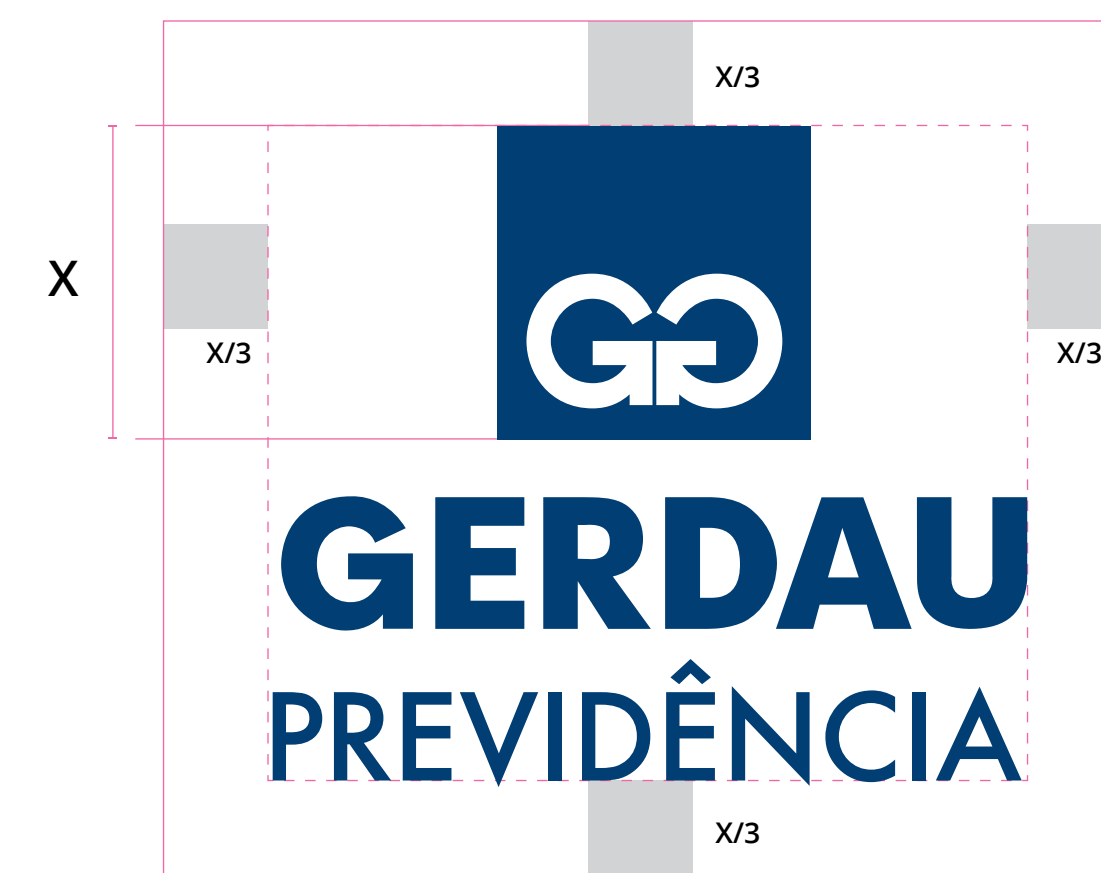
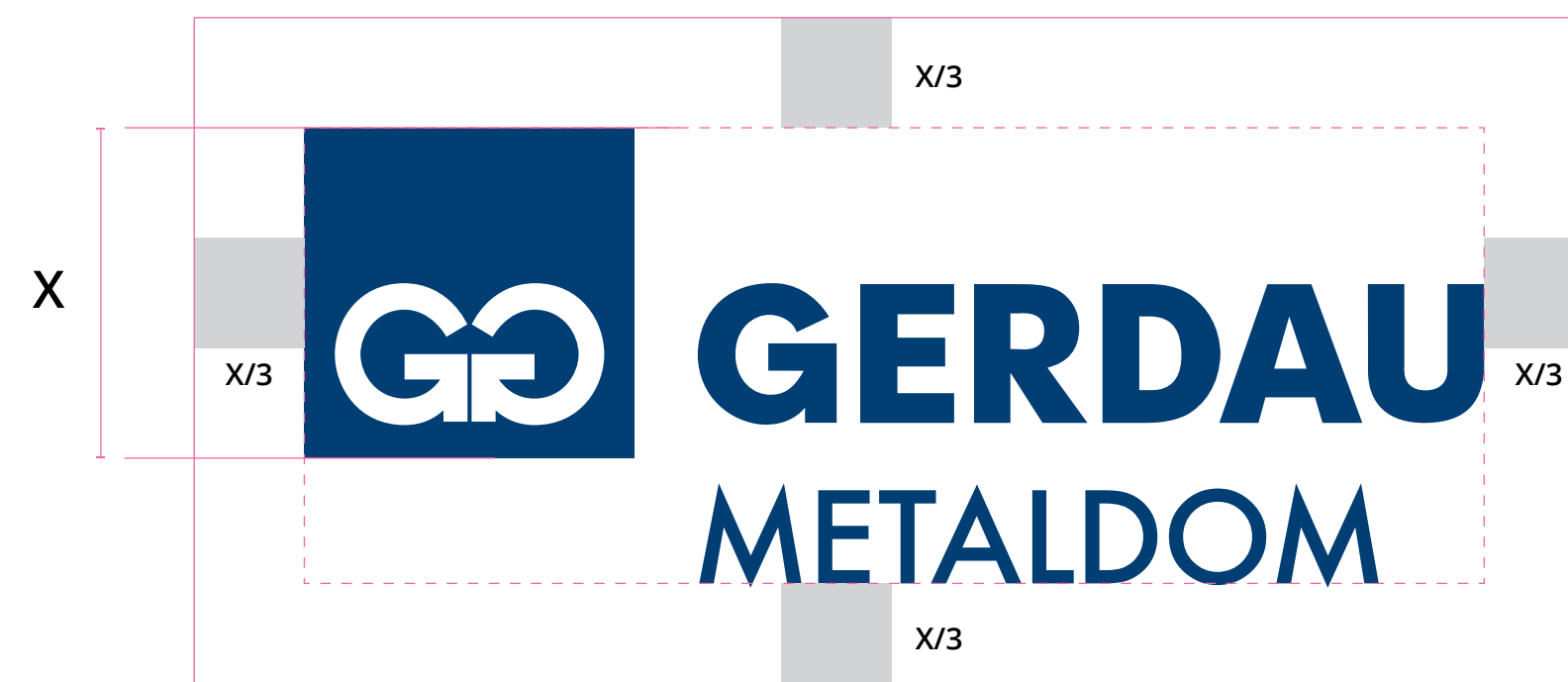
## EMPRESAS NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e suas marcas seguem estritamente a construção e forma de Gerdau.

### CONSTRUÇÃO

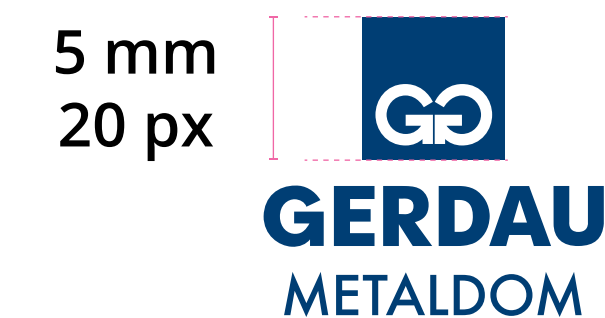
#### Área de proteção

Siga a mesma lógica de construção utilizada na marca Gerdau, definindo o respiro mínimo que o logo precisa para preservar sua legibilidade a partir da medida de um terço da altura do símbolo gráfico, como demonstrado ao lado.



#### Redução Mínima

Para garantir sempre a legibilidade da marca, utilize como referência a altura mínima para o quadrado do símbolo Gerdau, como demonstrado ao lado.



## EMPRESAS NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e suas marcas seguem estritamente a construção e forma de Gerdau.

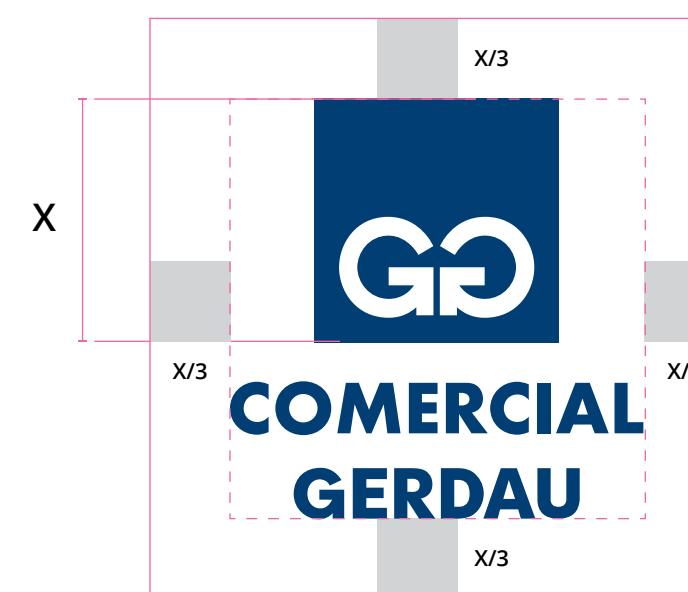
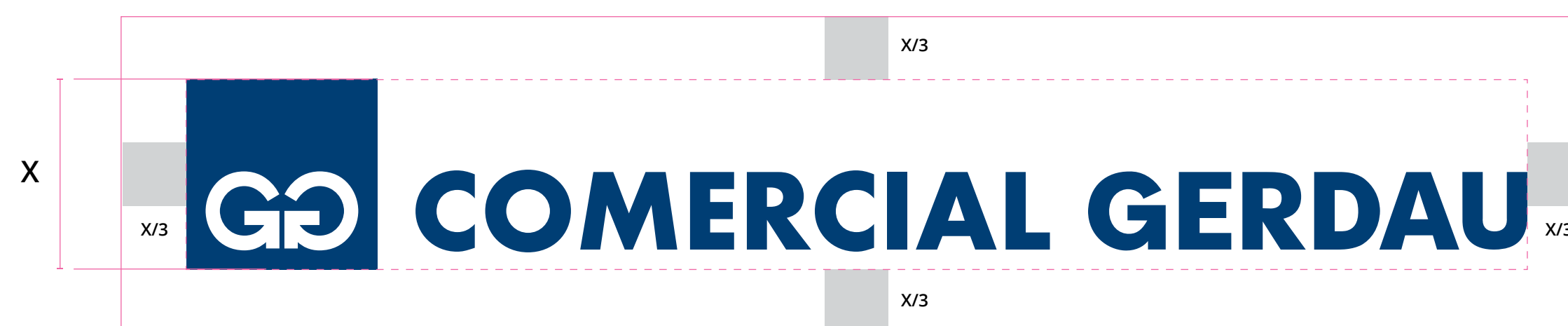
## CASOS ESPECIAIS

### Comercial Gerdau

Utilize as instruções ao lado para aplicar a marca Comercial Gerdau em qualquer tipo de reprodução. Entre em contato com a Comunicação para obter os arquivos originais. Em aplicações sobre fundo de cor ou fotográfico, assim como em versões em negativo e positivo, siga as orientações já apresentadas neste manual.

### Redução Mínima

Para garantir sempre a legibilidade da marca, utilize como referência a altura mínima para o quadrado do símbolo Gerdau, como demonstrado ao lado.





