



MANUAL DA MARCA

Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro

VERSÃO | SETEMBRO 2022

INTRODUÇÃO	3
CONCEITO	4
MARCA	5
ÁREA DE SEGURANÇA	6
REDUÇÃO	7
CORES	8
TIPOGRAFIA	9
POSSIBILIDADES DE FUNDOS	13
USOS INCORRETOS	14
ASSINATURAS	15
CAMPANHAS GLOBAIS	17

INTRODUÇÃO

Responsável pela solução de conflitos e pela prestação jurisdicional à população fluminense, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJRJ) **deve uniformizar** sua divulgação, a fim de que a sociedade, de modo geral, e o público interno do Tribunal (magistrados, servidores, terceirizados e estagiários) retenham, compreendam e participem ativamente do processo de pacificação social, balizada na missão e visão do Poder Judiciário.

Este Manual de Marca tem como objetivo **ser um suporte** nas ações e divulgações institucionais do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, criando regras mínimas de uso e aplicações visuais para garantir a coerência na mensagem transmitida.

Um poder que “fala a mesma língua” de modo claro, objetivo e assertivo catalisa a eficiência de resultados em prol da sociedade.

CONCEITO

Este Manual de Marca foi criado a partir das experiências com o uso da marca PJERJ em milhares de peças de divulgação, sinalização e **conceitos de branding**.

Uma marca ganha força quando sua identidade é de fácil percepção, entendimento e capacidade de compartilhamento. Por isso, as ações de divulgação do TJRJ devem servir como assistentes da marca PJERJ.

MARCA

A marca PJERJ é o **elemento base** da identidade visual do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro e deve aparecer em todas as comunicações oficiais do Tribunal. Não deve ser modificada de modo algum, sob risco de perder a identidade.



VERSÃO REDUZIDA
PRINCIPAL



PODER JUDICIÁRIO
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

VERSÃO VERTICAL

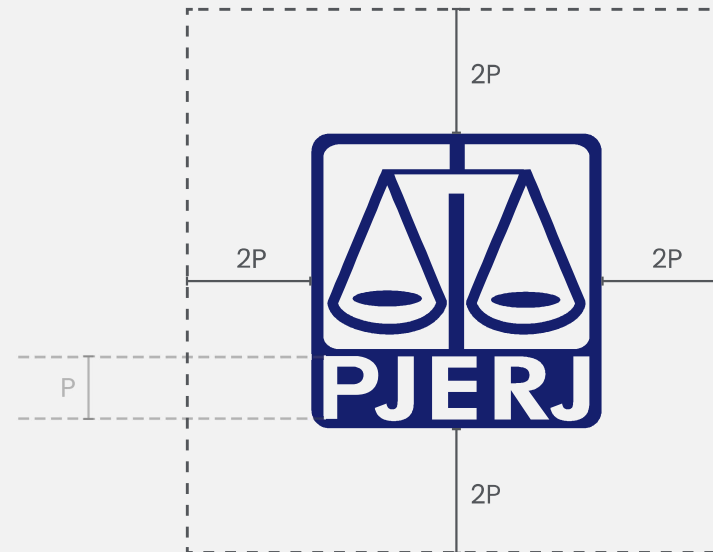


PODER JUDICIÁRIO
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

VERSÃO HORIZONTAL

ÁREA DE SEGURANÇA

Os espaços mínimos são chamados de **área de segurança**, um espaço em torno da marca para dar liberdade de uso a outros elementos gráficos, como texto, fotos e outras marcas. A margem se dá pelo dobro da medida da altura da letra "P" da marca.



REDUÇÃO

Para que a marca PJERJ tenha legibilidade garantida é fundamental que seja respeitado o limite do tamanho mínimo. Este limite foi estabelecido para resguardar a boa visibilidade, garantindo perfeita comunicação com o emissor.



CORES

Inspiradas nas cores e símbolos oficiais do Estado do Rio de Janeiro, as cores foram testadas para facilitar a compreensão de pessoas com baixa visão.

