MANUAL DE USO DAS MARCAS DO PRONAC

(PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA)

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

MECANISMOS DA LEI 8.313/91
(LEI ROUANET)

MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

ESTE MANUAL ESTABELECE AS REGRAS DE APLICAÇÃO E ORIENTA O USO DAS MARCAS DO PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA (PRONAC), INSTITUÍDO PELA LEI N° 8.313/91 (TAMBÉM CONHECIDA POR ''LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA'' OU ''LEI ROUANET''). ESTA REGULAMENTAÇÃO ABRANGE PROJETOS VIABILIZADOS PELOS DOIS MECANISMOS DA LEI: FUNDO NACIONAL DA CULTURA (FNC) E INCENTIVO FISCAL.

LEI 8.313/91 (LEI ROUANET)

PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA (PRONAC)

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

USE ESTA ASSINATURA PARA

PROJETOS VIABILIZADOS PELO

FUNDO NACIONAL DA CULTURA (FNC)

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

USE ESTA ASSINATURA PARA

PROJETOS VIABILIZADOS PELA

RENÚNCIA FISCAL

Mecanismo: FUNDO NACIONAL DA CULTURA

Os projetos viabilizados pelo FNC devem conter a marca do Fundo Nacional da Cultura e a assinatura do Ministério da Cultura, acompanhada da marca do Governo Federal, conforme estipula este manual.

Marca do Fundo Nacional da Cultura

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

Assinatura do Ministério da Cultura, sempre acompanhada da marca do Governo Federal

MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO FEDERAL BRASIL UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

• Para detalhes sobre a aplicação e o uso da marca do Governo Federal, consulte o manual disponível em https://www.gov.br/secom/pt-br/central-de-conteudo/manuais/uso-da-marca-do-governo-federal

Mecanismo: LEI DE INCENTIVO À CULTURA

ARTIGO 26 - REGRA GERAL

Para projetos enquadrados no artigo 26 da Lei n° 8.313/91, os investimentos realizados pelos patrocinadores são proporcionalmente dedutíveis do imposto de renda, ou seja, os projetos recebem recursos públicos e privados.

Estes projetos devem conter a marca da Lei de Incentivo à Cultura e a assinatura do Ministério da Cultura, acompanhada da marca do Governo Federal, conforme estipula este manual.

Marca da Lei de Incentivo à Cultura

Assinatura do Ministério da Cultura, sempre acompanhada da marca do Governo Federal

• Para detalhes sobre a aplicação e o uso da marca do Governo Federal, consulte o manual disponível em https://www.gov.br/secom/pt-br/central-de-conteudo/manuais/uso-da-marca-do-governo-federal

ARTIGO 18 - REGRA GERAL

Para os projetos enquadrados no artigo 18 da Lei n° 8.313/91, os investimentos realizados pelos patrocinadores são 100% dedutíveis do imposto de renda, ou seja, os projetos recebem exclusivamente recursos públicos.

Estes projetos, além de atender as exigências do artigo 26, também devem, obrigatoriamente, mencionar em suas peças de divulgação e em seus espetáculos (na abertura e/ou no encerramento) a expressão "MINISTÉRIO DA CULTURA APRESENTA".

REGRA DE CONSTRUÇÃO DA EXPRESSÃO

A expressão "Ministério da Cultura" deve sempre aparecer em primeiro lugar, seguido dos nomes das outras instituições, conforme o exemplo:

Ministério da Cultura, _____ , _____ e _____ apresenta(m)

SOBRE FONTES, ESTILO, CORES ETC.

A escolha da fonte, da cor e do modo de aplicação dos dizeres "Ministério da Cultura apresenta" e suas variantes podem se enquadrar no estilo visual das peças de comunicação do projeto em questão, desde que a mensagem tenha legibilidade e destaque suficientes para cumprir sua função informativa.