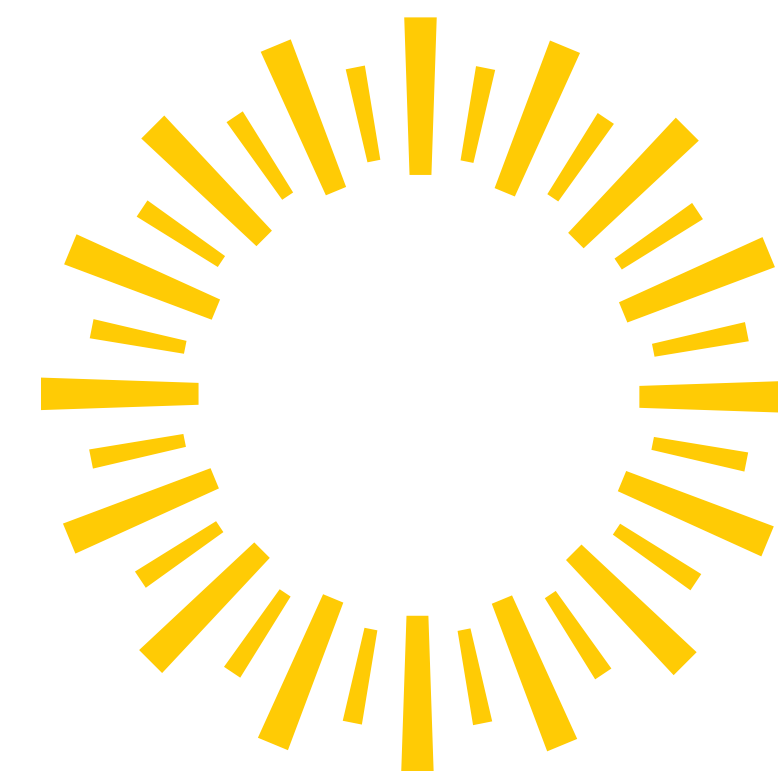
## NÍVEIS

Para a composição de novas marcas e serviços atrelados à Gerdau, é importante entender sua estruturação de portfólio, evidenciando Gerdau como masterbrand, com atuação próxima de suas submarcas.

---

### PROJETOS E PROGRAMAS NÍVEL 2

São projetos com conceitos mais abrangentes e identidade derivada da marca Gerdau. Devem ser tratados como pontos de contato com o público interno e externo, porém sempre valorizando a masterbrand.



# VOLUNTÁRIO GERDAU

## PROJETOS E PROGRAMAS

### NÍVEL 2

São projetos com conceitos mais abrangentes e identidade derivada da marca Gerdau. Devem ser tratados como pontos de contato com o público interno e externo, porém sempre valorizando a masterbrand.

### CRITÉRIOS

A Gerdau adota como estratégia para suas marcas o sistema de masterbrand, onde **o objetivo de toda a sua comunicação sempre será reforçar sua marca principal**. Procure adotar diretrizes que contribuam com este direcionamento.

Marcas Nível 2 são as que possuem maior distanciamento de Gerdau, e, portanto, **devem ser criadas apenas em casos especiais e estritamente necessários**. Deve-se primeiro avaliar os impactos e resultados de sua criação. Em caso de dúvidas, entre em contato com a Comunicação.



# VOLUNTÁRIO GERDAU

Os Programas Nível 2 se aproximam de Gerdau por possuírem em seu nome um claro indicativo da marca (**inscrição GERDAU**). Sempre ao criar novas marcas, procure enquadrá-las neste caso.



MASTERBRAND



NÍVEL 1



NÍVEL 2

## PROJETOS E PROGRAMAS

### NÍVEL 2

São projetos com conceitos mais abrangentes e identidade derivada da marca Gerdau. Devem ser tratados como pontos de contato com o público interno e externo, porém sempre valorizando a masterbrand.

## CONSTRUÇÃO

### Vertical/horizontal

Para a construção de novas marcas Gerdau Projetos e Programas, siga a construção ao lado.

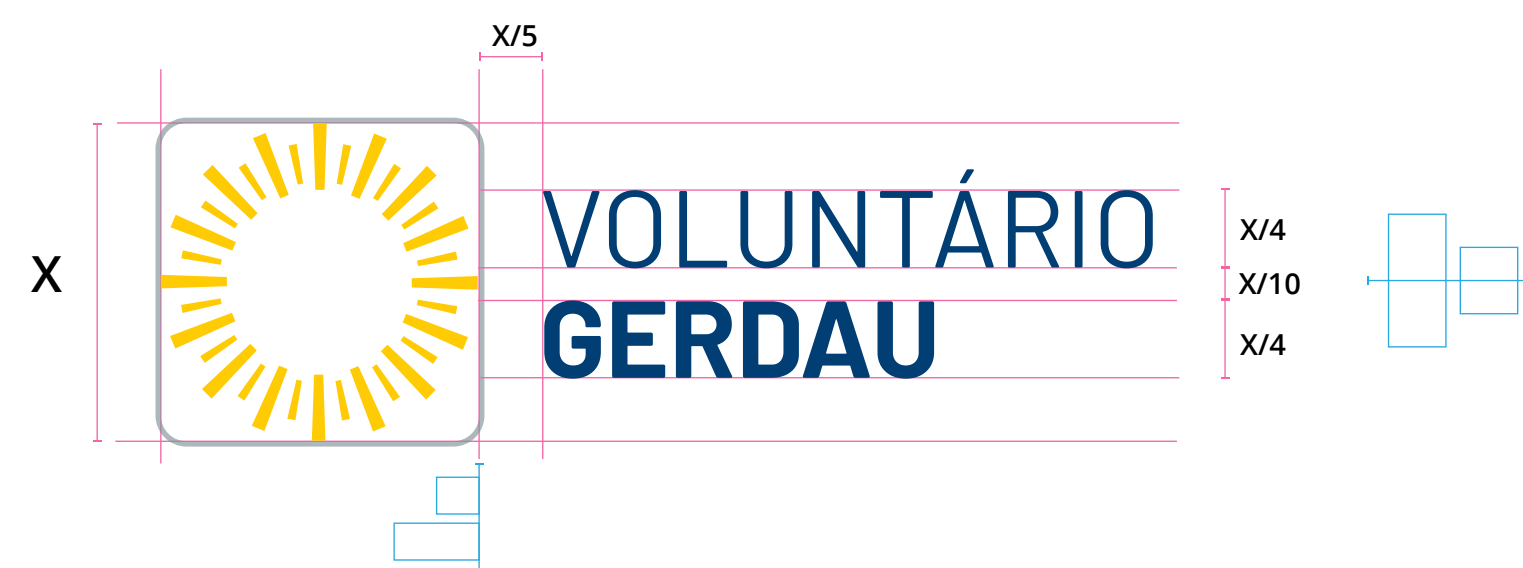
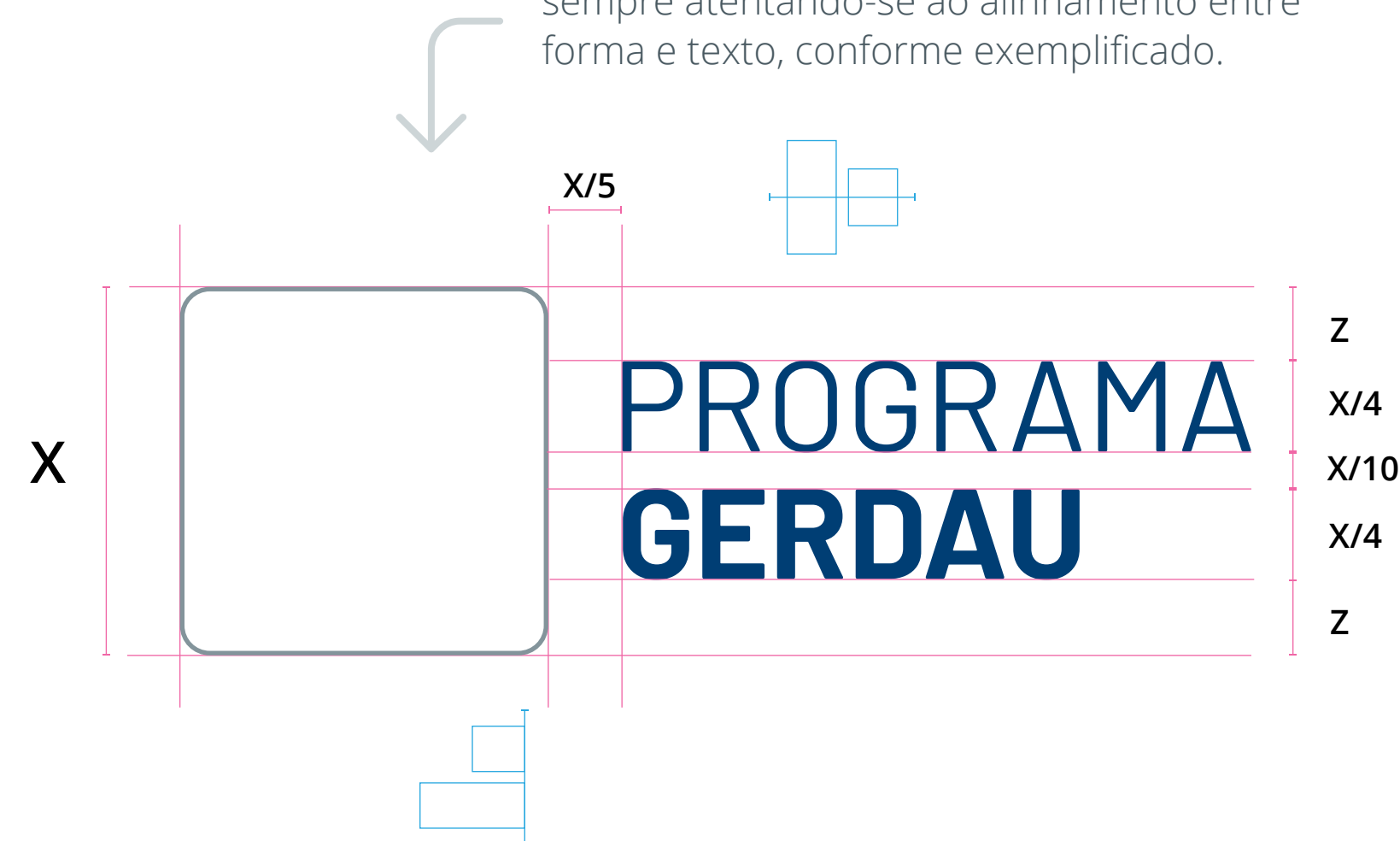
### Símbolo

Utilize símbolos simples, com poucos detalhes e que transmitam de forma objetiva o conceito do novo programa. Somente aplique as cores previstas neste manual, privilegiando a paleta de cores preferenciais de marca.

### Cores

Somente utilize as famílias cromática previstas neste manual para a atribuição das cores na nova marca. Certifique-se de sempre utilizar uma das cores principais de Gerdau. Consulte as cores disponíveis na página 44.

Aplique o símbolo no espaço destinado, sempre atentando-se ao alinhamento entre forma e texto, conforme exemplificado.

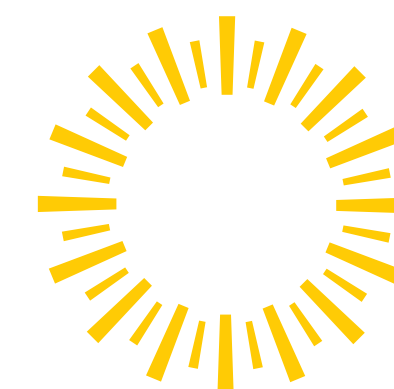




## EMPRESAS

### NÍVEL 1

São ramificações industriais e empresariais da Gerdau, apresentam a maior proximidade com a masterbrand, e são marcas que seguem estritamente sua construção e forma.



## VOLUNTÁRIO GERDAU

## PROJETOS E PROGRAMAS

### NÍVEL 2

São projetos com conceitos mais abrangentes e identidade derivada da marca Gerdau. Devem ser tratados como pontos de contato com o público interno e externo, porém sempre valorizando a masterbrand.



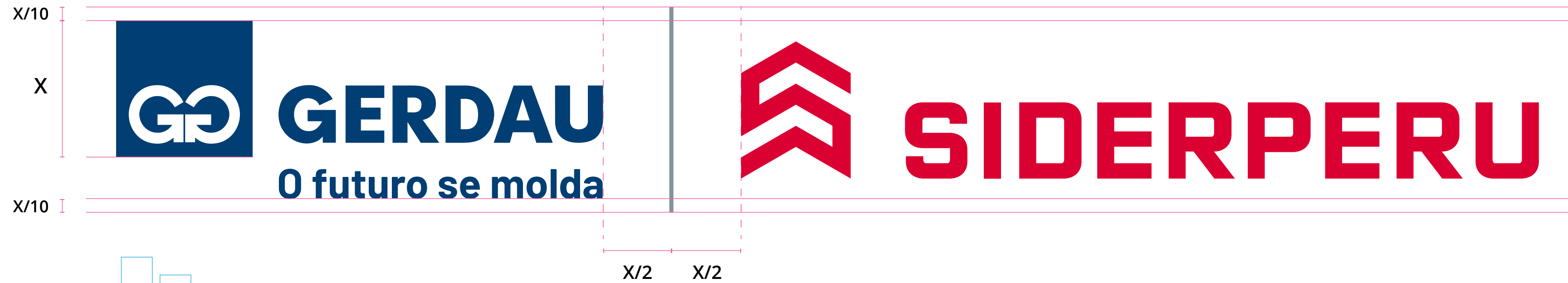
# CO-BRANDING

O co-branding é a estratégia para compartilhar os valores agregados de uma marca por meio da parceria. Aqui, veremos como Gerda se comporta visualmente junto às empresas parceiras.