COR PRINCIPAL



RGB **21 31 109**
 HEX **#151F6D**
 PANTONE **2756 C**
 CMKY **100 90 0 30**

CORES SECUNDÁRIAS



RGB **0 98 152**
 HEX **#006298**
 PANTONE **7691 C**
 CMKY **100 44 0 15**



RGB **83 86 90**
 HEX **#53565A**
 PANTONE **COOL GRAY 11 C**
 CMKY **0 0 0 80**



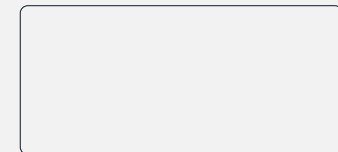
RGB **0 244 255**
 HEX **#00F4FF**
 PANTONE **311 C**
 CMKY **65 0 6 0**



RGB **16 24 32**
 HEX **#101820**
 PANTONE **BLACK 6 C**
 CMKY **0 0 0 100**



RGB **251 225 34**
 HEX **#FBE122**
 PANTONE **107 C**
 CMKY **0 1 88 0**



RGB **242 242 242**
 HEX **#F2F2F2**
 PANTONE **COOL GRAY 1 C**
 CMKY **3 2 4 2**

TIPOGRAFIA

A fonte utilizada para o logotipo do PJERJ é a **Arial Bold**. Esta deve ser sempre usada na aplicação da marca. Para as assinaturas também é utilizada a **Arial regular** (ver página 15).

Para compor a família de fontes e dar mais variabilidade e versatilidade, utiliza-se as família **Poppins** e **Barlow Condensed** como fontes de apoio, a serem usadas em peças institucionais.

Poppins

Extralight

Light

Regular

Medium

Semibold

Bold

Extrabold

Black

Extralight italic

Light italic

Italic

Medium italic

Semibold italic

Bold italic

Extrabold italic

Black italic

Utilizar em subtítulos e textos curtos e longos.

BARLOW CONDENSED

EXTRALIGHT

LIGHT

REGULAR

MEDIUM

SEMIBOLD

BOLD

EXTRABOLD

BLACK

EXTRALIGHT ITALIC

LIGHT ITALIC

ITALIC

MEDIUM ITALIC

SEMIBOLD ITALIC

BOLD ITALIC

EXTRABOLD ITALIC

BLACK ITALIC

Utilizar em títulos e subtítulos curtos. **SEMPRE EM CAIXA ALTA** (com exceção de #HashTags)

CORES E TIPOGRAFIA



Podem ser usadas como cor de fundo.

Em texto: para títulos, subtítulos, destaques e textos curtos sobre fundo branco.



Pode ser usada como cor de fundo.

Em texto: para títulos, subtítulos e textos longos sobre fundo branco.



Pode ser usada como cor de fundo.

Em texto: para títulos, subtítulos e textos longos sobre fundo escuro (azuis e cinza).



Em texto: para títulos, subtítulos e textos longos sobre fundo branco.



Em texto: para títulos, subtítulos, destaques e textos curtos sobre fundo escuro (azuis e cinza).

EXEMPLOS

LOREM IPSUM

SUBTÍTULO CURTO

Ture, quosam rate
ditam es mo invello in
nus maio beatem fugit
atum et, aut impero
omni **sim imperspe**
voloria dolore illectam
fugit prendig endent set.

Ci senient prorum quia
quatquas modipsunt
fugit, cupatiae plam
qui vel incipsunti.



LOREM IPSUM

Este subtítulo é maior do
que o exemplo anterior

Ihicient utate consequere
poverro ipicide
rchitae pro mint la.

Hil eius audae pudis aut
mossint at si.

Bo. Harciiscia ius mos
ut ut volut **porerna**
tistis soluptam,
suntem accusci
psantem ad quia aut
omnitas mo omnimus,
accae se.



EXEMPLOS

LOREM IPSUM

SUBTÍTULO CURTO

Ture, quosam rate
ditam es mo invello in
nus maio beatem fugit
atum et, aut impero
omni sim imperspe
voloria dolore illectam
fugit prendig endent set.

Ci senient prorum quia
quatquas modipsunt
fugit, cupatiae plam
qui vel incipsunti.