EXEMPLOS DE CONSTRUÇÃO DA EXPRESSÃO

PARA USO EM IMPRESSOS, MÍDIAS DIGITAIS, LOCUÇÕES DE RÁDIO E TV, CINEMA E ESPETÁCULOS (ABERTURA E/OU ENCERRAMENTO), ENTRE OUTROS

Apenas Ministério da Cultura:

MINISTÉRIO DA CULTURA APRESENTA
1

Ministério da Cultura e uma (1) instituição:

MINISTÉRIO DA CULTURA E PETROBRAS APRESENTAM
1 *2*

Ministério da Cultura e duas (2) ou mais instituições:

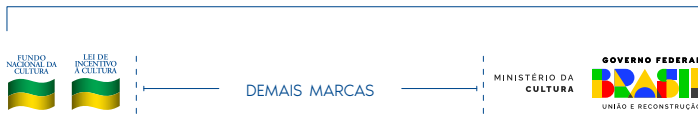
MINISTÉRIO DA CULTURA, CAIXA E
1 *2*

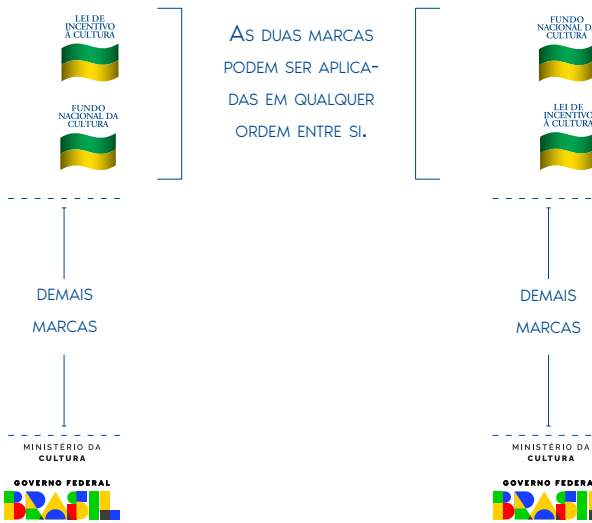
PETROBRAS APRESENTAM
3

CASO ESPECÍFICO

Os projetos viabilizados, ao mesmo tempo, pelo Fundo Nacional da Cultura e pela Lei de Incentivo à Cultura devem conter, além das marcas do Fundo Nacional da Cultura e da Lei de Incentivo à Cultura, a assinatura do Ministério da Cultura, acompanhada da marca do Governo Federal, conforme estipula este manual. Neste caso específico, não existe ordem preferencial para a aplicação das duas marcas do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), desde que tenham equivalência de escala e igual posicionamento na página.

LEI DE INCENTIVO À CULTURA
FUNDO NACIONAL DA CULTURA
DEMAIS MARCAS
MINISTÉRIO DA CULTURA
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO


FUNDO NACIONAL DA CULTURA
LEI DE INCENTIVO À CULTURA
DEMAIS MARCAS
MINISTÉRIO DA CULTURA
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO


LEI DE INCENTIVO À CULTURA
FUNDO NACIONAL DA CULTURA
As duas marcas podem ser aplicadas em qualquer ordem entre si.
FUNDO NACIONAL DA CULTURA
LEI DE INCENTIVO À CULTURA
DEMAIS MARCAS
MINISTÉRIO DA CULTURA
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO
DEMAIS MARCAS
MINISTÉRIO DA CULTURA
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

ONDE POSICIONAR OS CRÉDITOS NAS PEÇAS DOS PROJETOS CULTURAIS

PEÇAS DO PROJETO →	LOCAL PREFERENCIAL
Peças gráficas como livros, catálogos, cartilhas, livretos.	Na parte interna da capa ou na página de apresentação e também na contracapa.
Revistas, jornaletes e periódicos.	Junto ao expediente.
CDs e DVDs.	Na contracapa do encarte e também no verso das caixas de CD/DVD.
Filmes, documentários, animações, vídeos e programas de televisão.	Antes dos letreiros de apresentação e após os créditos finais. Também no verso das caixas de CD/DVD.
Programas e programetes para rádio.	Durante a locução e no final, quando se tratar de peça pré-gravada.
Espetáculos artísticos em geral.	Na locução de apresentação e/ou encerramento.

