

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

MANUAL DA MARCA

INTRODUÇÃO

Manual de Identidade Visual da Lei Estadual de Incentivo à Cultura de Minas Gerais.

Este manual apresenta, documenta e normatiza a utilização da identidade visual da marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais, contemplando todos os aspectos relacionados à sua aplicação e à padronização da comunicação.

É fundamental respeitar os critérios básicos de aplicação aqui estabelecidos, em todas as formas de comunicação, mantendo características de unidade, legibilidade e destaque da marca.

Todas as peças criadas e que utilizam as citações e marcas do Governo de Minas Gerais e da Lei Estadual de Incentivo à Cultura deverão passar por aprovação prévia. Todas as peças, textos, spots e afins devem ser enviados com antecedência mínima de 20 dias úteis de sua divulgação, para conferência, ao e-mail: leiestadual@cultura.mg.gov.br

O setor responsável da Superintendência de Fomento Cultural, Economia Criativa e Gastronomia terá até três dias para análise e aprovação das peças.

SUMÁRIO

| | |
|---|--------|
| MARCA | 4 |
| Paleta | 5 |
| Cores | 6 |
| Policromia | 7 |
| Policromia - negativo | 8 |
| Tons de cinza | 9 |
| Tons de cinza - negativo | 11 |
| Monocromia | 12 |
| Redução | 14 |
| Tipologia | 15 |
| Aplicações em fundos..... | 16 |
| Assinatura conjunta | 17 |
| Chancela | 18 |
| MODELOS DE APLICAÇÃO | 19 |
| REGRA DE CONSTRUÇÃO DE EXPRESSÃO | 23 |
| MODELO DE ASSINATURA ELETRÔNICA | 24 |

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

MARCA



**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

PALETA DE CORES

VERSÃO PANTONE

Pantone 485 C

Pantone Black 7 C

CORES

Policromia

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.

R 229 G 38 B 33
C=0 M=94 Y= 91 K=0

R 240 G 128 B 36
C=0 M=58 Y= 90 K=0



R 35 G 31 B 32
C=0 M=94 Y= 91 K=0

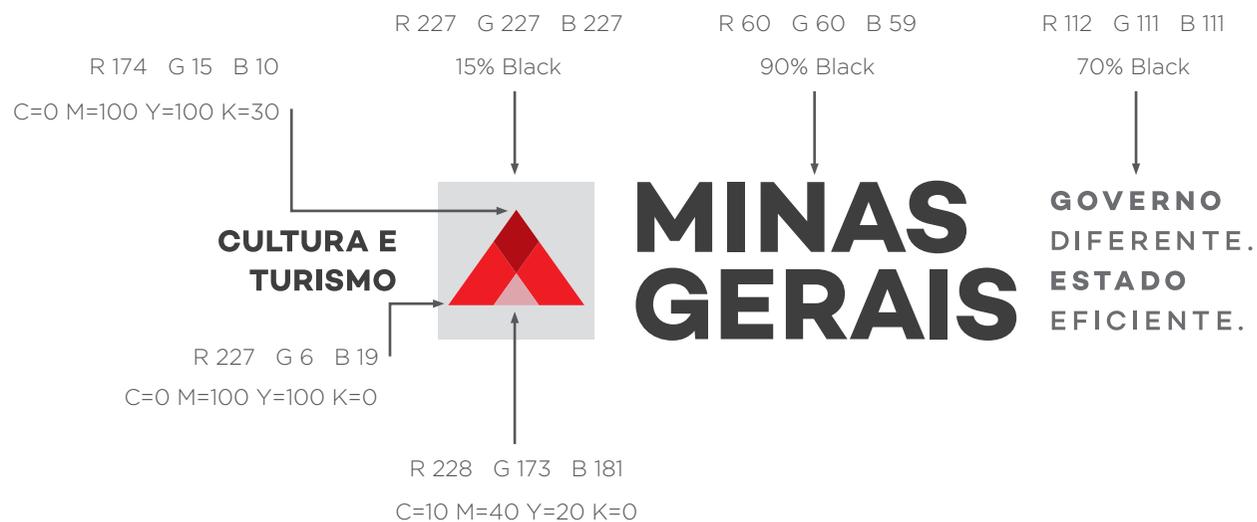
**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

CORES

Policromia

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.



