

Manual de uso da marca MPMG

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Superintendência de Comunicação Integrada

Junho de 2016



Sumário

1. Apresentação	03
2. A marca	04
3. Esquema cromático: cores institucionais	05
4. Aplicações básicas	06
5. Aplicações em fundos coloridos	07
6. Aplicações em fundos fotográficos	08
7. Área de arejamento	09
8. Estudo de redução	10
9. Usos não permitidos	11
10. Aplicação conjunta	12
10.1. Parceria	12
10.2. Aplicações em peças produzidas por outras instituições	13
10.3. Órgãos da própria Instituição	14
11. Endosso	15
12. Área de arejamento e proporção tipográfica em marcas endossadas	16

1. Apresentação

O Manual Básico de Identidade Visual do Ministério Público do Estado de Minas Gerais é uma ferramenta de orientação para a aplicação correta dos elementos gráficos institucionais (marca, símbolo e cores). Suas orientações devem ser seguidas **rigorosamente** a fim de se preservar a identidade visual da Instituição.

Os arquivos estão nas versões vetoriais (.ai e .eps) e bitmap (.jpg, .png e .psd). Eles serão fornecidos pela Diretoria de Publicidade Institucional (DPBI) da Superintendência de Comunicação Integrada (SCI). Em caso de dúvida, consulte a DPBI.

2. A marca

A marca MPMG deve ser preservada e utilizada em conformidade com o padrão e normas deste manual. A versão ao lado é a aplicação preferencial. As demais versões, apresentadas mais adiante, só devem ser utilizadas nos casos em que o uso da aplicação preferencial seja impossível.



3. Esquema cromático: cores institucionais

Para a marca MPMG, foi escolhido um esquema cromático que pode variar de acordo com sua aplicação em diferentes suportes.

Cores PANTONE®



PANTONE 485 C



PANTONE Black C

Cores CMYK



C - 0 . M - 100 . Y - 100 . K - 0



C - 0 . M - 0 . Y - 0 . K - 100

Cores RGB



R - 235 . G - 0 . B - 0



R - 0 . G - 0 . B - 0

Cores hexadecimais



#ED0000



#000000

4. Aplicações básicas

As diferentes aplicações possibilitam a adaptação da marca em outros fundos e/ou suportes.



Aplicação em cores
(positivo)

Utilizada em fundos brancos ou tons de cinza de até 30%.



Aplicação em cores
(negativo)

Utilizada em fundos pretos ou tons de cinza de no mínimo 70%.



Aplicação em tons de cinza positivo

Utilizada em fundos brancos ou tons de cinza de até 15%.



Aplicação em tons de cinza
(negativo)

Utilizada em fundos pretos ou tons de cinza de no mínimo 85%.



Aplicação em uma cor
(positivo)

Utilizada em fundos brancos ou tons de cinza de até 30%.



Aplicação em uma cor
(negativo)

Utilizada em fundos pretos ou tons de cinza de no mínimo 70%.

5. Aplicações em fundos coloridos

São permitidas aplicações em fundos com cores não institucionais. Nesses casos, é necessário que a cor de fundo produza um contraste satisfatório com as cores institucionais da marca.

	Aplicação em cores (positivo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais clara.
	Aplicação em cores (negativo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais escura.
	Aplicação em cores (positivo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais clara.
	Aplicação em cores (negativo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais escura.
	Aplicação em uma cor (positivo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais clara.
	Aplicação em uma cor (negativo)	Utilizada em peças gráficas de cores não institucionais de tonalidade mais escura.

6. Aplicações em fundos fotográficos

A aplicação em fundo fotográfico deverá proporcionar maior visibilidade à marca. As tonalidades de fundo devem produzir contraste satisfatório com as cores institucionais.



Aplicação em cores
(positivo)



Aplicação em cores
(negativo)



Aplicação em tons de cinza
(positivo)



Aplicação em tons de cinza
(negativo)



Aplicação em uma cor
(positivo)



Aplicação em uma cor
(negativo)

7. Área de arejamento

Para maior visibilidade da marca, deverá ser respeitada a área de arejamento, que é uma margem de segurança onde não pode existir interferência de outro elemento. Essa área dista da marca em medida "X", correspondente à largura da letra "P", utilizada na sigla MPMG.



8. Estudo de redução

Para que sejam preservadas a visibilidade, a integridade da leitura e a compreensão da marca MPMG, ela **não** pode ser reduzida além das medidas permitidas.

Regra geral:



Em alguns casos, o limite de redução é mais restrito:

- Silkscreen (serigrafia em tecidos) e aplicação de relevo seco
- Aplicação de hotstamping e verniz UV
- Serigrafia (brindes, material promocional etc.) e flexografia



- Arquivos digitais (redução máxima em 72 dpi)



9. Usos não permitidos

A alteração arbitrária da marca não é permitida. Seguem alguns exemplos de erros que não podem ocorrer na utilização dela.

ERRADO



Deslocamento do símbolo

ERRADO



Alteração das cores institucionais

ERRADO



Supressão de elementos

ERRADO



Deslocamento do símbolo

ERRADO



Alteração tipográfica

ERRADO



Alteração dimensional de elementos

ERRADO



Alteração dimensional de elementos

ERRADO



Supressão de elementos

ERRADO



Distorção angular

10. Aplicação conjunta

A marca MPMG poderá ser aplicada juntamente com outras marcas, sejam de parceiros (instituições públicas e/ou privadas), de órgãos da própria Instituição ou de outras entidades.