ONDE POSICIONAR OS CRÉDITOS NAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS E PLACAS DE OBRA

PEÇAS DE DIVULGAÇÃO →	LOCAL PREFERENCIAL
Anúncio de jornal, revista ou quaisquer peças de veículos de mídia impressa de projetos viabilizados.	De acordo com as especificações deste manual.
Peças gráficas como folhetos, folder, flyer, panfleto, programação.	Na capa e/ou no verso.
Mobiliário urbano (outdoor, frontlight, backlight, placas de obras, etc.).	De acordo com as especificações deste manual.
Comerciais de TV e rádio.	Ao final do comercial. Quando art. 18, acrescentar a expressão "Ministério da Cultura apresenta" ao início.

REGRAS DE APLICAÇÃO DAS MARCAS

Os exemplos a seguir foram construídos com a marca ''Lei de Incentivo à Cultura'', porém as regras valem para os dois mecanismos da lei.

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

A marca poderá ser aplicada de duas formas nas peças de comunicação.

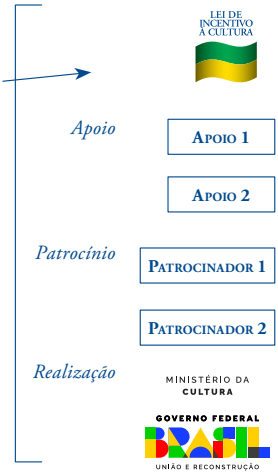
1. Relacionada ao bloco de marcas, sempre à sua extrema esquerda, independentemente da quantidade de outras marcas participantes como apoio, patrocínio etc. do projeto.
2. Em algumas peças, pode ser aplicada isolada do bloco de marcas e, nesse caso, relacionada a qualquer dos cantos superiores ou ao topo da peça, ganhando maior destaque.

Importante: as marcas ''Lei de Incentivo à Cultura'' e ''Fundo Nacional da Cultura'' não devem, em hipótese alguma, pertencer a grupos menores como apoio, patrocínio, realização, etc.

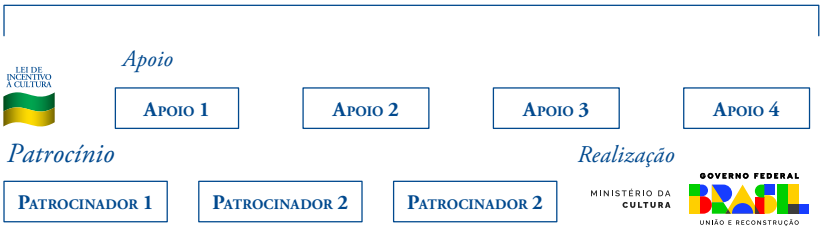
1. RELACIONADA AO "BLOCO DE MARCAS"

EXEMPLOS

O mesmo é válido para blocos verticais, nesse caso, ao topo, no início do bloco.



Observe que a marca "Lei de Incentivo à Cultura" não pertence a qualquer dos grupos menores ("Apoio", "Divulgação" e "Realização"), ficando à extrema esquerda, no início do bloco.
É preciso também respeitar a proporcionalidade entre as marcas.



2. ISOLADA DO BLOCO DE MARCAS

Para dar maior visibilidade às marcas ''Fundo Nacional da Cultura'' e ''Lei de Incentivo à Cultura'', elas podem ser aplicadas em relacão às margens superiores da peça, desde que de forma organizada e com destaque/necessidade suficiente para assumir escala diferente do bloco de marcas. Esta aplicação deverá ser utilizada preferencialmente em peças como as listadas a seguir.