CORES

Policromia - negativo

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.

CULTURA E TURISMO

R 174 G 15 B 10
C=0 M=100 Y=100 K=30

R 227 G 227 B 227
15% Black

White

R 227 G 227 B 227
15% Black

MINAS GERAIS

GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.

R 228 G 173 B 181
C=10 M=40 Y=20 K=0

R 227 G 6 B 19
C=0 M=100 Y=100 K=0

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

R 229 G 38 B 33
C=0 M=94 Y= 91 K=0

R 240 G 128 B 36
C=0 M=58 Y= 90 K=0

R 35 G 31 B 32
C=0 M=94 Y= 91 K=0

CORES

Tons de cinza

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.

R 227 G 227 B 226
C=0 M=0 Y=0 K=15

R 157 G 157 B 156
C=0 M=0 Y=0 K=50

R 87 G 87 B 86
C=0 M=0 Y=0 K=80

R 29 G 29 B 27
C=0 M=0 Y=0 K=100



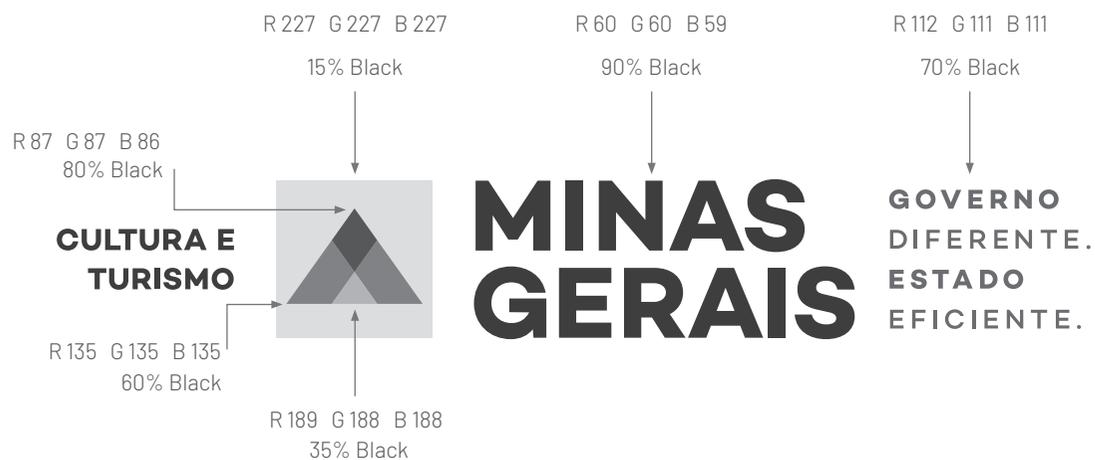
**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

CORES

Tons de cinza

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.



CORES

Tons de cinza - negativo

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.

This section displays the color specifications for the 'MINAS GERAIS' logo and slogan. It features a central logo consisting of three overlapping triangles. Arrows point from the color codes to the corresponding parts of the logo and text.

- Top Triangle:** R 227 G 227 B 227, 15% Black
- Middle Triangle:** R 228 G 173 B 181, C=10 M=40 Y=20 K=0
- Bottom Triangle:** R 135 G 135 B 135, 60% Black
- Text 'CULTURA E TURISMO':** R 87 G 87 B 86, 80% Black
- Text 'MINAS GERAIS':** White
- Slogan 'GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.':** R 227 G 227 B 227, 15% Black

This section displays the color specifications for the 'LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA' logo and slogan. It features a central logo consisting of a stylized triangle with a circular element. Arrows point from the color codes to the corresponding parts of the logo and text.