LOREM IPSUM

Este subtítulo é maior do
que o exemplo anterior

Otate doluptas consequere
expliqui tectius,
optatiumque que nis
nosapitat set.

**Alis es et volut et
fugiandani cus reicatur?**

Qui aceribus dis indignatiam
harcietur reptas re omnihic
torectustios arum num quis
eum et volores.



POSSIBILIDADES DE FUNDOS

Fundo branco



Fundo monocromático escuro



Fundo monocromático claro



Fundo fotográfico com filtro azul



Fundo gradiente

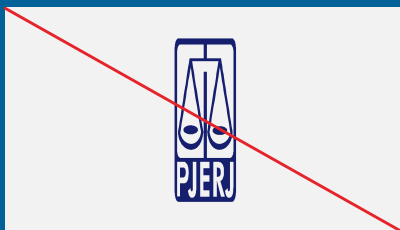


Fundo fotográfico escuro



USOS INCORRETOS

Não distorcer



Não aplicar efeitos



Não utilizar outras cores



Não utilizar outras fontes



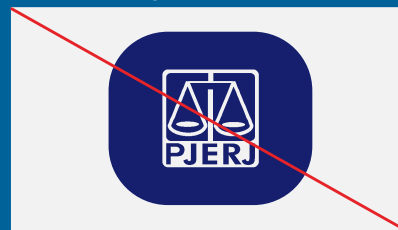
Não utilizar outline



Não inclinar



Não aplicar moldura



Não utilizar box branco



Não desrespeitar
área de segurança



Não aplicar sobre cores
sem contraste



Não utilizar em fundos que
desfavoreçam a leitura



Não aplicar dentro
de outros logos



Logo de projeto

ASSINATURAS

Assim deve ser aplicada a marca PJERJ, quando veiculada ao **público interno** do Tribunal e associada à identificação de suas **Diretorias-Gerais + Departamentos + Divisões + Serviços.**

EXEMPLOS COM APENAS UM ITEM



EXEMPLO COM DOIS ITENS, QUANDO PERTENCEM A ORGANOGRAMAS DISTINTOS



Fonte: Arial regular, caixa alta e baixa

Fonte sigla: Arial bold, caixa alta

Tamanho: 9 pt

Entrelinha: 10 pt

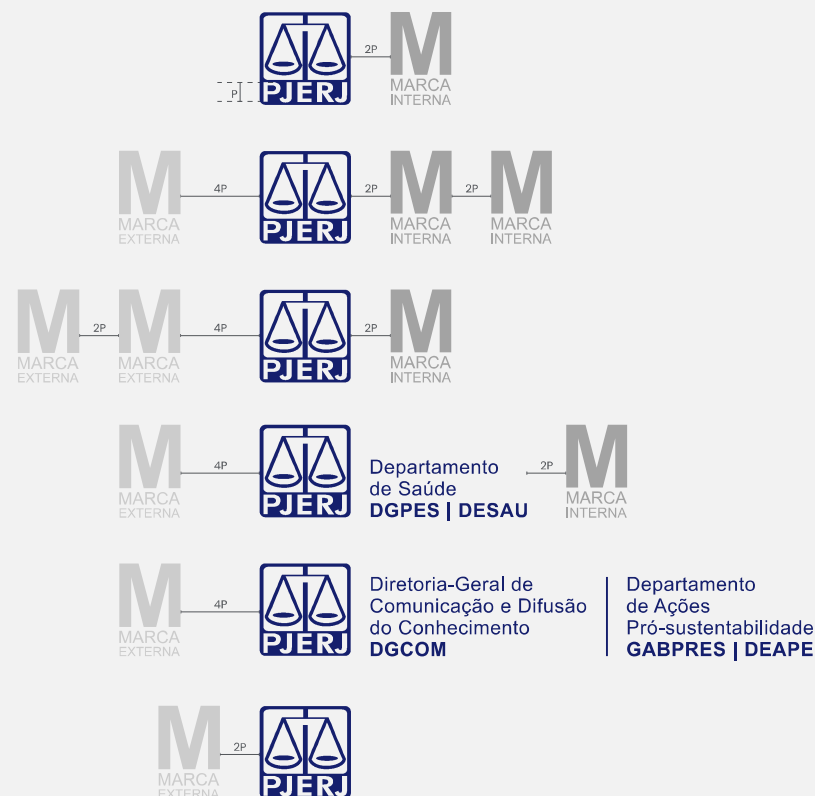
Kerning: 25

Distância entre os elementos:
altura de "P"