## CO-BRANDING

Para aplicação do logo Gerdau em projetos de parceria com outras empresas e instituições, é recomendado o uso da composição de logos separados por uma linha cinza (seguir cores secundárias – página 46). O posicionamento à direita confere maior destaque à leitura. Por isso, à direita deve estar a marca com maior peso na parceria.



## VERSÕES

Opte pela versão horizontal ou vertical da marca com tagline de acordo com as necessidades da aplicação.

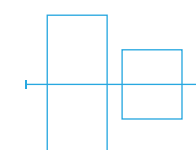
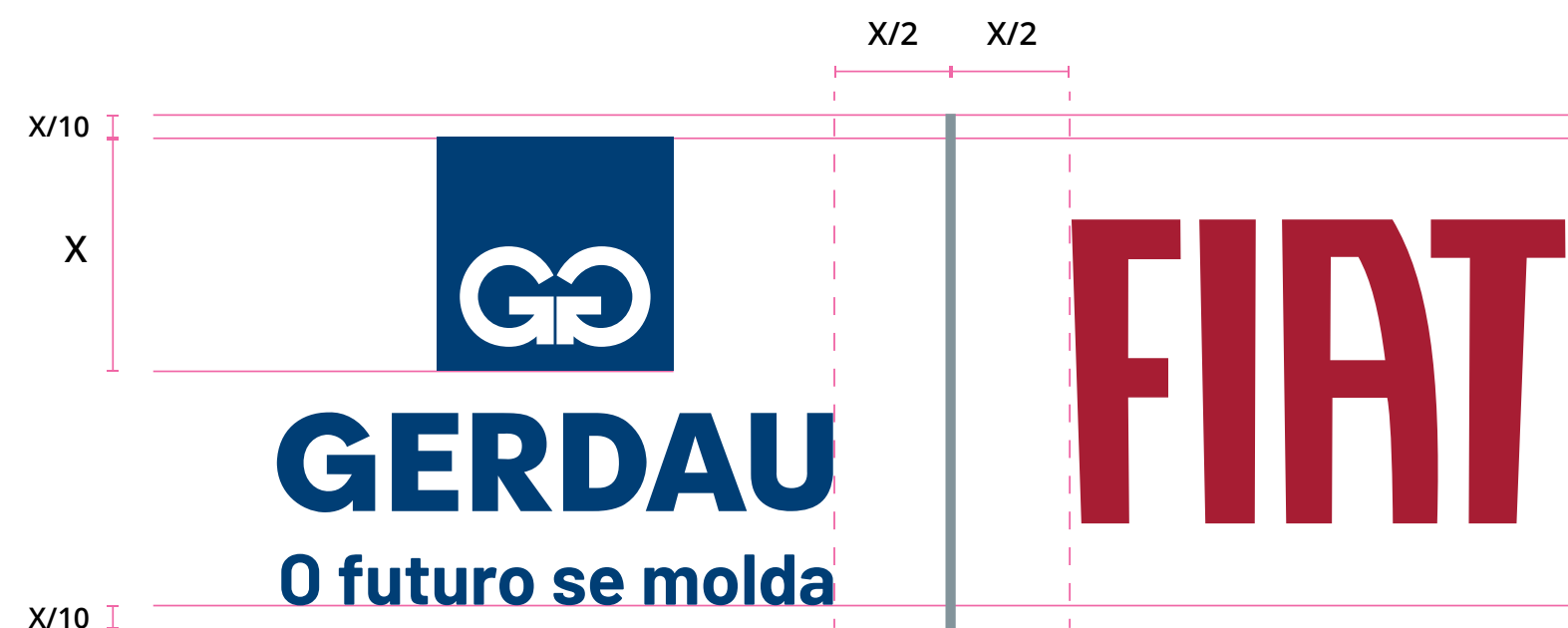
**Jamais utilize somente o símbolo da marca Gerdau em co-brandings.**

### Preferencial

Quando utilizado sobre fundo branco, mantenha as cores das marcas e separe-as por uma linha cinza.

### Restritas

Para aplicações sobre fundo com cor ou imagens, consulte as regras de aplicação na página 23. Caso aplicado em branco ou preto, separe os logos por uma linha da mesma cor.





# TIPOGRAFIA

Nessa seção veremos as famílias tipográficas que compõem a nossa identidade.



TIPOGRAFIA PARA TÍTULOS  
BARLOW



O FUTURO  
SE MOLDA



## PRINCIPAL - TÍTULOS

A família Barlow é a família tipográfica principal da Gerda. Seu uso é indicado para composição de títulos e mensagens principais que precisem de destaque na elaboração de todos os materiais de comunicação impressa e digital. Deve ser usada sempre em **CAIXA-ALTA (letras maiúsculas)**.

### FAMÍLIA BARLOW

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Itálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Semibold Itálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Bold Itálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

ExtraBold Itálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

## ALTERNATIVA - TÍTULOS

Verdana é a família tipográfica alternativa. Por ser uma fonte de sistema ela é indicada para uso em atividades do dia a dia, como e-mails, documentos em Word e PowerPoint.

### VERDANA - ALTERNATIVA

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789+-%/.!?!@&#

A família tipográfica Barlow faz parte do Google Fonts, e, portanto, pode ser utilizada gratuitamente. Acesse o link para fazer download.  
<https://fonts.google.com/specimen/Barlow>



A low-angle, perspective view of a modern cable-stayed bridge with multiple tall, white pylons and numerous stay cables. The bridge is set against a clear, bright sky. The entire image is overlaid with a semi-transparent yellow filter.

# VISIONÁRIA *parceira*

TIPOGRAFIA PARA TEXTOS  
OPEN SANS

## PRINCIPAL - TEXTOS

A família Open Sans é a família tipográfica para massas de texto, utilizada em todo o material de comunicação impressa e digital da Gerdau.

### OPEN SANS

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#

USO:  
Indicado para massas de texto. Não é indicado para texto em corpo reduzido.

*Light itálico*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#*

USO:  
Indicado para massas de texto. Não é indicado para texto em corpo reduzido.

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#

USO:  
Indicado para massas de texto e legendas.

*Regular itálico*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#*

USO:  
Indicado para massas de texto e legendas.

**Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#**

USO:  
Indicado para subtítulos, destaques e frases isoladas.

***Bold itálico***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#***

USO:  
Indicado para subtítulos, destaques e frases isoladas.

## ALTERNATIVA - TEXTOS

Calibri é a família tipográfica alternativa. Por ser uma fonte de sistema ela é indicada para uso em atividades do dia a dia, como e-mails, documentos em Word e PowerPoint.

### CALIBRI - ALTERNATIVA

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#

USO:  
Indicado para massas de texto. Não é indicado para texto em corpo reduzido.

**Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789+-%/=.!@&#**

USO:  
Indicado para subtítulos, destaques e frases isoladas.

A família tipográfica Open Sans faz parte do Google Fonts, e, portanto, pode ser utilizada gratuitamente. Acesse o link para fazer download.  
<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>





# FAMÍLIA CROMÁTICA

A Gerda possui uma família cromática extensa, com uma gama de cores que atendem às mais variadas necessidades.



## CORES PRIMÁRIAS

### AZUL GERDAU

PANTONE	295 C
CMYK	100 / 60 / 0 / 44
RGB	0 / 51 / 102
HEX	#003366

### AZUL-CLARO GERDAU

PANTONE	285 C
CMYK	85 / 45 / 0 / 0
RGB	5 / 120 / 190
HEX	#0578BE

### AMARELO GERDAU

PANTONE	23 C
CMYK	0 / 20 / 100 / 0
RGB	255 / 204 / 0
HEX	#FFCC00

#### Regras de uso

Gerdau possui três cores primárias, que devem sempre ser utilizadas para reforçar a presença da marca na sua comunicação e contato com o público. Cada tom pode ser utilizado em três variantes de escala. Para material impresso sempre utilize o indicativo em Pantone ou CMYK.

## CORES SECUNDÁRIAS

CINZA 1	CINZA 2	CINZA 3	CINZA 4	CINZA 5
PANTONE 7546 C	PANTONE 7545 C	PANTONE 5415 C	PANTONE 5425 C	PANTONE 5435 C
CMYK 50 / 10 / 0 / 90	CMYK 30 / 0 / 0 / 75	CMYK 20 / 0 / 0 / 50	CMYK 10 / 0 / 0 / 25	CMYK 5 / 0 / 0 / 5
RGB 25 / 45 / 56	RGB 73 / 89 / 97	RGB 131 / 146 / 155	RGB 191 / 201 / 208	RGB 236 / 242 / 246
HEX #192D38	HEX #495961	HEX #83929B	HEX #BFC9D0	HEX #ECF2F6

### Regras de uso

As cores secundárias devem ser usadas como complemento para as cores primárias. Evite o uso desta paleta como cor principal para qualquer material de comunicação.

## CORES DE APOIO

<h3 style="margin: 0;">AMARELO-OURO</h3> <p>PANTONE 7409 C          CMYK 0 / 30 / 100 / 10          RGB 229 / 168 / 18          HEX #E5A812</p>	<h3 style="margin: 0;">VERDE</h3> <p>PANTONE 367 C          CMYK 40 / 0 / 80 / 20          RGB 153 / 204 / 102          HEX #99CC66</p>	<h3 style="margin: 0;">AZUL-CELESTE</h3> <p>PANTONE 7688 C          CMYK 60 / 5 / 0 / 20          RGB 51 / 153 / 204          HEX #3399CC</p>	<h3 style="margin: 0;">VERMELHO</h3> <p>PANTONE 7619 C          CMYK 0 / 80 / 80 / 20          RGB 199 / 74 / 52          HEX #C74A34</p>	<h3 style="margin: 0;">ROXO</h3> <p>PANTONE 7662 C          CMYK 40 / 80 / 0 / 20          RGB 135 / 68 / 135          HEX #874487</p>
---	---	---	---	--