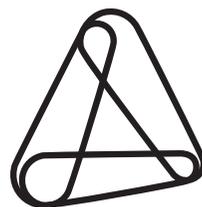
- Text 'LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA':** White
- Top Triangle:** R 227 G 227 B 226, C=0 M=0 Y=0 K=15
- Middle Triangle:** R 157 G 157 B 156, C=0 M=0 Y=0 K=50
- Bottom Triangle:** R 87 G 87 B 86, C=0 M=0 Y=0 K=80

CORES

Monocromia

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.



**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

**CULTURA E
TURISMO**



**MINAS
GERAIS**

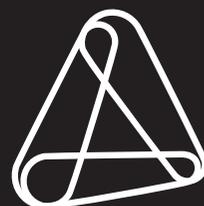
**GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.**

CORES

Monocromia

A cor é um elemento fundamental para o reconhecimento da identidade da marca.

É indispensável seguir fielmente os códigos de cores aqui especificados.



**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

**CULTURA E
TURISMO**



**MINAS
GERAIS**

**GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.**

REDUÇÃO

A redução máxima das marcas da Lei Estadual de Incentivo à Cultura e a da Cultura e Turismo/Governo de Minas Gerais não pode resultar em tamanhos menores que os últimos exemplos apresentados aqui.



15 mm ou 62 px

**CULTURA E
TURISMO**



**CULTURA E
TURISMO**



**CULTURA E
TURISMO**



**CULTURA E
TURISMO**



**MINAS
GERAIS**

**GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.**

15 mm ou 62 px

TIPOLOGIA

A "Gotham" foi escolhida para a "Lei Estadual de Incentivo à Cultura", mantendo o alfabeto próprio.

Essa família de fonte tem uma notável legibilidade, não perdendo em nada nas reduções e nas aplicações em positivo e negativo.

Gotham Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Gotham Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



**LEI ESTADUAL
DE INCENTIVO
À CULTURA**

MARCA

Aplicações em fundos

As marcas da Lei Estadual de Incentivo à Cultura e a da Cultura e Turismo/ Governo de Minas Gerais podem ser aplicadas sobre fundo claro ou escuro, exigindo atenção em fundos irregulares.



ASSINATURA CONJUNTA

Quando o espetáculo for realizado via Lei Estadual de Incentivo à Cultura, a marca do programa deverá aparecer em primeiro lugar, na primeira linha, sem nenhuma chancela/nomenclatura. A marca da Cultura e Turismo/Governo de Minas Gerais entra conjugada com a marca da Lei nos casos em que não existirem outras chancelas e marcas a serem apresentadas. Neste caso, abre-se chancela de "Realização", exclusiva para estas marcas, como ao lado.

A marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura terá:

2/3 do tamanho da marca da Cultura e Turismo/Governo (W);

As marcas terão o mínimo de 1/2H de distância entre elas.

A margem de defesa será de 1/4H.



REALIZAÇÃO



APLICAÇÃO FINAL

CHANCELA

A marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura deverá ser a primeira a ser aplicada no grid de marcas, sem nenhuma chancela. Já a marca da Cultura e Turismo/Governo de Minas Gerais deve ser aplicada com a chancela "Realização".



REALIZAÇÃO

CULTURA E
TURISMO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

Importante: a marca da Cultura e Turismo/Governo de Minas Gerais nunca deve ficar menor do que as outras usadas no grid de assinaturas no material.

MODELOS DE APLICAÇÃO

A marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura entra sempre em primeiro lugar, sem nenhuma chancela (exceto quando houver Lei Federal, nesse caso, a marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura será a segunda).

Ao aplicar a marca da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo/ Governo de Minas Gerais, sempre mantê-la como a última da linha de assinatura na chancela em que se encontra, fechando a linha de marcas, sempre com a chancela de "Realização".