10.1. Parceria

Nas peças de divulgação de eventos do MPMG ou em campanhas publicitárias da Instituição, em que estiverem contidas marcas de um ou mais parceiros e/ou colaboradores (instituições públicas ou privadas), a marca MPMG deverá ser a última assinada no conjunto, tanto na leitura da esquerda para a direita quanto na leitura de cima para baixo, respeitando sempre os limites da área de arejamento (item 7) e o estudo de redução (item 8).

A definição da precedência das marcas dos parceiros e/ou colaboradores deverá respeitar a ordem de importância ou alfabética. A importância será definida por escalas hierárquicas ou pelo nível de contribuição do parceiro para o evento ou campanha.

As medidas das marcas devem seguir um padrão ótico de proporções razoáveis, sem prejuízos para a identidade visual de cada parceiro.

Exemplo de aplicação conjunta com parceiros e/ou colaboradores (ordem alfabética)



10.2. Aplicações em peças produzidas por outras instituições

No caso de peças de divulgação promovidas por outras instituições (públicas ou privadas), a inserção da marca MPMG deverá respeitar a ordem estabelecida pela organização dessas instituições, desde que não haja prejuízo para a imagem institucional do MPMG. **Nessa hipótese, a arte deverá ser enviada à SCI (publicidade@mpmg.mp.br) para avaliação e aprovação.**

Na existência de marcas de instituições hierarquicamente superiores, como governos Estadual e Federal, sejam em peças produzidas no MPMG ou naquelas instituições, a aplicação conjunta deverá respeitar a ordem de precedência definida no manual de aplicação de marcas daquelas entidades, sem a necessidade de aprovação da SCI.

Exemplos de aplicações conjuntas em divulgações promovidas por outras instituições



Exemplos de aplicações conjuntas com marcas de instituições hierarquicamente superiores



10.3. Órgãos da própria Instituição

Na aplicação da marca MPMG junto a marca de um de seus órgãos, aquela deverá ser a última do conjunto. Caso o órgão não possua marca própria, ela deverá vir em forma de endosso (nome do órgão por extenso), conforme explicado no item 11.

No caso de assinatura conjunta com mais de um órgão do MPMG, os órgãos que possuírem marca própria deverão ter suas marcas substituídas pelo formato de endosso (item 11). Nesse caso, as marcas endossadas deverão estar dispostas em escala hierárquica (da esquerda para direita ou de cima para baixo, do menos ao mais importante). Na impossibilidade de se definir uma escala hierárquica, deverá ser estabelecida a ordem alfabética.

As medidas das marcas devem seguir um padrão ótico de proporções razoáveis, sem prejuízos para a identidade visual de cada órgão.

Exemplos de aplicações conjuntas com marcas de órgãos pertencentes ao MPMG



11. Endosso

Os órgãos do MPMG que não possuem marca própria deverão utilizar a marca endossada.

Exemplos de assinaturas com endosso - aplicações vertical e horizontal

Promotoria de Justiça
da Infância e Juventude
de Divinópolis



Promotoria de Justiça
da Infância e Juventude
de Divinópolis



Gabinete dos Procuradores



Gabinete dos Procuradores



Exemplo de assinatura conjunta com endosso - escala hierárquica

Promotoria de Justiça
da Infância e Juventude
de Divinópolis

Centro de Apoio Operacional
às Promotorias de Justiça
da Infância e Juventude
do Estado de Minas Gerais



Exemplo de assinatura conjunta com endosso - ordem alfabética

Fundo Especial do
Ministério Público

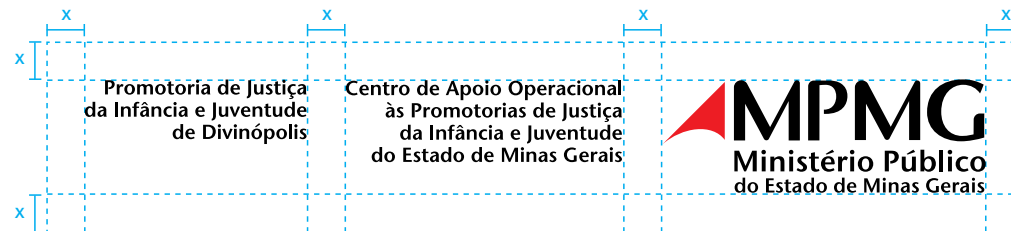
Promotoria de Justiça
da Infância e Juventude
de Divinópolis



12. Área de arejamento e proporção tipográfica em marcas endossadas

Assim como na versão sem endosso, para a marca MPMG endossada deverá ser respeitada a área de arejamento (ver item 7).

O nome por extenso do órgão do MPMG deverá ser escrito na medida "Y", correspondente à altura do texto "do Estado de Minas Gerais" existente na marca MPMG.



MANUAL DE USO DA MARCA MPMG

Ficha Técnica

SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DIRETORIA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Coordenação executiva

Giselle Correia Borges

Coordenação técnica

Alessandro Paiva

Gestores da marca

Alessandro Paiva

Esther Gonçalves

Leila Batalha

Fabrcio Passos

Rúbia Guimarães

Revisão

Ana Paula Rocha

Ísis Castro

Oliveira Marinho Ventura



Superintendência de Comunicação Integrada

Rua Dias Adorno, 367, 10º andar

Bairro Santo Agostinho

Belo Horizonte/MG - CEP: 30170-100

www.mpmg.mp.br