### Regras de uso

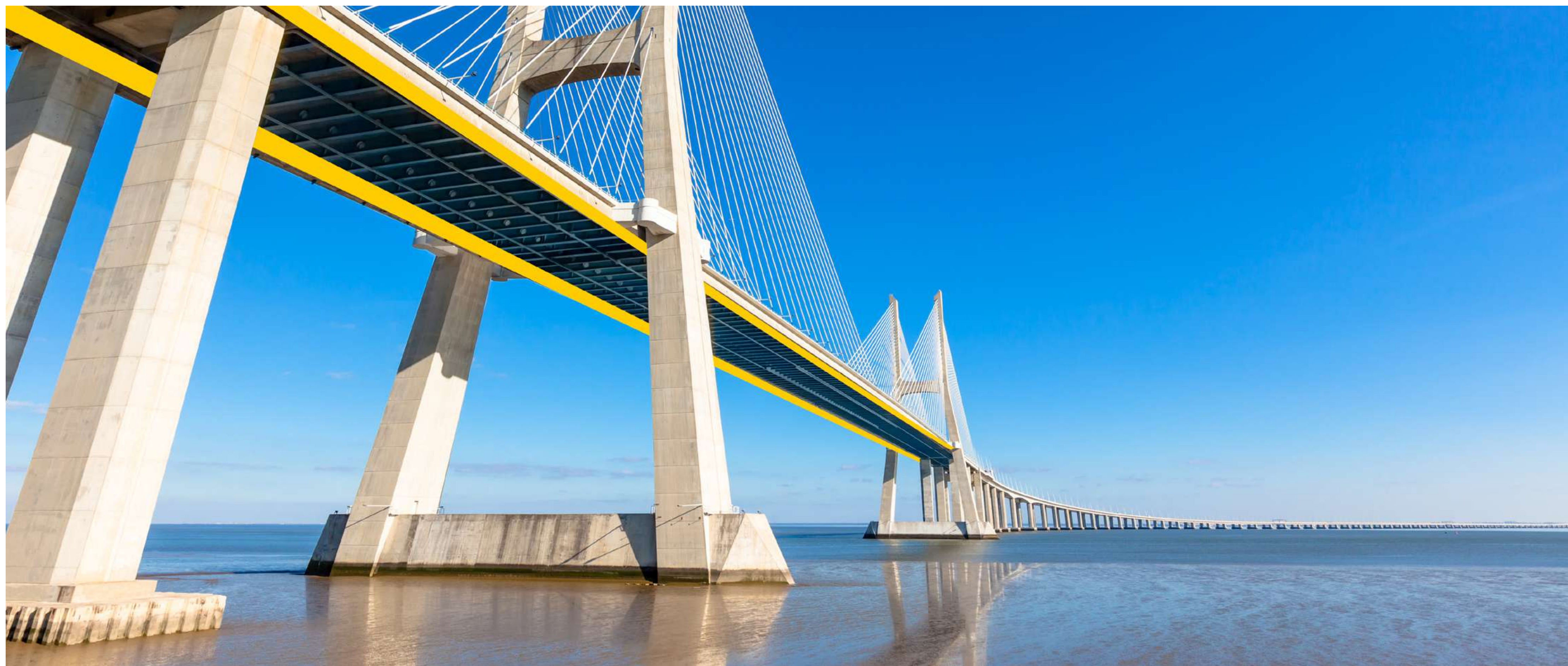
Estas cores devem ser usadas como **apoio à comunicação visual e sempre devem estar acompanhadas de uma ou mais cores da Paleta Primária.**

As cores desta paleta não podem ser usadas como cor principal, e ao optar por seu uso, você pode relacionar as cores com o assunto que será tratado.  
**Exemplos:** amarelo-ouro para eventos, verde para meio ambiente, azul-celeste para indústria naval, vermelho para alertas e roxo para comunicação interna.



# ELEMENTOS GRÁFICOS

A identidade visual de Gerdau vai além do logo. O seu grafismo reforça seu valores e integra toda a comunicação de maneira proprietária.





## NOSSO GRAFISMO

A Gerdau acredita que o futuro será repleto de mudanças, e quer, em parceria com cada um, construir novas soluções para as demandas e tendências que estão por vir.

Hoje, a Gerdau perde seu caráter rígido, e por meio de uma linha flexível molda o aço presente no dia a dia. Com forte presença, o novo elemento gráfico desenha sobre a superfície a trajetória do aço. Com dinamismo e leveza, reforça que as soluções Gerdau estão cada vez mais próximas de cada um.

## AMARELO GERDAU

Para integrar o novo elemento gráfico com a comunicação e marca Gerdau, a cor escolhida para sempre preencher a forma deve ser o amarelo primário da Gerdau. Para mais detalhes e informações consulte a página 45.



## CONSTRUÇÃO

### Sobre fundo fotográfico

Quando utilizado sobre fundo fotográfico, o grafismo da Gerdau deve destacar na imagem um produto ou serviço que foi construído a partir do aço. O objetivo aqui é evidenciar a presença do aço no dia a dia, assim como reforçar a sua flexibilidade em integrar com os mais diversos produtos.

### Linha

Sempre reforce essa trajetória de maneira dinâmica e simples sobre a imagem, incorpore a linha na composição, e crie variações na espessura do traço para evidenciar movimentos ou simular a perspectiva.

### Exemplos de aplicação

As possibilidades de uso do grafismo são infinitas e devem ser exploradas. Lembre-se de utilizar as formas presentes na própria imagem para criar o movimento e dinamismo que os contornos oferecem.



### EVITE

O grafismo jamais deve criar confusões e dificultar o entendimento da imagem apresentada, assim como causar problemas na comunicação da peça.



## CONSTRUÇÃO

### Sobre fundo fotográfico

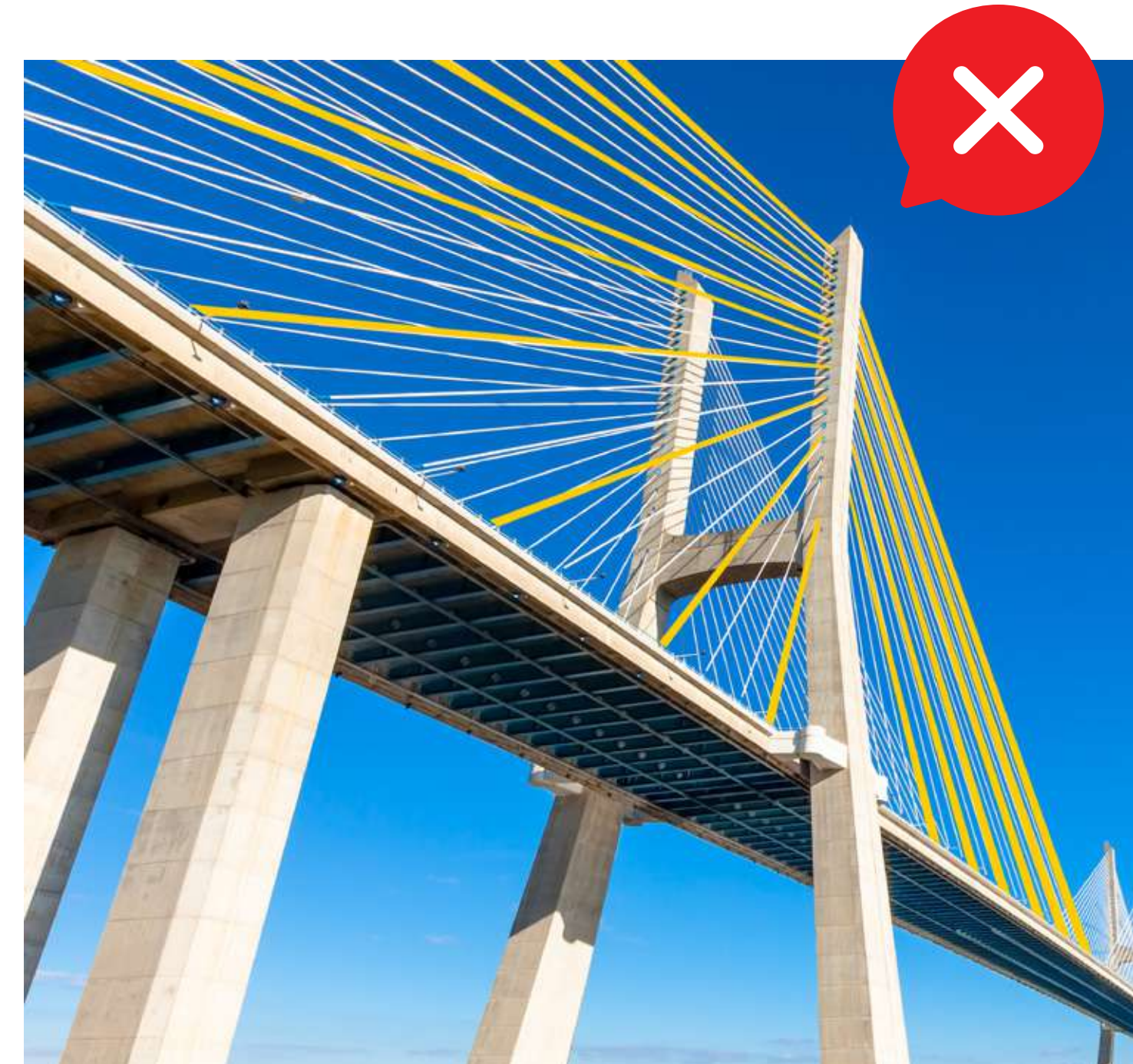
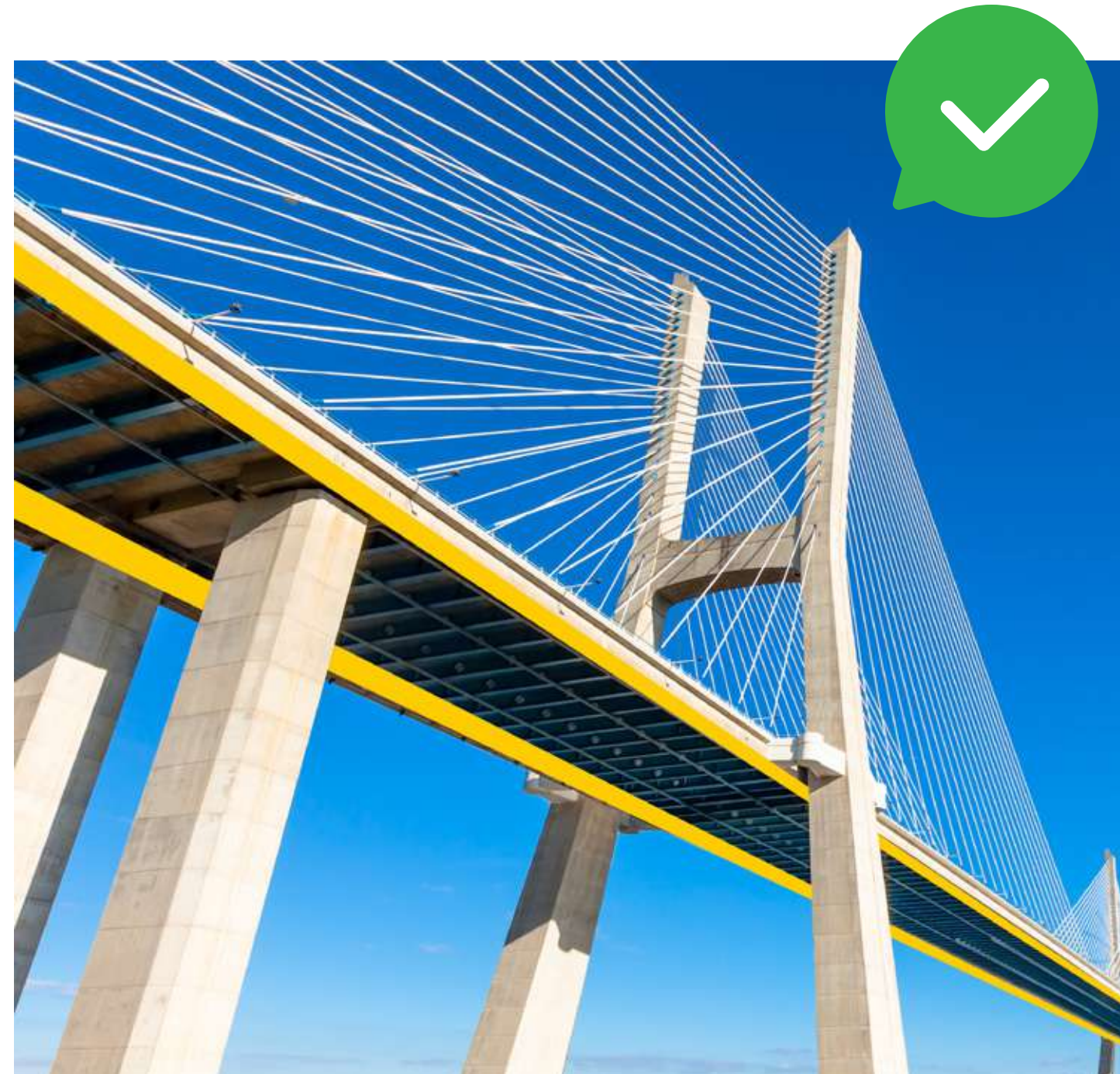
Quando utilizado sobre fundo fotográfico, o grafismo da Gerdau deve destacar na imagem um produto ou serviço que foi construído a partir do aço. O objetivo aqui é evidenciar a presença do aço no dia a dia, assim como reforçar a sua flexibilidade em integrar com os mais diversos produtos.

### Linha

Sempre reforce essa trajetória de maneira dinâmica e simples sobre a imagem, incorpore a linha na composição, e crie variações na espessura do traço para evidenciar movimentos ou simular a perspectiva.

### Diretriz Fotográfica

Utilize fotografias onde seja possível aplicar o elemento gráfico, de forma que o contraste permita a boa visualização da linha e o enquadramento crie composições harmônicas e atrativas. Para um contexto geral da escolha de imagens, consulte o capítulo Estilo Fotográfico, página 63.