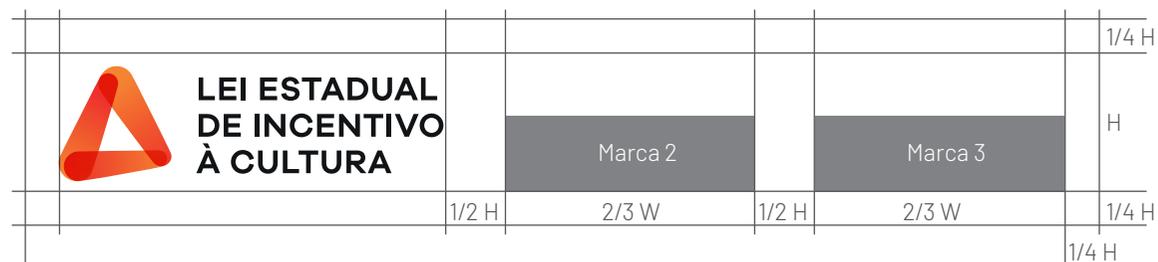
A marca da Secretaria de Estado Cultura e Turismo/Governo de Minas Gerais deverá ser a última a ser aplicada, com a chancela "Realização" centralizada sobre a marca (exceto no caso de haver a Lei Federal, quando então a marca da Secretaria de Estado de Cultura

e Turismo/Governo de Minas Gerais será a penúltima). Existem, porém, algumas exceções que devem ser previamente consultadas com a Superintendência de Fomento Cultural, Economia Criativa e Gastronomia.

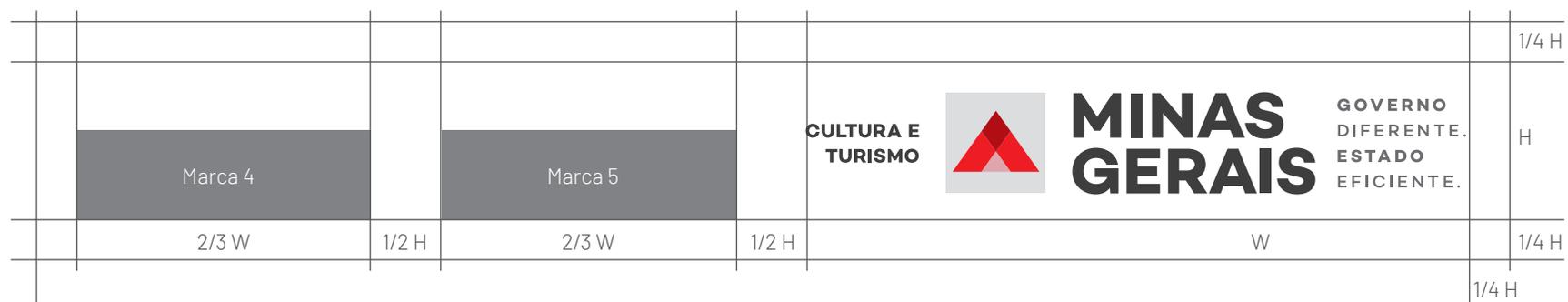
"Deve constar o número de CA do projeto em questão, em todas as peças. Portanto deve-se aplicar o CA do projeto abaixo da marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, centralizado e sem ultrapassar as laterais da marca."

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

MODELOS DE APLICAÇÃO



REALIZAÇÃO



| | | | | | | |
|--|---|--|---------|-------|---------|-------|
| | | | | | | 1/4 H |
| |  | LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA | | | | H |
| | | | Marca 2 | | Marca 3 | |
| | | 1/2 H | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/4 H |
| | CA: 2018.136.00.0000 | | | | | 1/4 H |

REALIZAÇÃO

| | | | | | | |
|--|-------|-------|---------|-------|--|-------|
| | | | | | | 1/4 H |
| | | | | | CULTURA E TURISMO | H |
| | | | Marca 4 | |  | |
| | | | Marca 5 | | MINAS GERAIS | |
| | | | | | GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE. | |
| | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/2 H | W | 1/4 H |
| | | | | | | 1/4 H |

Importante: a marca do Governo de Minas Gerais nunca deve ficar menor do que as outras usadas no grid de assinaturas do material.