- O nome virá **sempre por extenso, ao lado direito** da marca PJERJ na versão principal, **seguido pelas siglas**, do maior para o menor.
- A **última sigla** da sequência deverá ser **correspondente ao nome que está por extenso**.
- Para escrita do nome, utilizar sempre **duas ou três linhas**. Preferencialmente não variar a quantidade de linhas quando houver mais de um item.
- Para o **público externo**, a assinatura será **somente o logo do PJERJ**.
- Não crie seus próprios logos ou outras identidades. Solicite sua assinatura ao SEIVI — Serviço de Identidade Visual.

APLICAÇÃO DA MARCA COM OUTRAS MARCAS

Quando for necessária a aplicação da marca PJERJ associada a outras marcas externas e/ou internas do Tribunal, sua aplicação deverá ocorrer desta forma.



INTERVALO ENTRE OS ELEMENTOS

A **marca interna** deve estar à distância correspondente a **altura de "2P"** e deve vir **ao lado direito** da marca PJERJ e das diretorias-gerais, por exemplo, quando existirem na assinatura.

A **marca externa** deve estar à distância **mínima correspondente a altura de "4P"** e deve vir **ao lado esquerdo** da marca PJERJ.

Quando forem aplicadas **apenas a marca PJERJ com marca externa**, a distância entre elas deve ser de no **mínimo a altura de "2P"**, respeitando a área de proteção (pág. 6 deste manual).

CAMPANHAS GLOBAIS

Campanhas que movimentam a sociedade, como o Setembro Amarelo, o Outubro Rosa e o Novembro Azul possuem características muito específicas, como o uso de **fitas coloridas** durante o referido mês.

Nestes casos, a Marca PJERJ pode ser estilizada, **exatamente como se vê ao lado**, para integrar a instituição às referidas causas.

Setembro Amarelo



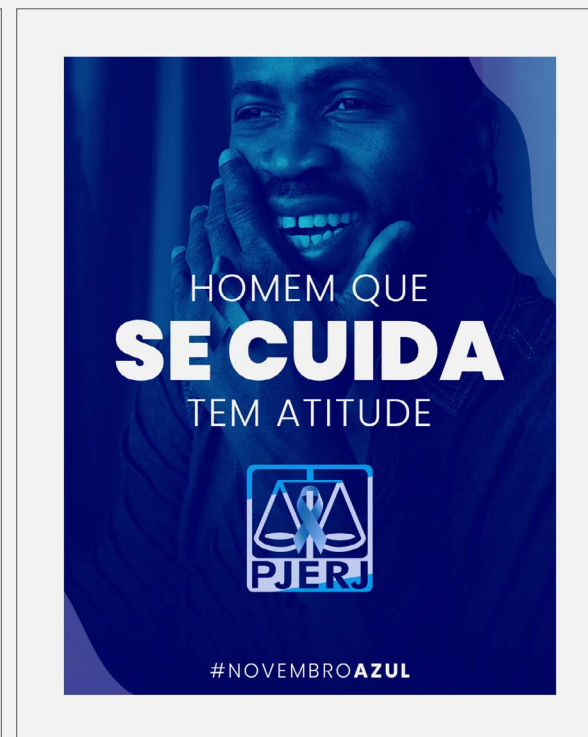
Outubro Rosa



Novembro Azul



EXEMPLOS



SERVIÇO DE IDENTIDADE VISUAL

(DGCOM-DECOI-DICOM-SEIVI)

dicom.seivi@tjrj.jus.br

luizbarreto@tjrj.jus.br

Tel.: (21) 3133-2947