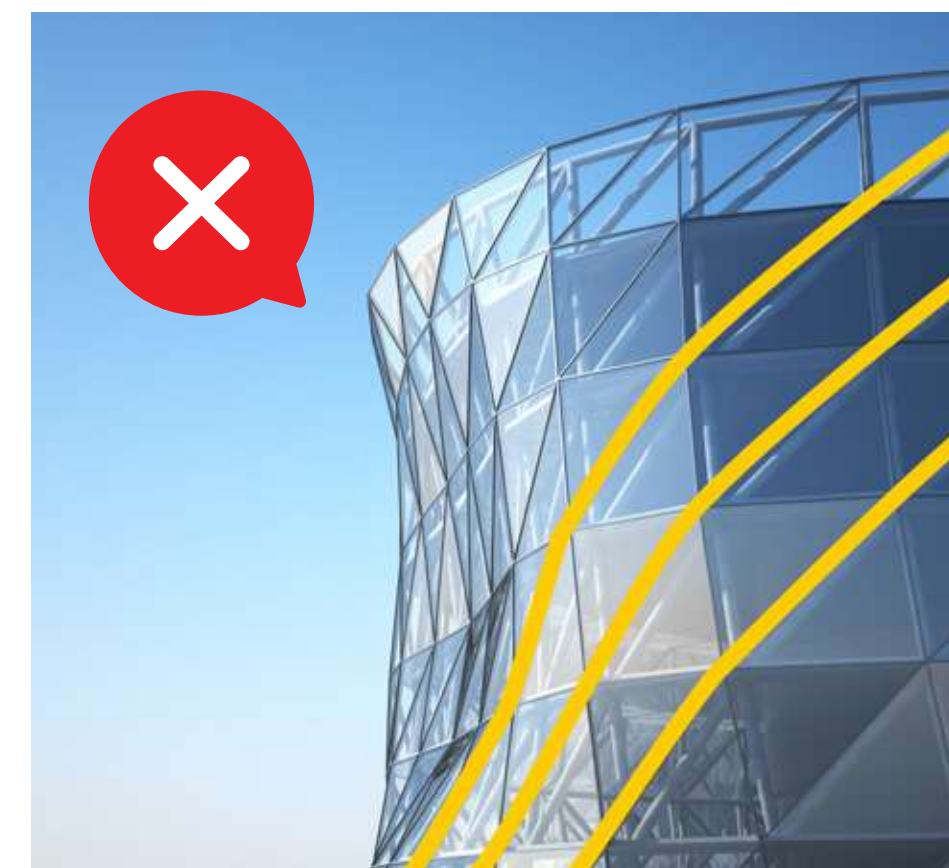


### EVITE

Não utilize o elemento gráfico de forma excessiva. Sempre procure a melhor região para aplicar as linhas, trabalhe o movimento e a espessura do traço para melhor integrá-lo à imagem. Não crie formas fechadas utilizando a linha.



Reforce elementos da imagem por meio da aplicação do grafismo de forma simples e objetiva.



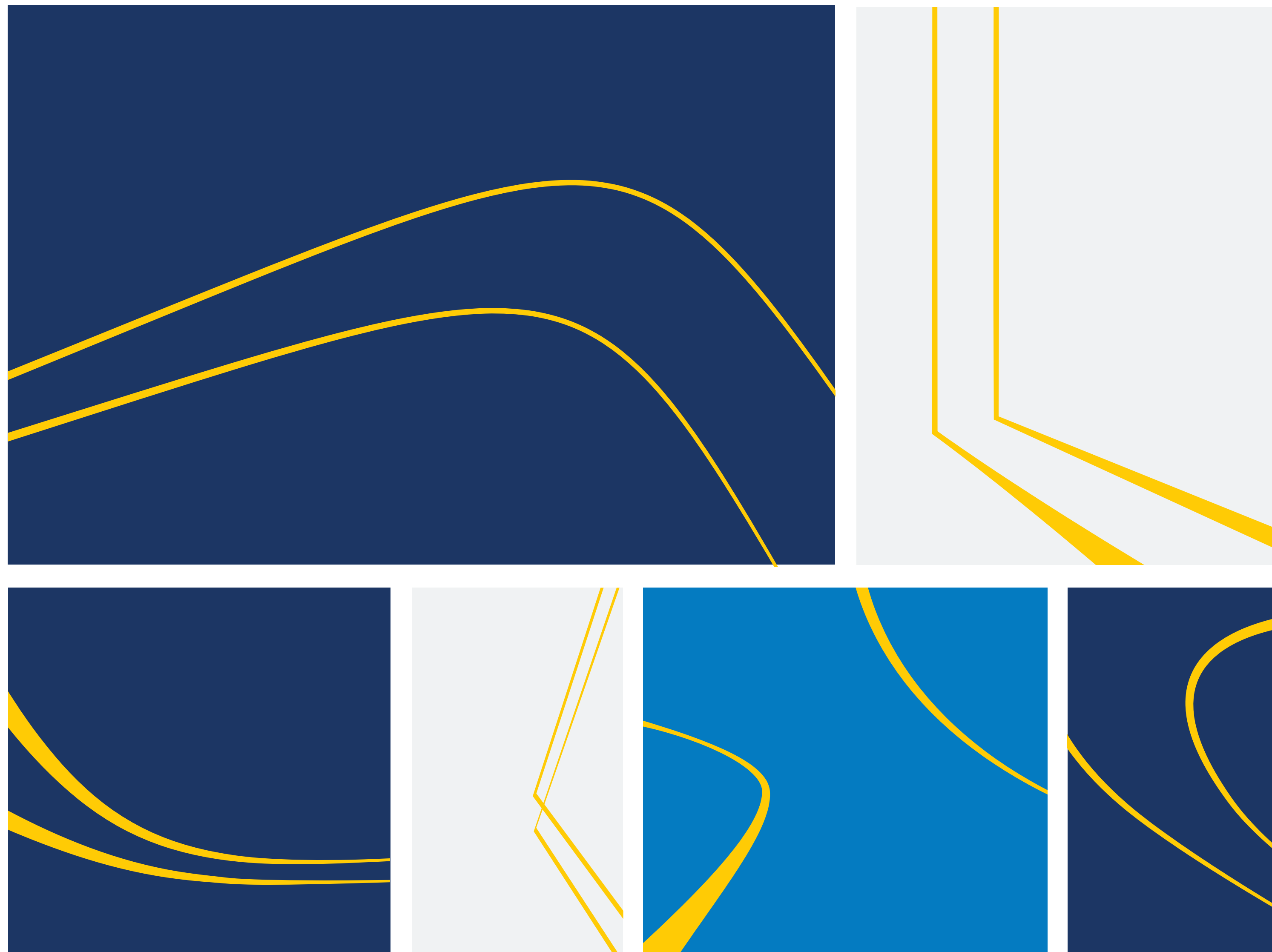
## CONSTRUÇÃO

### Material institucional

A versão simplificada do elemento gráfico da Gerdau permite aplicações que não exijam fotografias ao fundo. Elaborada para integrar os diversos materiais institucionais, essa versão do grafismo mantém o mesmo propósito, e deve ser desenhada para transmitir dinamismo de forma leve e simples.

### Linha

Sempre reforce essa trajetória de maneira dinâmica e simples sobre a composição, e crie variações na espessura do traço para evidenciar movimentos ou simular a perspectiva.



## CONSTRUÇÃO

### Material institucional

A versão simplificada do elemento gráfico da Gerdau permite aplicações que não exijam fotografias ao fundo. Elaborada para integrar os diversos materiais institucionais, essa versão do grafismo mantém o mesmo propósito, e deve ser desenhada para transmitir dinamismo de forma leve e simples.

### Linha

Crie trajetórias de maneira dinâmica e simples sobre a composição, com variações na espessura do traço para evidenciar movimentos ou simular a perspectiva.



Reforce elementos da imagem por meio da aplicação do grafismo de forma simples e objetiva.

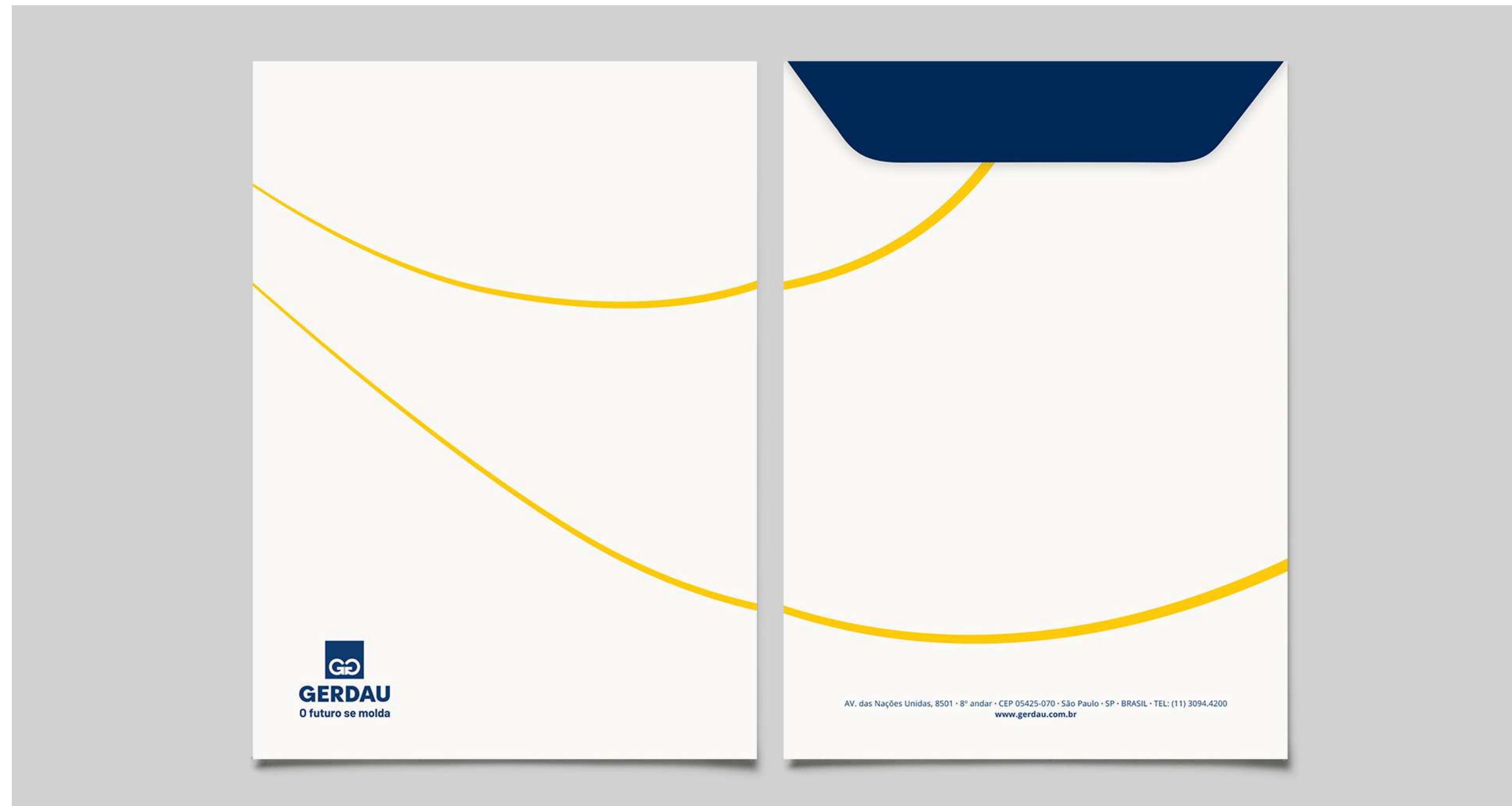


### EVITE

Não utilize o elemento gráfico de forma excessiva. Sempre procure a melhor região para aplicar as linhas, trabalhe o movimento e a espessura do traço.