MODELOS DE APLICAÇÃO

Em algumas situações, se houver repetição da marca da Cultura e Turismo /Governo de Minas Gerais, deve-se solicitar à Superintendência de Fomento Cultural, Economia Criativa e Gastronomia a avaliação de cada caso.

A hierarquia de aplicação de marcas, quando entram na mesma chancela e linha da marca do Governo Federal, Estadual e Municipal, será sempre crescente. Primeiro entra a marca do município, seguida pela marca do Governo de Minas e depois do Governo Federal.

| | | | | | |
|--|-------|-------|---------|---------|-------|
|  LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA | | | | | 1/4 H |
| | | | Marca 4 | Marca 5 | H |
| | 1/2 H | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/4 H |
| | | | | | 1/4 H |

APOIO

| | | | | | |
|--|---------|---------|---------|-------|-------|
| | | | | | 1/4 H |
| | Marca 1 | Marca 2 | Marca 3 | | H |
| | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W |
| | | | | | 1/4 H |
| | | | | | 1/4 H |

REALIZAÇÃO

| | | | | | |
|--|---------|---------|--|--------------------------------------|-------|
| | | | | | 1/4 H |
| | Marca 6 | Marca 7 |  MINAS GERAIS | GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE. | H |
| | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/2 H | W |
| | | | | | 1/4 H |
| | | | | | 1/4 H |

REALIZAÇÃO

| | | | | |
|--|---------|---------|-------|-------|
| | | | | 1/4 H |
| | Marca 8 | Marca 9 | | H |
| | 2/3 W | 1/2 H | 2/3 W | 1/4 H |
| | | | | 1/4 H |

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

REGRA DE CONSTRUÇÃO DE EXPRESSÃO

É obrigatório incluir em todas as peças que levam a marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura um dos dizeres abaixo relacionados.

A) Quando a marca do Governo de Minas Gerais entra junto com a do MINC, usa-se a expressão “Governo de Minas Gerais” e, conforme exemplo abaixo:
Ministério da Cultura, Governo de Minas Gerais, _____ e _____ apresentam:

B) Quando apenas o Governo de Minas Gerais entrar, sem a marca do MINC, a expressão “Governo de Minas Gerais” deve sempre aparecer em primeiro lugar, seguida dos nomes das outras instituições, conforme exemplo abaixo:
Governo de Minas Gerais, _____, _____ e _____ apresentam:

C) Quando o Governo de Minas Gerais entrar junto com Prefeituras, a expressão “Governo de Minas Gerais” deve sempre aparecer em primeiro lugar, seguida dos nomes das outras instituições, conforme exemplo abaixo: Governo de Minas Gerais, Prefeitura Municipal de xxxxxxxx e _____ apresentam:

A escolha da fonte, da cor e do modo de aplicação dos dizeres é livre, podendo enquadrar-se no modelo e no estilo de diagramação da peça de comunicação, desde que tenha legibilidade e destaque para cumprir a função informativa.

Observação: Nas peças gráficas, na apresentação, poderão ser substituídos os dizeres (grafia) pelas marcas, desde que respeitada a hierarquia.

LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA

MODELO DE ASSINATURA ELETRÔNICA

Mídia eletrônica. Comercial de TV.
Ao assinar as peças de VT/Filme, as
marcas deverão aparecer centralizadas.
A marca da Cultura e Turismo/Governo
do Estado de Minas Gerais entra sob a
chancela de "Realização".



REALIZAÇÃO

CULTURA E
TURISMO



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

INFORMAÇÕES

Para esclarecer dúvidas e enviar material para aprovação das aplicações da marca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, entre outros serviços e informações, entre em contato com o setor responsável da Superintendência de Fomento Cultural, Economia Criativa e Gastronomia, pelos telefones 31 3915-2717 e 3915-2660, ou por e-mail: leiestadual@cultura.mg.gov.br.

CULTURA E
TURISMO



**MINAS
GERAIS**

**GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.**