Anúncio impresso

Cartaz / Folder

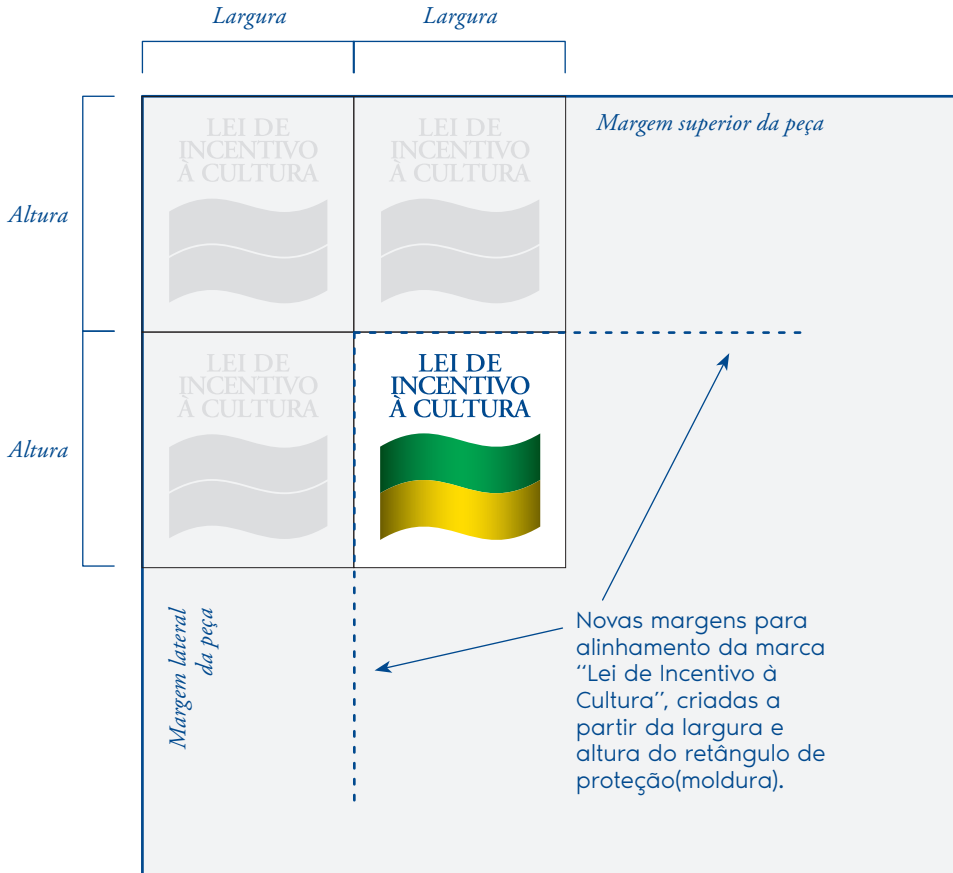
Banner / Fundo de palco

Livro / Revista

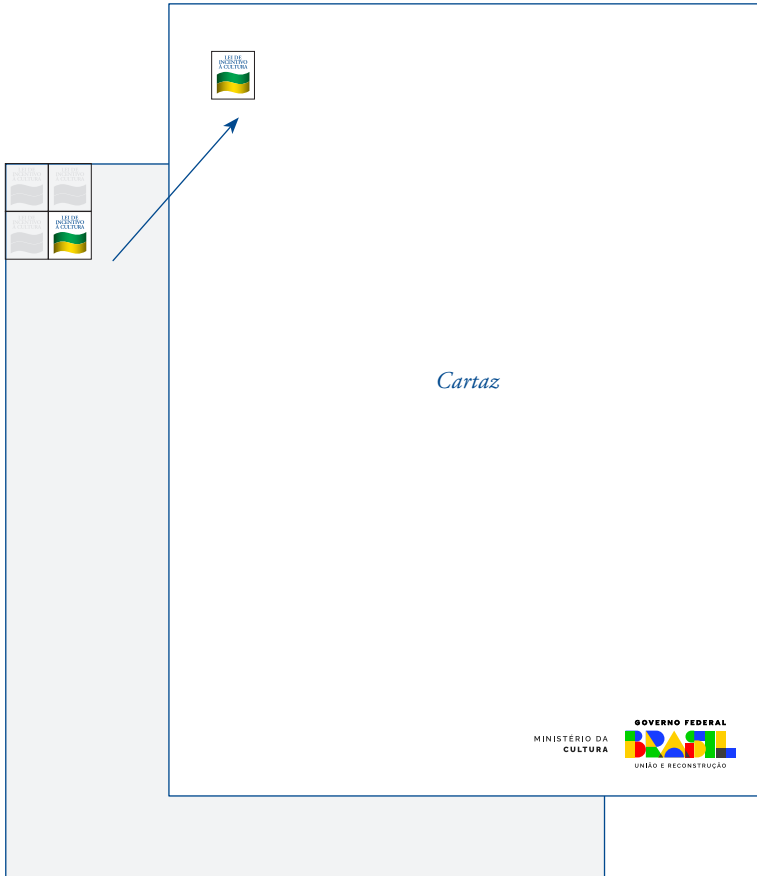
Convite / Flyer digital

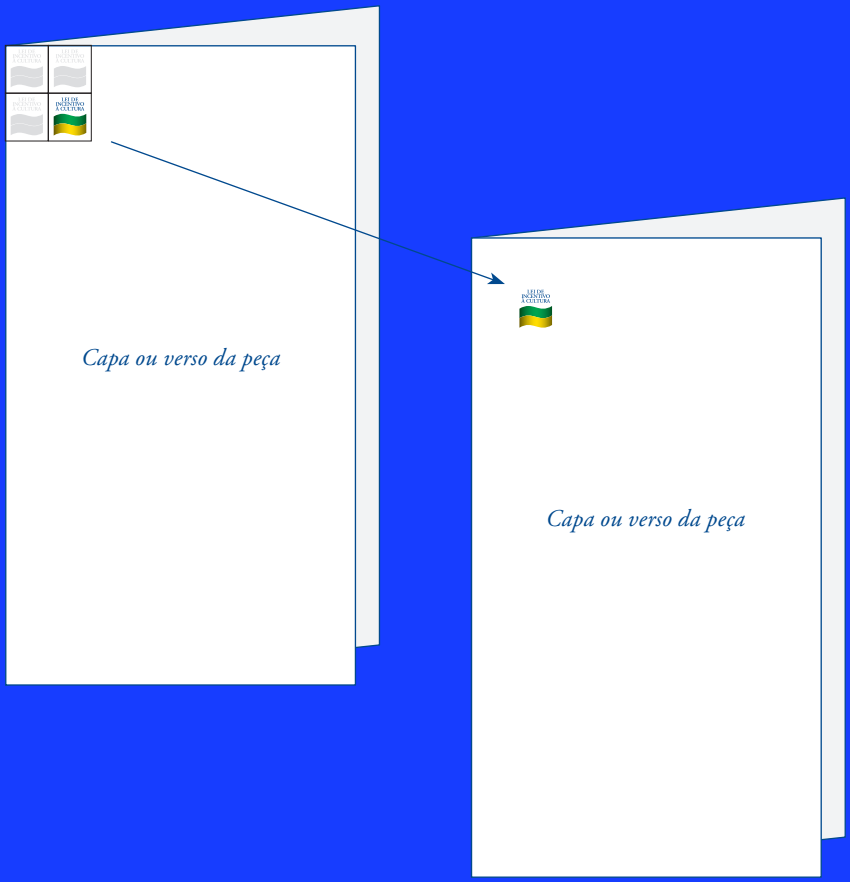
Mobiliário urbano (outdoor, frontlight, backlight, placas de obras, etc.).

REGRA GERAL DE DISTANCIAMENTO DAS MARGENS



EXEMPLOS GERAIS - APLICAÇÃO ISOLADA




LEI DE INCENTIVO À CULTURA
Capa ou verso da peça
LEI DE INCENTIVO À CULTURA
Capa ou verso da peça

ASPECTOS TÉCNICOS

Por serem bastante semelhantes estruturalmente, todas as definições a seguir valem para as duas assinaturas.

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

Uso preferencial.

MARCAS

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

Uso preferencial.