## PAPELARIA

Envelope saco



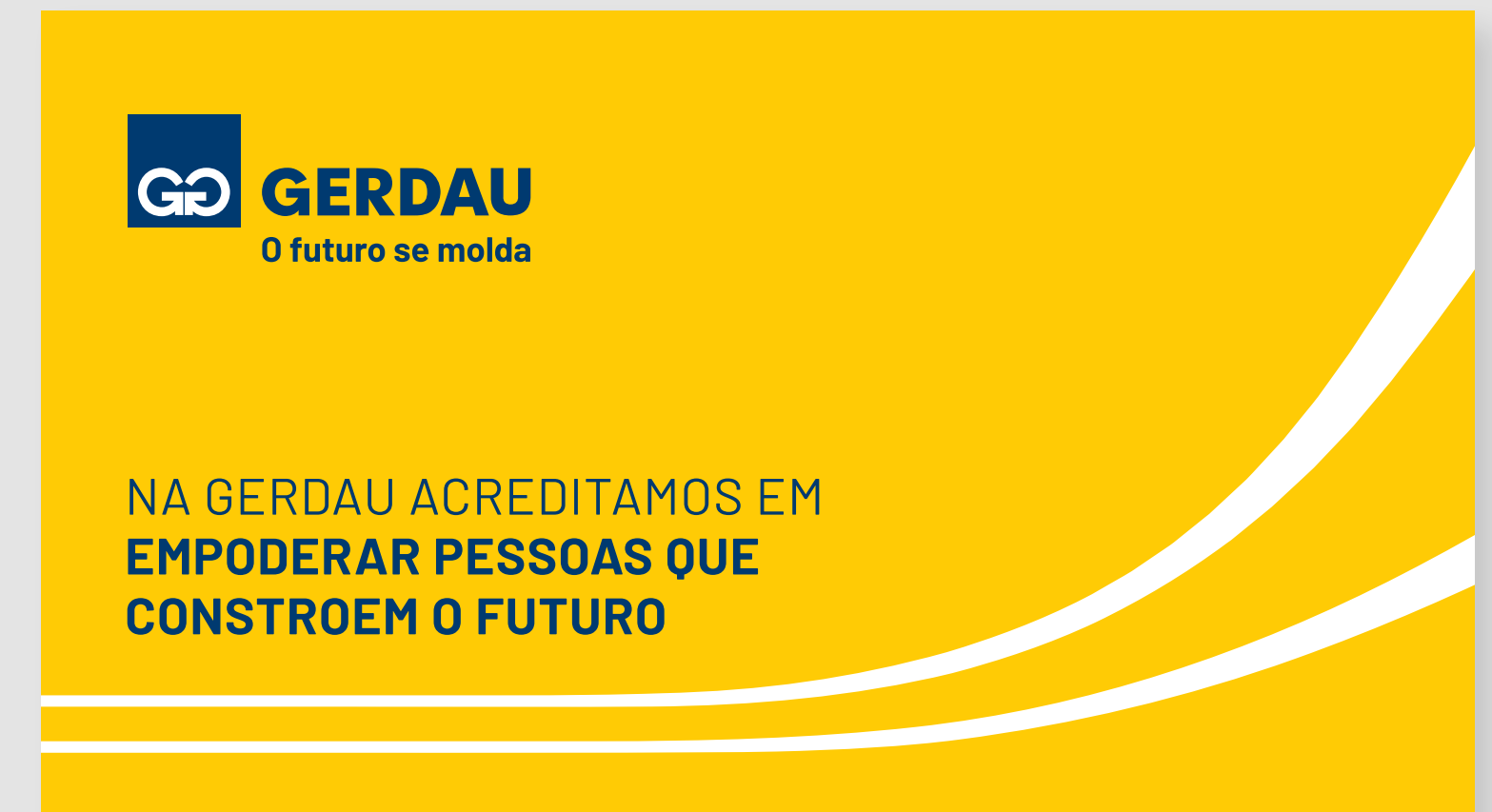
## PAPELARIA

Pasta e papel ofício



## PAPELARIA

Cartão de visitas





## MATERIAL DIGITAL

Template de PowerPoint



# MATERIAL DIGITAL


Template de PowerPoint



## ASSUNTO



**SUBTITULO**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed auctor, ex sed ultricies dapibus, metus nulla vestibulum elit, a vulputate urna felis eu neque. Proin urna ante, pulvinar eget massa a, auctor auctor velit. Nunc at semper tellus.

**SUBTITULO**  
 Nullam laoreet faucibus ipsum, et vestibulum ligula cursus nec. Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur elit. Phasellus malesuada, libero vel volutpat consequat.



## ASSUNTO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed auctor, ex sed ultricies.





**SUBTITULO**  
 Nullam laoreet faucibus ipsum, et vestibulum ligula cursus nec. Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur elit. Phasellus malesuada, libero vel volutpat consequat.

**SUBTITULO**  
 Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur elit. Phasellus malesuada, libero vel volutpat consequat.





## ASSUNTO




# 01

**SUBTITULO**  
 Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur.



# 02

**SUBTITULO**  
 Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur.



# 03

**SUBTITULO**  
 Vivamus vel laoreet faucibus. Suspendisse a consectetur.




# 01

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed auctor, ex sed ultricies dapibus, metus auctor auctor velit. Nunc at semper tellus.

# 02

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed auctor, ex sed ultricies dapibus, metus auctor auctor velit. Nunc at semper tellus.

# 03

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed auctor, ex sed ultricies dapibus, metus auctor auctor velit. Nunc at semper tellus.

## MATERIAL DIGITAL

### Assinatura de e-mail

Texto do e-mail

**Nome Sobrenome**

Cargo - Macroprocesso ou processo

Unidade - Descritor

Endereço, 0000 - CEP 00000 000

Cidade - UF - País

+55 00 0000 0000

www.gerdau.com.br



— Calibri Bold corpo 12 - azul Gerdau

— Calibri Regular corpo 11 textos 100% preto

2 entrelinhas

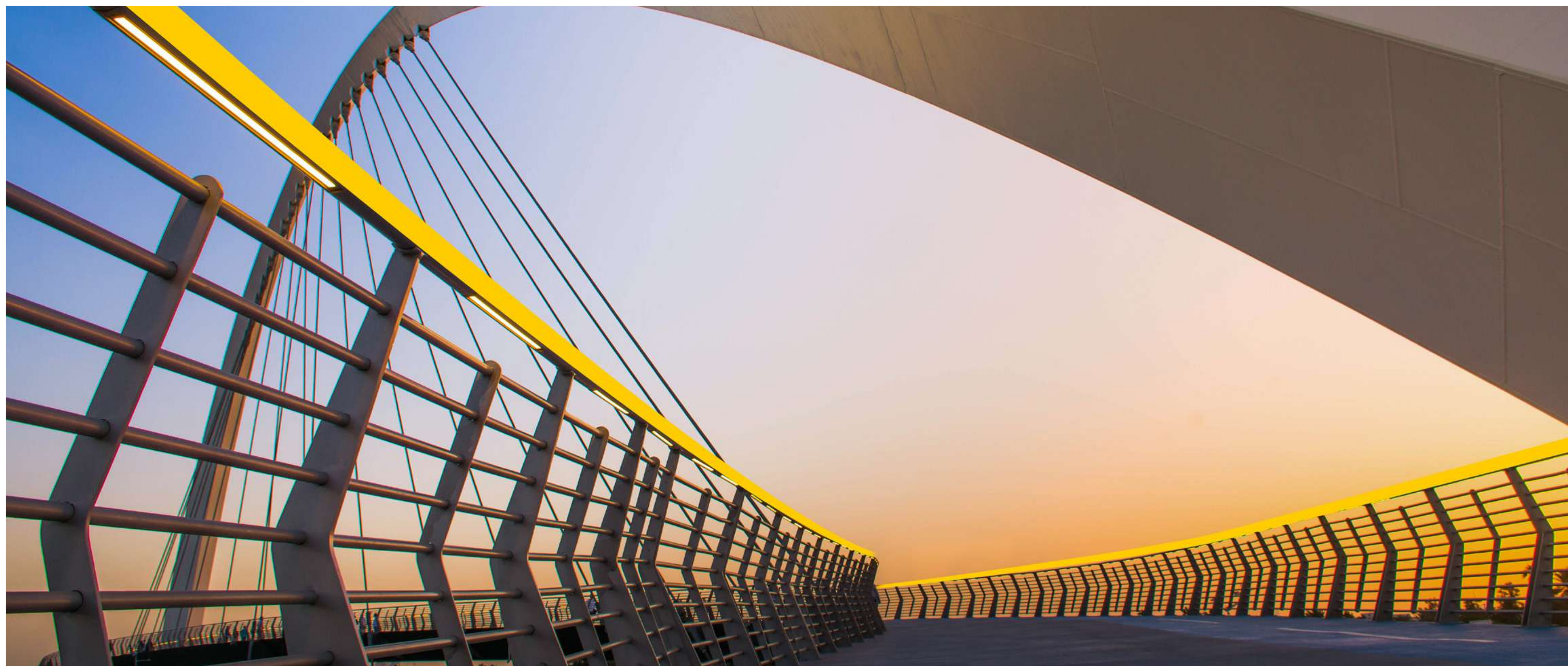
— Calibri Regular corpo 11

2 entrelinhas



# ESTILO DE ÍCONES

Os ícones são um importante elemento de apoio para a comunicação. Além de versáteis, podem sintetizar uma ideia de forma rápida e clara.



## ÍCONES

Os ícones são um importante elemento de apoio para a comunicação. Além de versáteis, podem sintetizar uma ideia de forma rápida e clara. O estilo deve refletir a leveza e clareza simbólicas dos novos elementos gráficos da Gerdau, com linhas simplificadas, características curvilíneas e extremidades arredondadas.

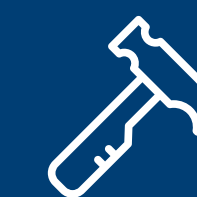
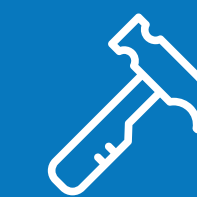
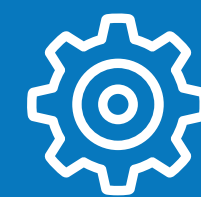
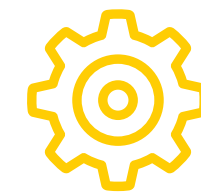
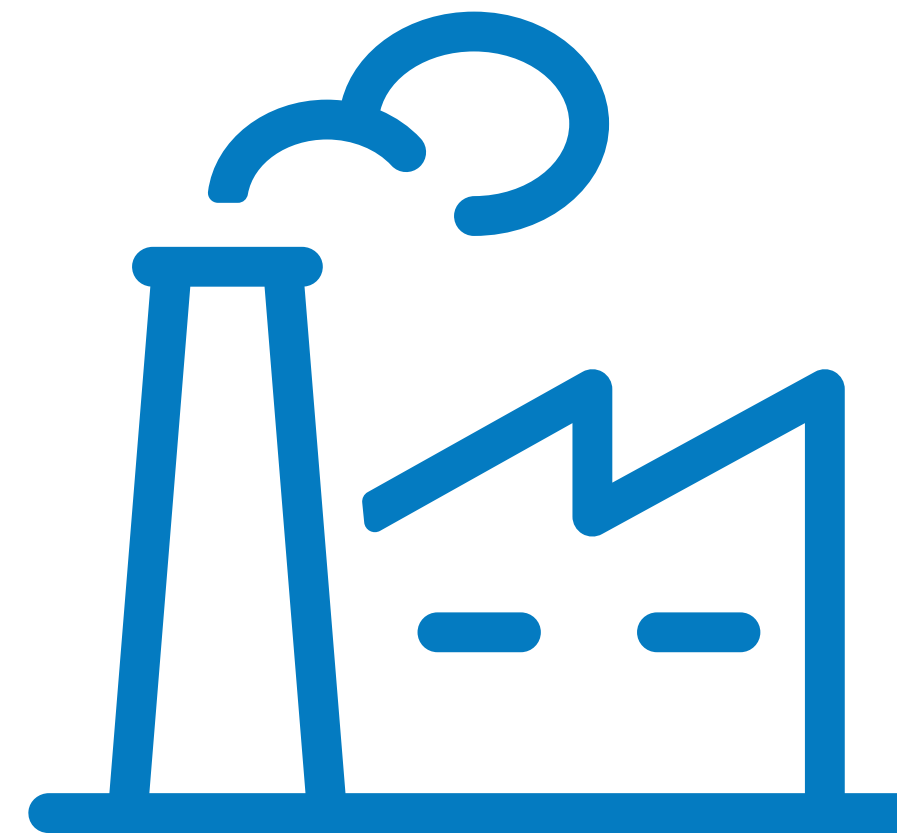


Detalhes arredondados tornam os elementos mais agradáveis e suavizam a sua forma. Explorar leveza, menos rigidez de retas em perpendicular, e trabalhar curvas e ângulos que trazem naturalidade e movimento.



### EVITE

- Desenhos padronizados e de pouca personalidade.
- Formas com preenchimento ou muita massa de cor.
- Excesso de informações num mesmo ícone.
- Desenhos muito estilizados, que podem dificultar o entendimento convencional.
- Excesso de leveza e detalhes rebuscados, pois em uso reduzido poderão causar ruído.



## ÍCONES

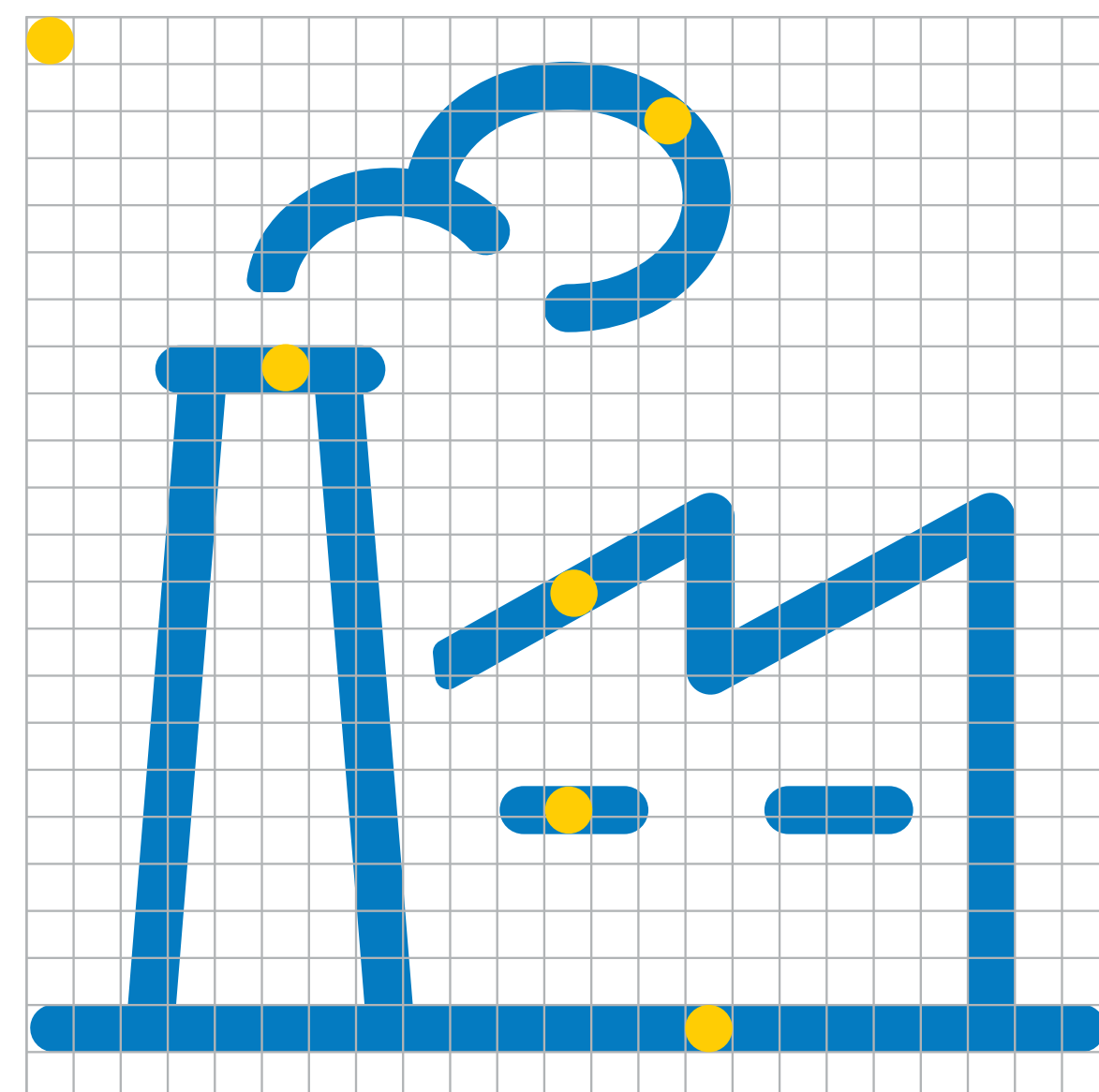
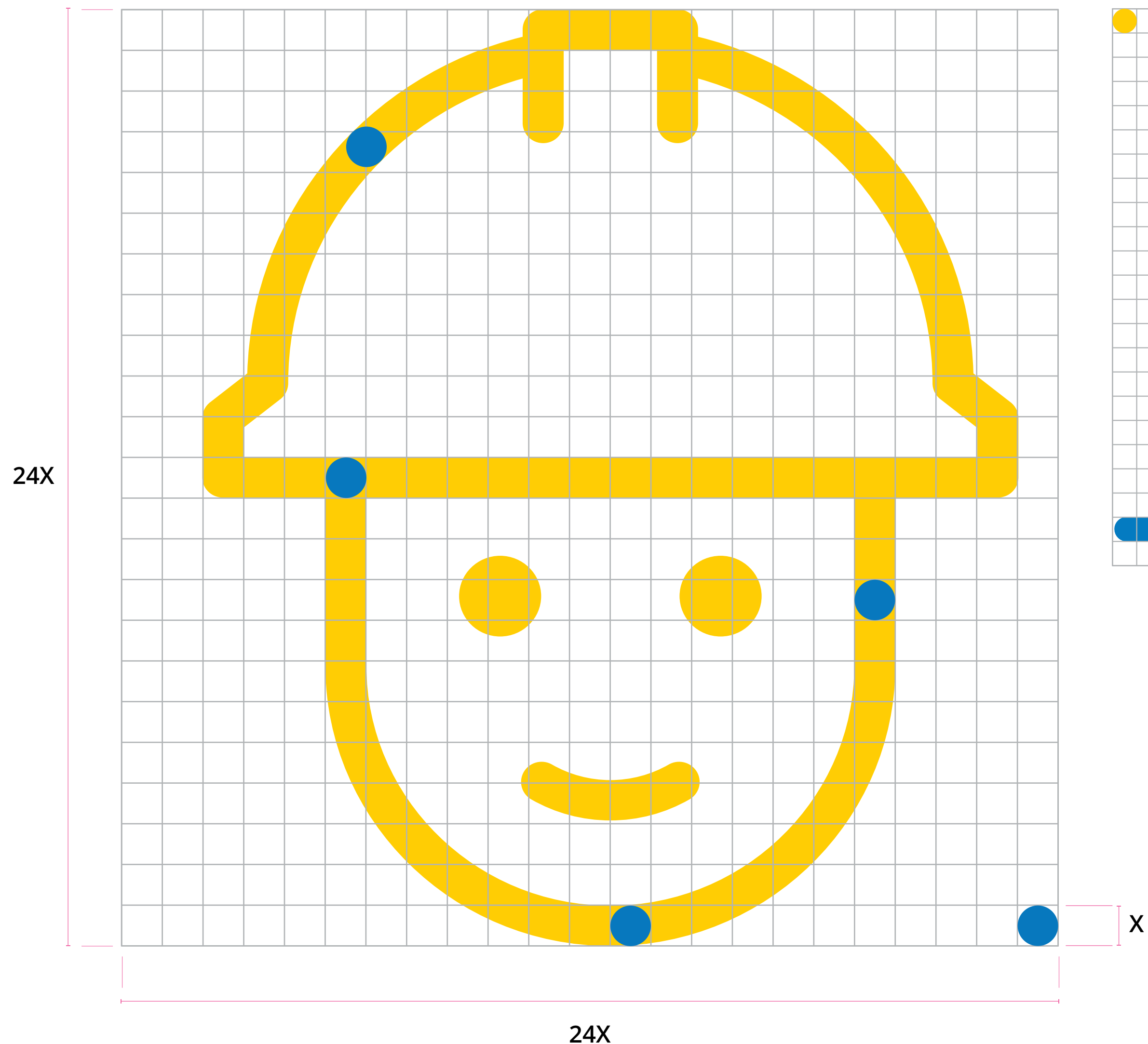
Os ícones são um importante elemento de apoio para a comunicação. Além de versáteis, podem sintetizar uma ideia de forma rápida e clara. O estilo deve refletir a leveza e clareza simbólicas dos novos elementos gráficos da Gerda, com linhas simplificadas, características curvilíneas e extremidades arredondadas.

## CONSTRUÇÃO

A partir de uma malha quadrada, cujo tamanho corresponde a maior dimensão do ícone (horizontal ou vertical), utilize a referência de construção indicada ao lado para encontrar a proporção correta entre figura e espessura de linha.



Trabalhe com elementos simples e traço de espessura única para garantir unidade entre os ícones utilizados.





# ESTILO FOTOGRÁFICO

O estilo fotográfico da Gerdau traduz a nossa expertise de forma simples e clara, e, assim, alcança as pessoas para empoderá-las sobre sua capacidade de construir o futuro. Buscamos inspirar e evidenciar a versatilidade do aço em diferentes lugares e momentos.



## ESTILO FOTOGRÁFICO

### Diretriz conceitual

O estilo fotográfico da Gerdau traduz a nossa expertise de forma simples e clara, e, assim, alcança as pessoas para empoderá-las sobre sua capacidade de construir o futuro. Buscamos inspirar e evidenciar a versatilidade do aço em diferentes lugares e momentos.

### Enquadramento

Explore pontos de vista diferentes. O uso de planos abertos sugere a abrangência do aço, e sua presença em diversos contextos. Planos fechados mostram a presença do aço em pequenos objetos e ações do dia a dia, além de reforçar o constante olhar aos detalhes e transmitir nosso compromisso com qualidade.

### Harmonia das cores

Utilize imagens com cores e saturações harmônicas. O uso de uma boa iluminação e cores quentes é ideal para ressaltar que a Gerdau não encara o aço como um material frio e rígido.

Quando combinada com outros elementos de marca como grafismos, devemos prezar pela clareza e bom contraste entre cores e formas. Explore combinações que fazem parte da paleta da marca e criam clara identificação dentro do universo visual da Gerdau.





## PESSOAS

### Profissionais

A Gerdau acredita que o futuro se constrói por meio do trabalho em parceria e colaboração entre seus funcionários e clientes. Com um olhar para todos os engajados nessa construção.

### Clientes

Acreditamos que o aço é versátil e que se adapta às mais diversas situações. Assim, retratamos nossos clientes nesses contextos, com um olhar próximo ao seu cotidiano, e demonstramos que a Gerdau está presente no seu dia a dia.

### Diversidade

É essencial mostrar a pluralidade de pessoas nas fotografias, pois a diversidade faz parte do dia a dia do público da Gerdau.

### Espontâneo

Retratamos ações do cotidiano, buscando espontaneidade e interação entre as pessoas.



### EVITE

- Pessoas em conflito;
- Atitudes agressivas;
- Linguagem corporal fechada;
- Mostrar o aço como algo frio;
- Contextos distantes do público.

## PESSOAS

### Profissionais

A Gerdau acredita que o futuro se constrói por meio do trabalho em parceria e colaboração entre seus funcionários e clientes. Com um olhar para todos os engajados nessa construção.

### Clientes

Acreditamos que o aço é versátil e que se adapta às mais diversas situações. Assim, retratamos nossos clientes nesses contextos, com um olhar próximo ao seu cotidiano, e demonstramos que a Gerdau está presente no seu dia a dia.

### Diversidade

É essencial mostrar a pluralidade de pessoas nas fotografias, pois a diversidade faz parte do dia a dia do público da Gerdau.

### Espontâneo

Retratamos ações do cotidiano, buscando espontaneidade e interação entre as pessoas.

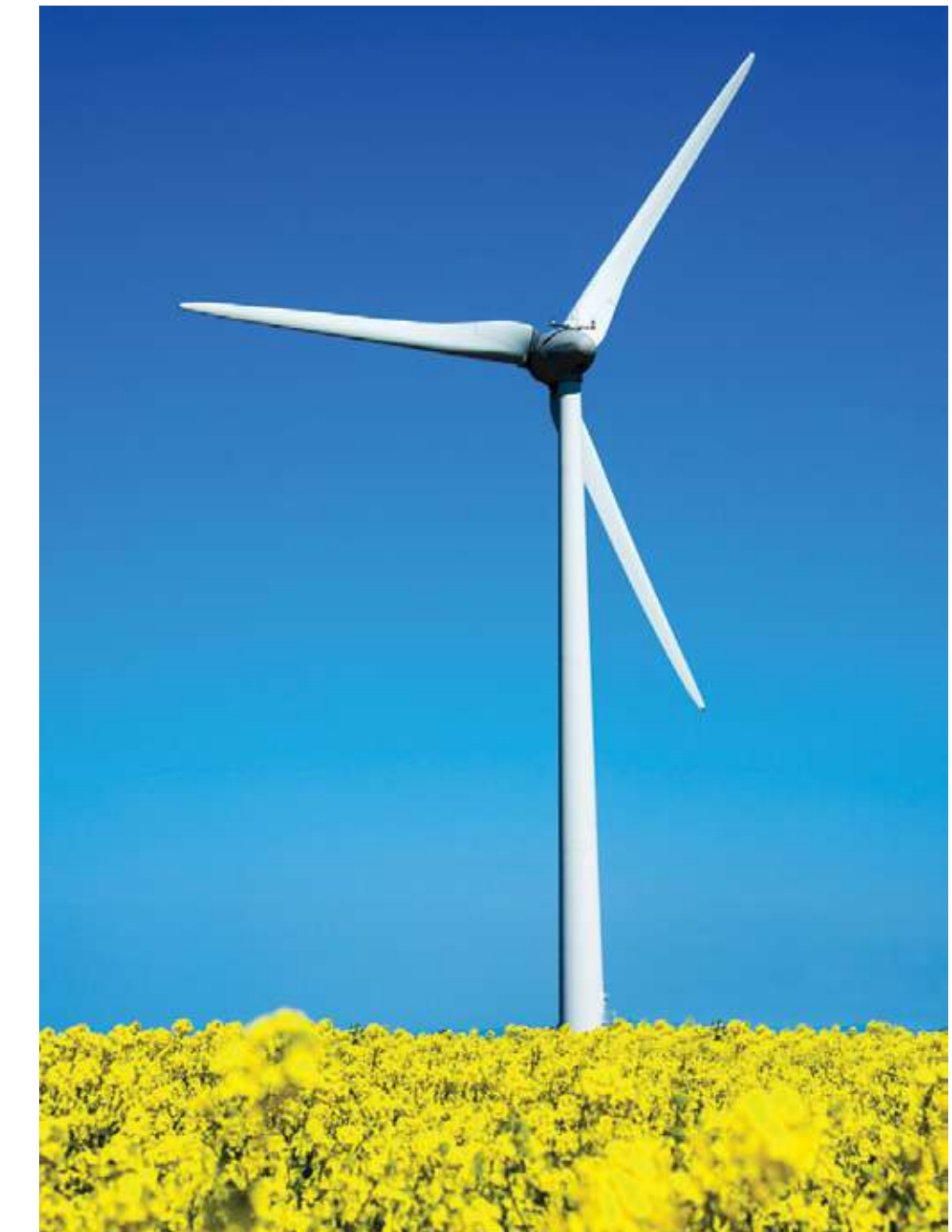
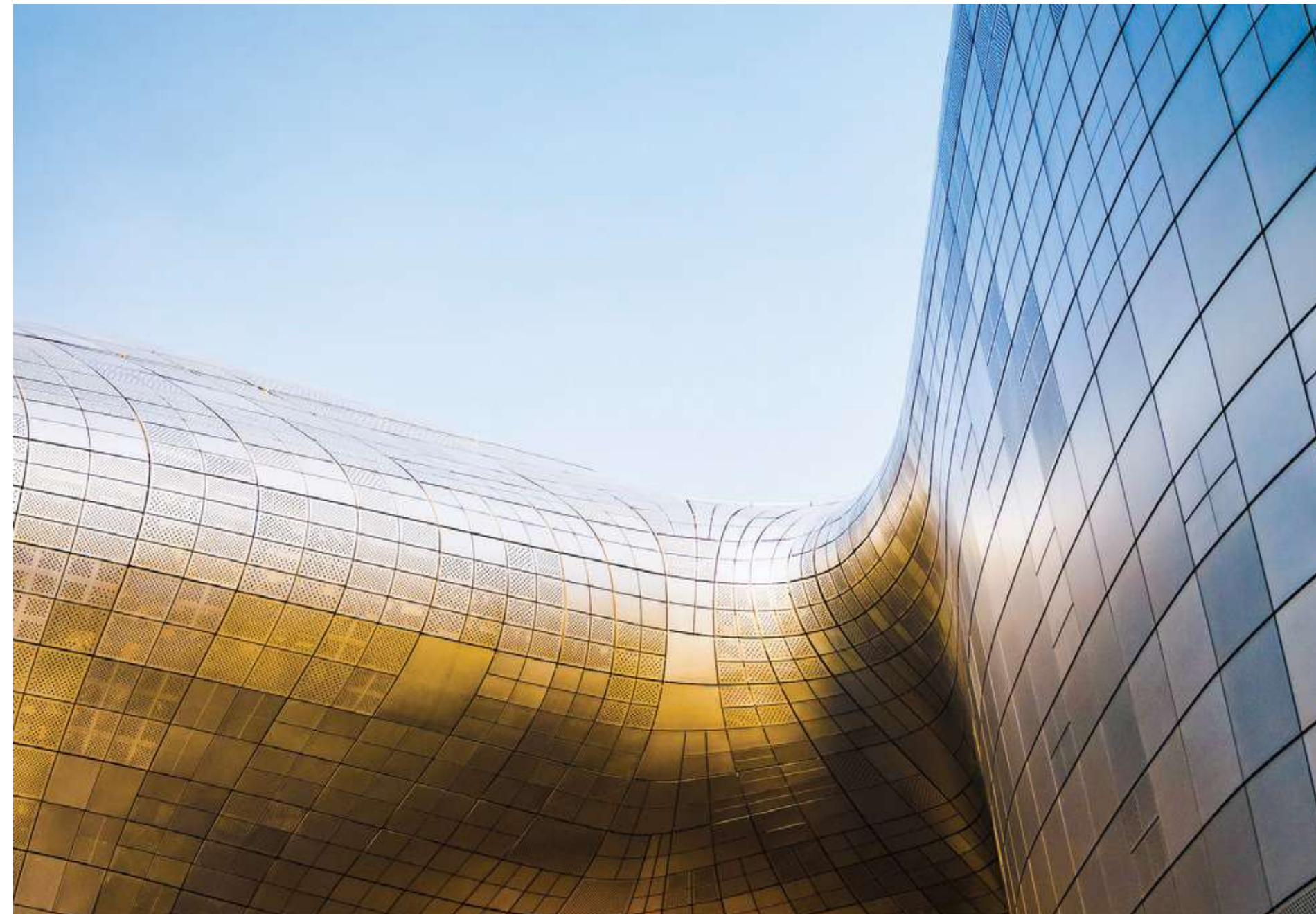


## PRODUTOS

A Gerdau não vende apenas aço. Seu papel é trazer soluções que utilizam o material. Com um discurso inspirador e espírito visionário seus produtos acompanham as mudanças do mundo e devem sempre ser retratados buscando este olhar.

O aço não é duro e inflexível, e, sim, um material capaz de assumir diferentes funções, moldando-se conforme as necessidades das pessoas.

Por isso, é essencial mostrar toda a diversidade que o aço oferece, retratando-o em vários formatos, utilidades e tecnologias.



### EVITE

Utilizar produtos que estejam relacionados ao catálogo da Gerdau. Fotografias muito fechadas e abstratas, pois estas não conectam o consumidor com o produto.

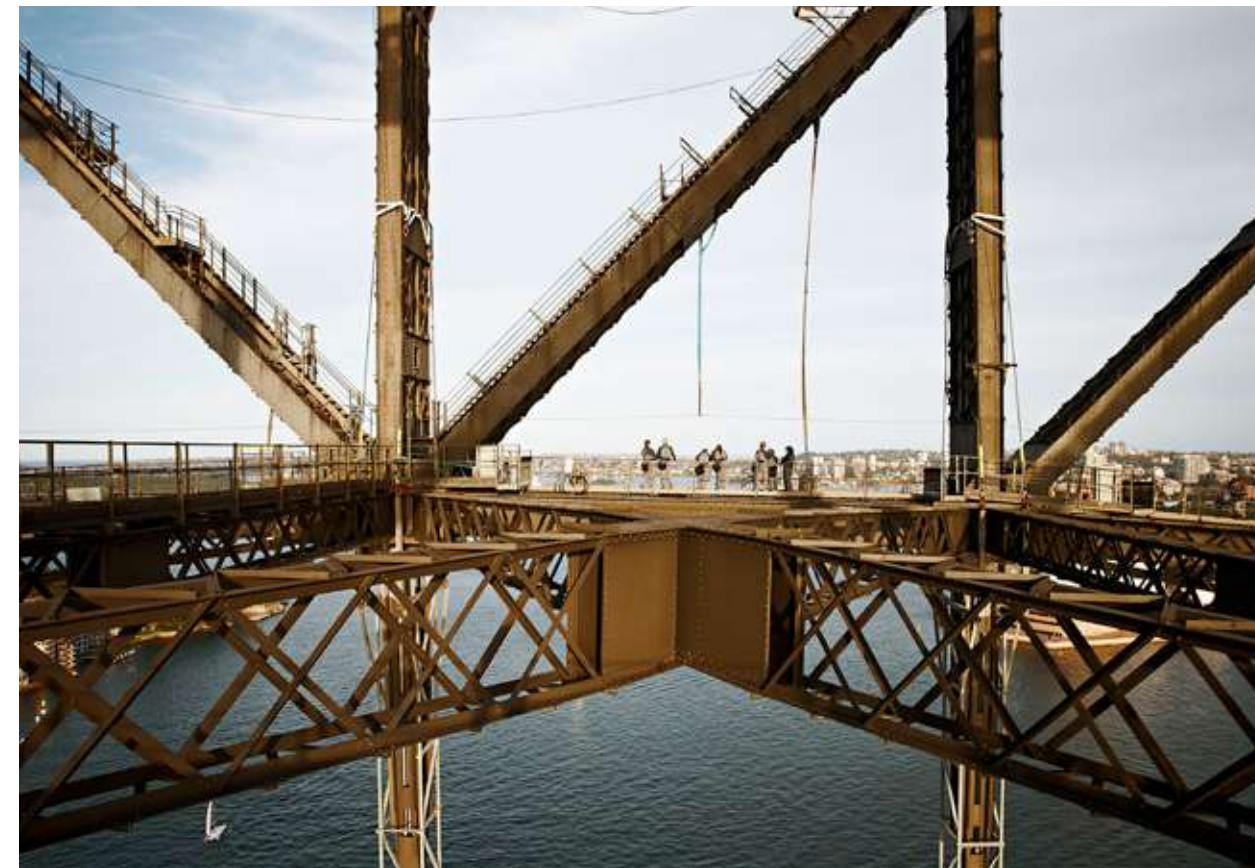


## PRODUTOS

A Gerdau não vende apenas aço. Seu papel é trazer soluções que utilizam o material. Com um discurso inspirador e espírito visionário seus produtos acompanham as mudanças do mundo e devem sempre ser retratados buscando este olhar.

O aço não é duro e inflexível, e, sim, um material capaz de assumir diferentes funções, moldando-se conforme as necessidades das pessoas.

Por isso, é essencial mostrar toda a diversidade que o aço oferece, retratando-o em vários formatos, utilidades e tecnologias.





# GERDAU

**O futuro se molda**

Para dúvidas e sugestões, entre em contato com a área de Comunicação e Marca.

As imagens utilizadas neste material são de propriedade da Shutterstock®. Para uso em materiais de comunicação e campanhas, consulte a empresa para adquirir os direitos de reprodução.