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA

PODERÃO SER APLICADAS TAMBÉM SEM MOLDURA,
SE NÃO HOUVER PREJUÍZO DE LEGIBILIDADE

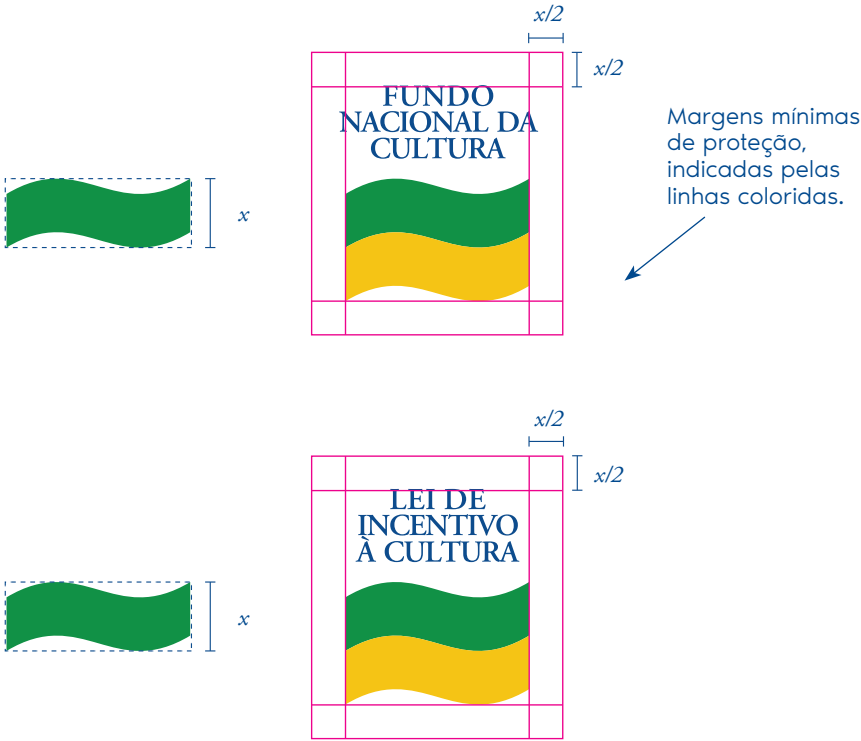
Uso preferencial.

MARCAS

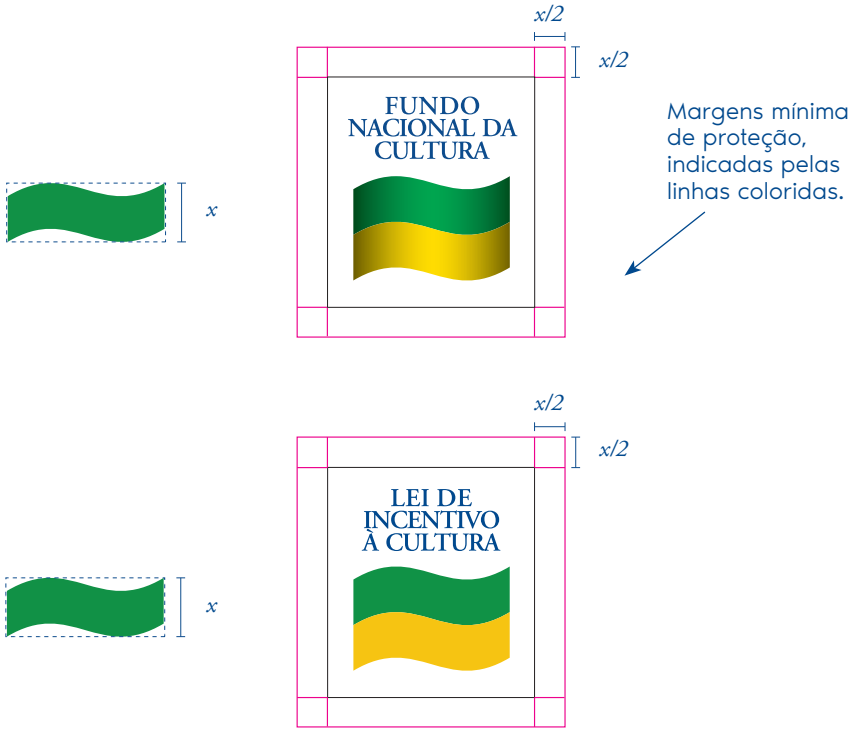
LEI DE INCENTIVO À CULTURA

Uso preferencial.

PODERÃO SER APLICADAS TAMBÉM SEM MOLDURA, SE NÃO HOUVER PREJUÍZO DE LEGIBILIDADE



ÁREA DE SEGURANÇA DA MARCA SEM MOLDURA



ÁREA DE SEGURANÇA DA MARCA COM MOLDURA

Adobe Garamond Pro Regular 10pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Adobe Garamond Pro Italic 10pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Adobe Garamond Pro Bold 10pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Adobe Garamond Pro Bold Italic 10pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

Adobe Garamond Pro Bold ALL CAPS (denominação para uso de todas as letras maiúsculas)

TIPOLOGIA | ADOBE GARAMOND PRO

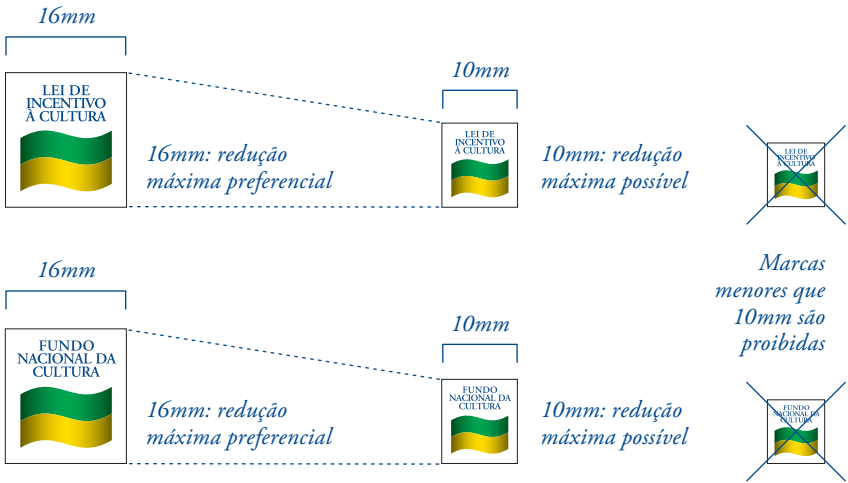
REGULAR, *ITALIC*, **BOLD E *BOLD ITALIC***

"Redução máxima preferencial" é o menor tamanho indicado quando as aplicações das marcas "Lei de Incentivo à Cultura" e "Fundo Nacional da Cultura" necessitam ser trabalhadas em escalas reduzidas.

Esse limite corresponde à largura de 16mm do retângulo de proteção, como indicado.

Em casos extremos em que o formato final da peça seja muito reduzido e a "redução máxima preferencial" fique inadequada à peça, as marcas podem suportar variações inferiores a 16mm, chegando até o limite de 10mm de largura.

É expressamente proibido aplicar as marcas em tamanhos menores que os indicados neste manual.



REDUÇÃO MÁXIMA

Escala e proporção são fundamentais

Por esse princípio, recomenda-se que o cálculo a seguir seja seguido para que as dimensões das marcas "Lei de Incentivo à Cultura" e "Fundo Nacional da Cultura" fiquem proporcionais às peças em que são aplicadas.
Para calcular a dimensão da largura da marca em peças de mobiliário urbano, mídias digitais, audiovisuais e qualquer outra peça que demande a aplicação das marcas, use sempre o sistema descrito nos exemplos para guiar as proporções de aplicação.

Nas próximas páginas, observe os três exemplos de aplicação e cálculo da largura das marcas.

Regra geral
Some as dimensões da base e da altura da peça e divida o resultado por 35.

$$\frac{Base + Altura}{35} = Largura\ da\ marca$$

CRITÉRIO PARA ENCONTRAR A LARGURA DA MARCA EM FUNÇÃO DAS DIMENSÕES DA PEÇA

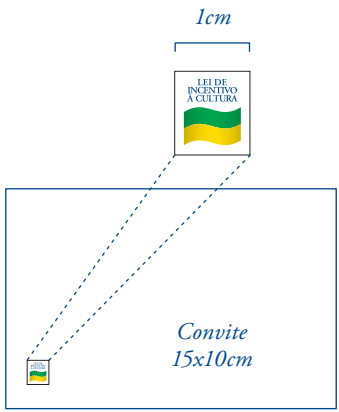
Exemplo 1
Folheto formato 210x290mm

$$\frac{210 + 290}{35} = \frac{500}{35} = 14{,}3mm$$

Exemplo 2
Convite formato 15x10cm

$$\frac{15 + 10}{35} = \frac{25}{35} = \cancel{0{,}71cm}$$

Marcas menores que 10mm são proibidas. Usar a redução máxima permitida de 1cm, conforme exemplo, nos casos em que os resultados forem inferiores a 1cm.

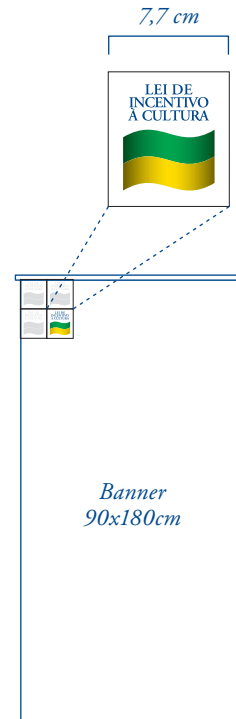


EXEMPLOS DE CÁLCULOS DA LARGURA MÍNIMA DAS MARCAS

Exemplo 3

Banner *formato 90x180cm*

$$\frac{90 + 180}{35} = \frac{270}{35} = 7{,}7cm$$



Para o cálculo da redução máxima em peças de grandes dimensões (mobiliário urbano, placas, fundos de palco etc.), a redução máxima deve levar em conta fatores como altura e distância de observação das peças, além das condições luminosas, itens que modificam naturalmente as relações de legibilidade. Nesses casos, o cálculo da redução máxima indicado neste manual pode ser usado apenas como referência inicial para o dimensionamento das marcas.

Versões preferenciais para impressos em 3 cores Pantone®, serigrafia ou recorte em vinil adesivo.

Versões preferenciais para impressos em 1 cor (monocromáticos) ou quando as cores disponíveis forem do sistema Pantone®.

USO DAS VERSÕES DA MARCA EM FUNÇÃO DO TIPO DE IMPRESSÃO / LIMITAÇÕES TÉCNICAS

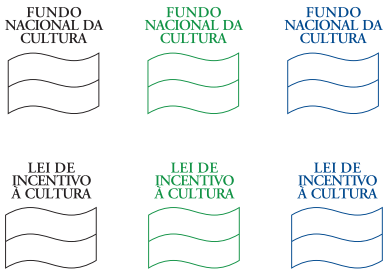
Versões preferenciais para impressos em policromia (CMYK).

Versões preferenciais para impressos em 1 cor (monocromáticos).

Para fundos escuros, é permitido o uso das versões com letras brancas sem moldura, além das versões com a moldura branca de proteção e letras em suas cores originais.

USO DAS VERSÕES DA MARCA EM FUNÇÃO DAS CORES DO PROJETO E SUA LEGIBILIDADE

Para fundos que comprometam a legibilidade ou estejam fora dos padrões cromáticos deste manual, é obrigatório o uso das versões com a moldura branca de proteção.



Cores sólidas (Pantone®) também são aplicáveis às versões em traço das marcas quando a peça não permitir outras aplicações em policromia (CMYK).

CROMIA E MATERIAIS 1/4 (CORES SÓLIDAS)

FAÇA BOM USO DESTE MANUAL E, EM CASO DE DÚVIDAS, CONSULTE A DIVISÃO DE ATENDIMENTO AO PROPONENTE DA SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA E FOMENTO CULTURAL DO MINC.

www.gov.br/cultura

(61) 2024 2122

Atendimento de segunda a sexta, das 9h às 17h

MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO FEDERAL

BRASIL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO