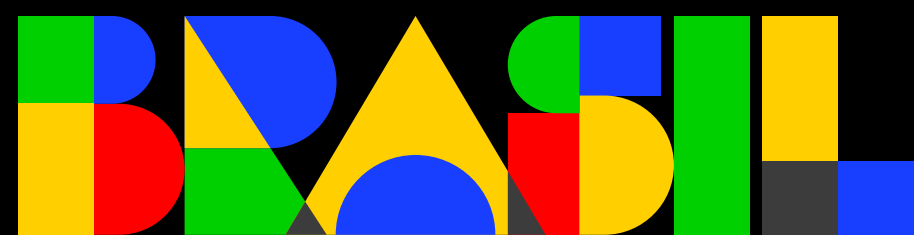


**MANUAL DE USO
DAS MARCAS
DO PRONAC
(PROGRAMA NACIONAL DE
APOIO À CULTURA)
MECANISMOS DA LEI 8.313/91
(LEI ROUANET)**

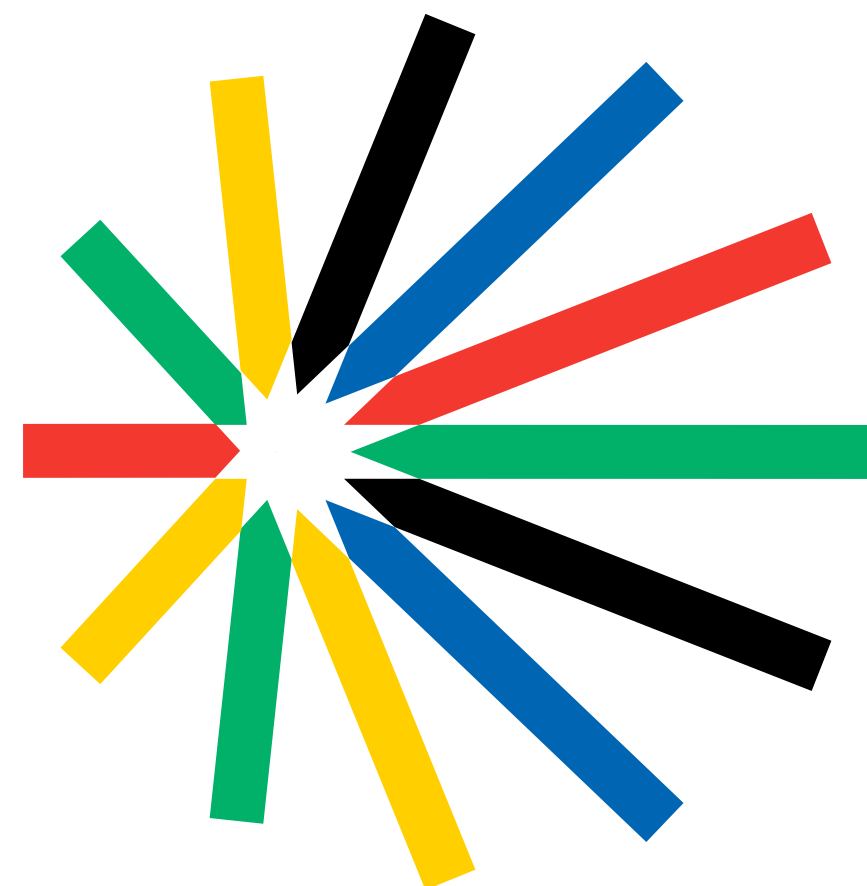
**MINISTÉRIO DA
CULTURA**

GOVERNO FEDERAL



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO





Lei de Incentivo à Cultura

Lei Rouanet

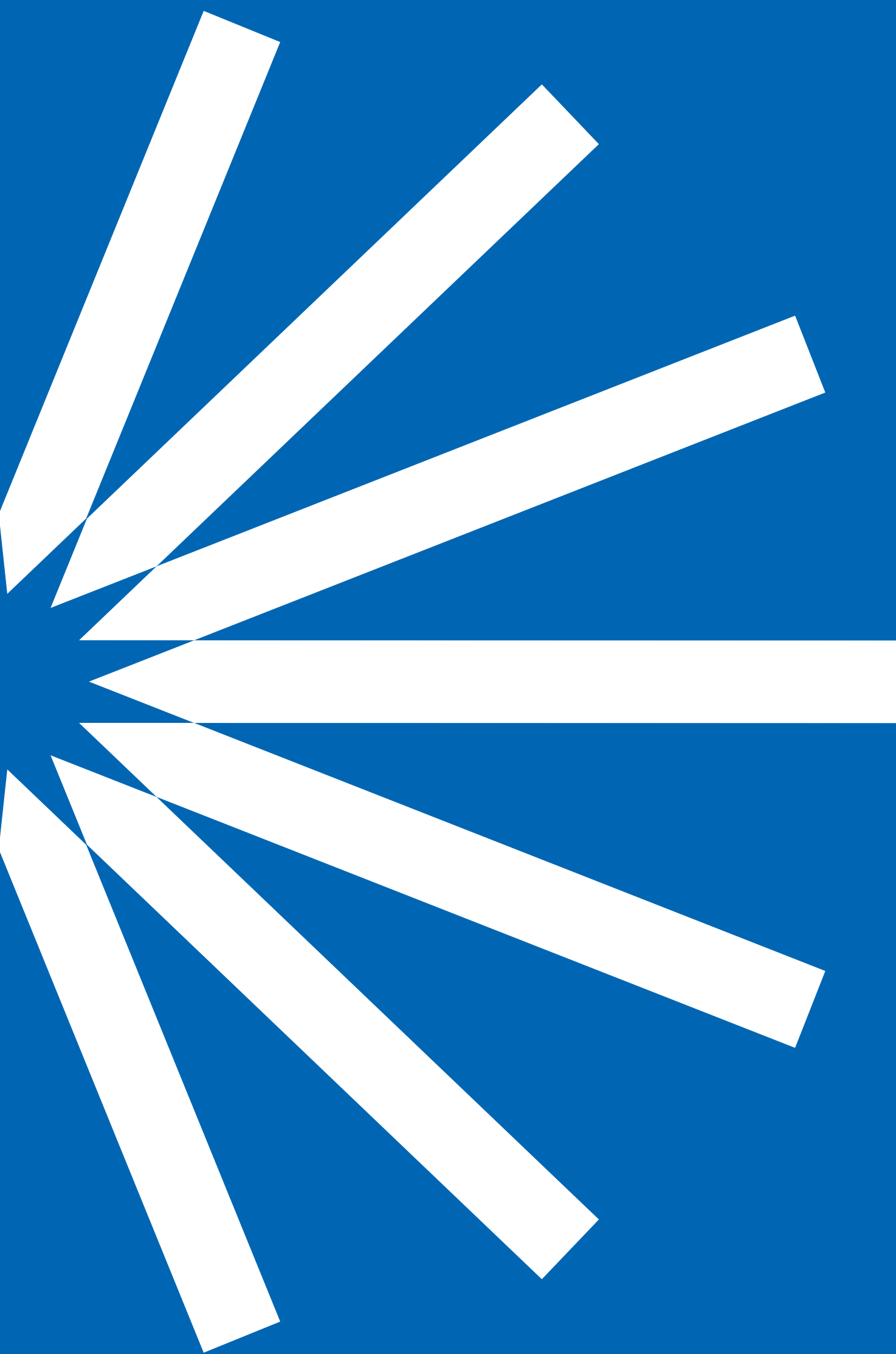
Use esta assinatura para
projetos viabilizado pela
Renúncia Fiscal



Fundo Nacional da Cultura

Lei Rouanet

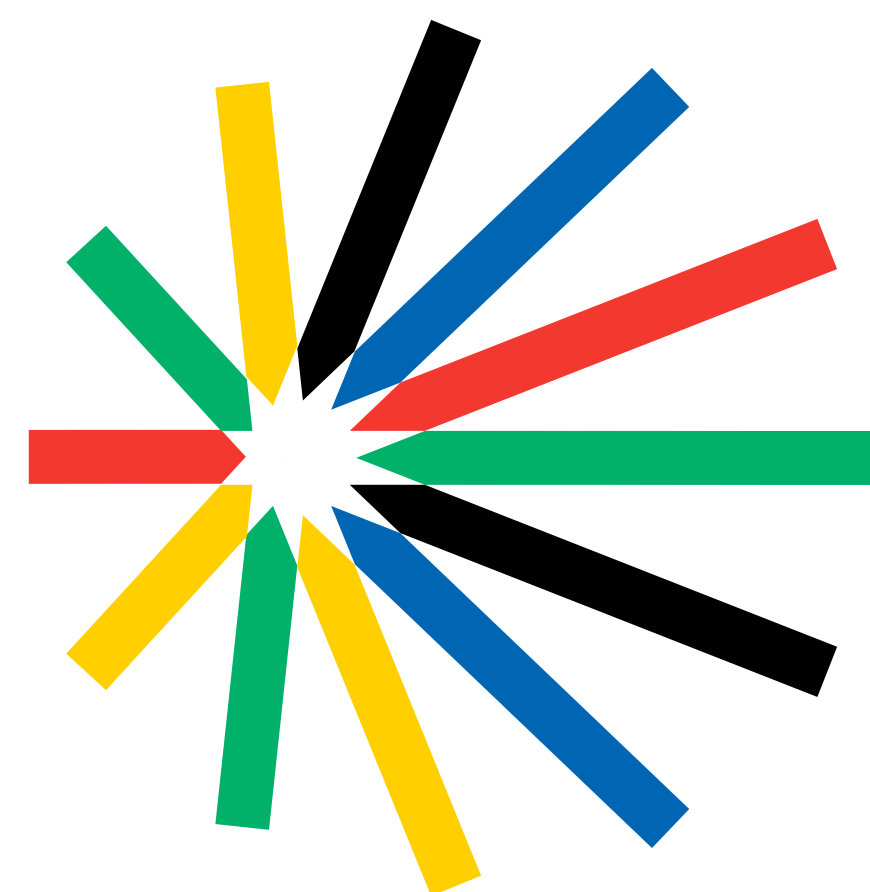
Use esta assinatura para
projetos viabilizado pelo
Fundo Nacional da Cultura (FNC)



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)



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



**Fundo
Nacional
da Cultura**
Lei Rouanet

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.



MINISTÉRIO DA
CULTURA



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>

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 suficiente 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 Petrobrás apresentam

1

2

Ministério da Cultura e duas (1) instituições:

Ministério da Cultura, Caixa e

1

2

Petrobrás 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, 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.



Demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA



**As duas marcas
podem ser aplicadas
em qualquer
ordem entre si**



Demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA





Demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA



Demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA



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 peças pré-gravada.

Espectáculos artísticos em geral.

Na locução de apresentação e/ou encerramento.

Onde posicionar os créditos nas peças publicitárias e placas de obra

Peças de divulgação

Anúncio de jornal, revista ou
quaisquer peças de veículos de mídia
impressa de projetos viabilizados.

Local Preferencial

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 "Minsitério da Cultura apresenta"ao início.

Isolada do “Bloco Marcas”

Para dar maior visibilidade às marcas “Fundo Nacional da Cultura” e “Lei de Incentivo à Cultura”, elas podem ser aplicadas em relação 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
(outdoot, frontilight, backlight, placas de obras, etc.).

**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.

Relacionada ao “Bloco Marcas”

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.

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



Apoio



Patrocínio

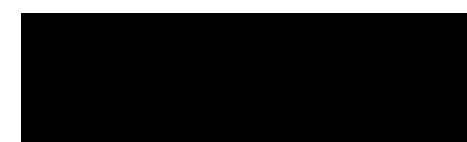
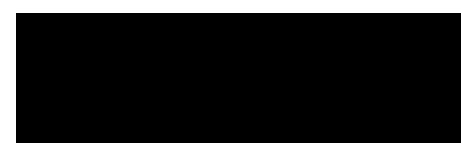


Realização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



Apoio



Patrocínio



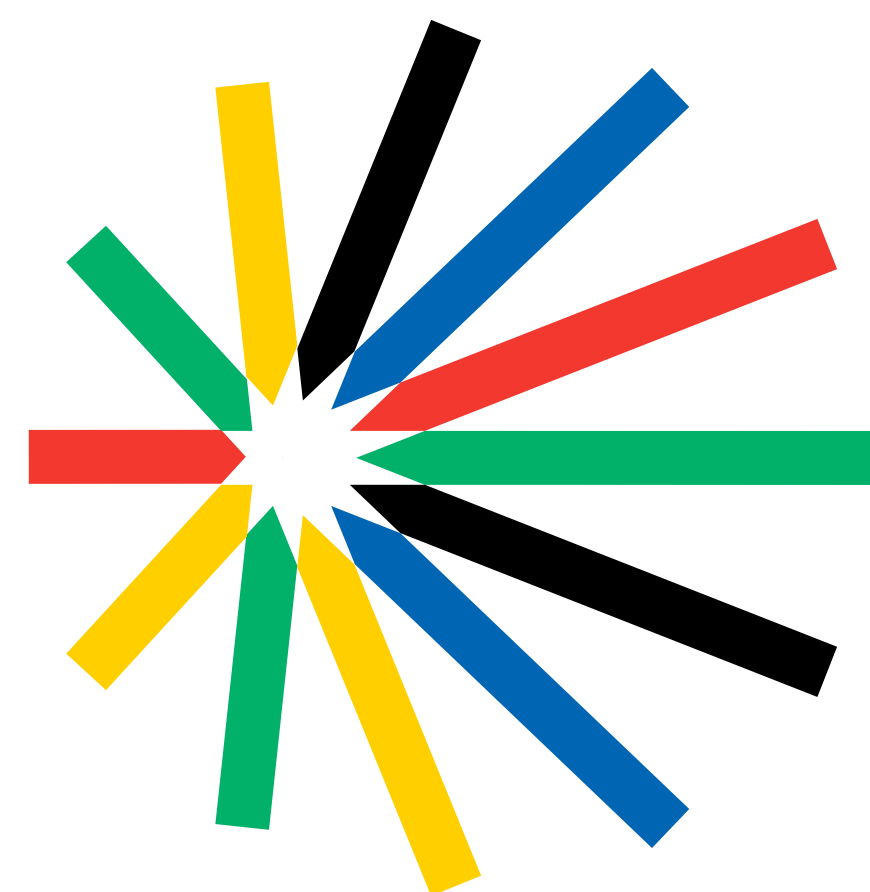
Realização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



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.



Lei de Incentivo à Cultura

Lei Rouanet

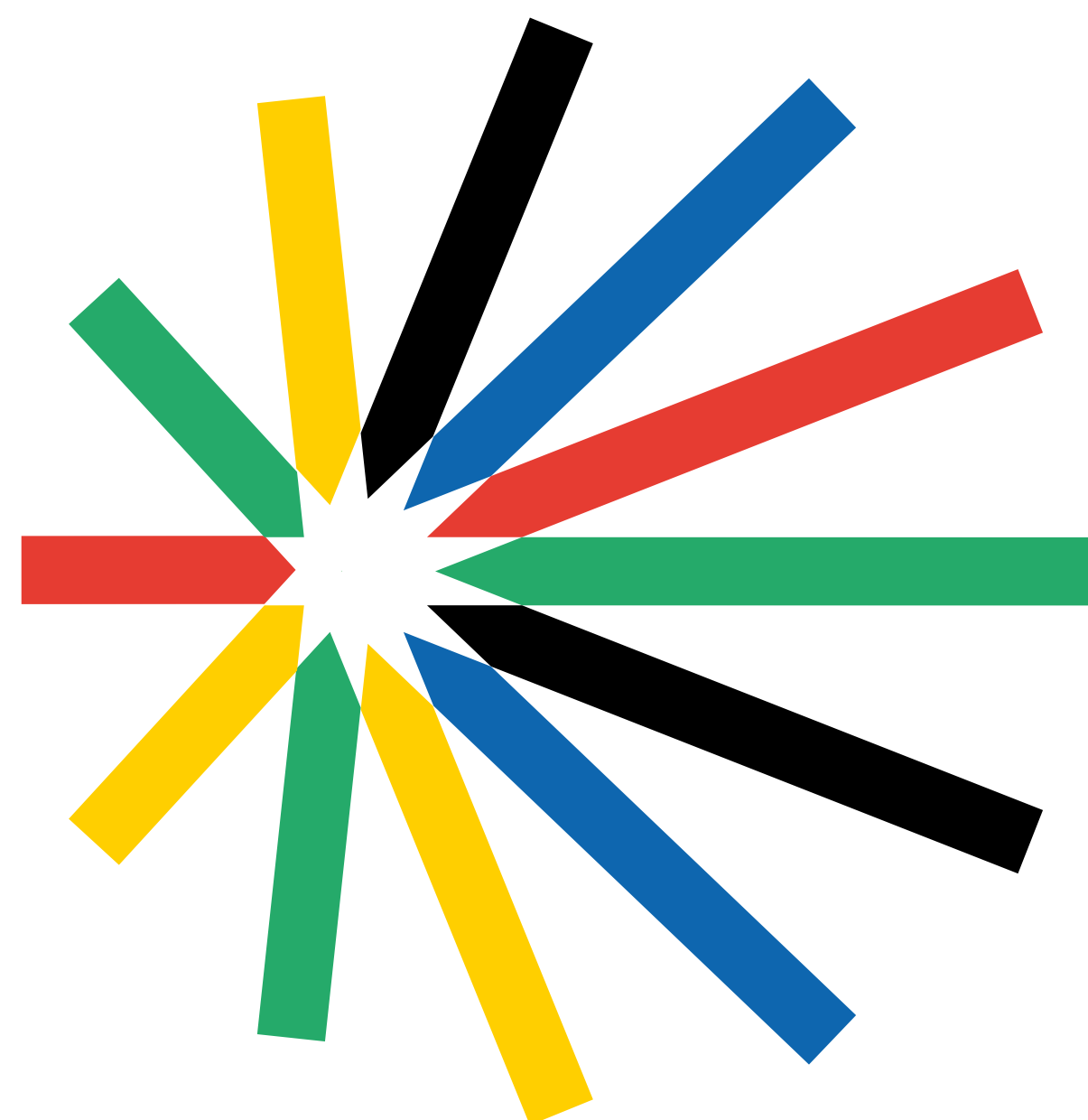
Use esta assinatura para
projetos viabilizado pelo
Fundo Nacional da Cultura (FNC)



Fundo Nacional da Cultura

Lei Rouanet

Use esta assinatura para
projetos viabilizado pela
Renúncia Fiscal



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

ORIENTAÇÃO DE USO

A versão completa e original, em cores sólidas (RGB), deverá ser usada em todas as peças (exceto peças impressas) com assinatura do Governo Federal.

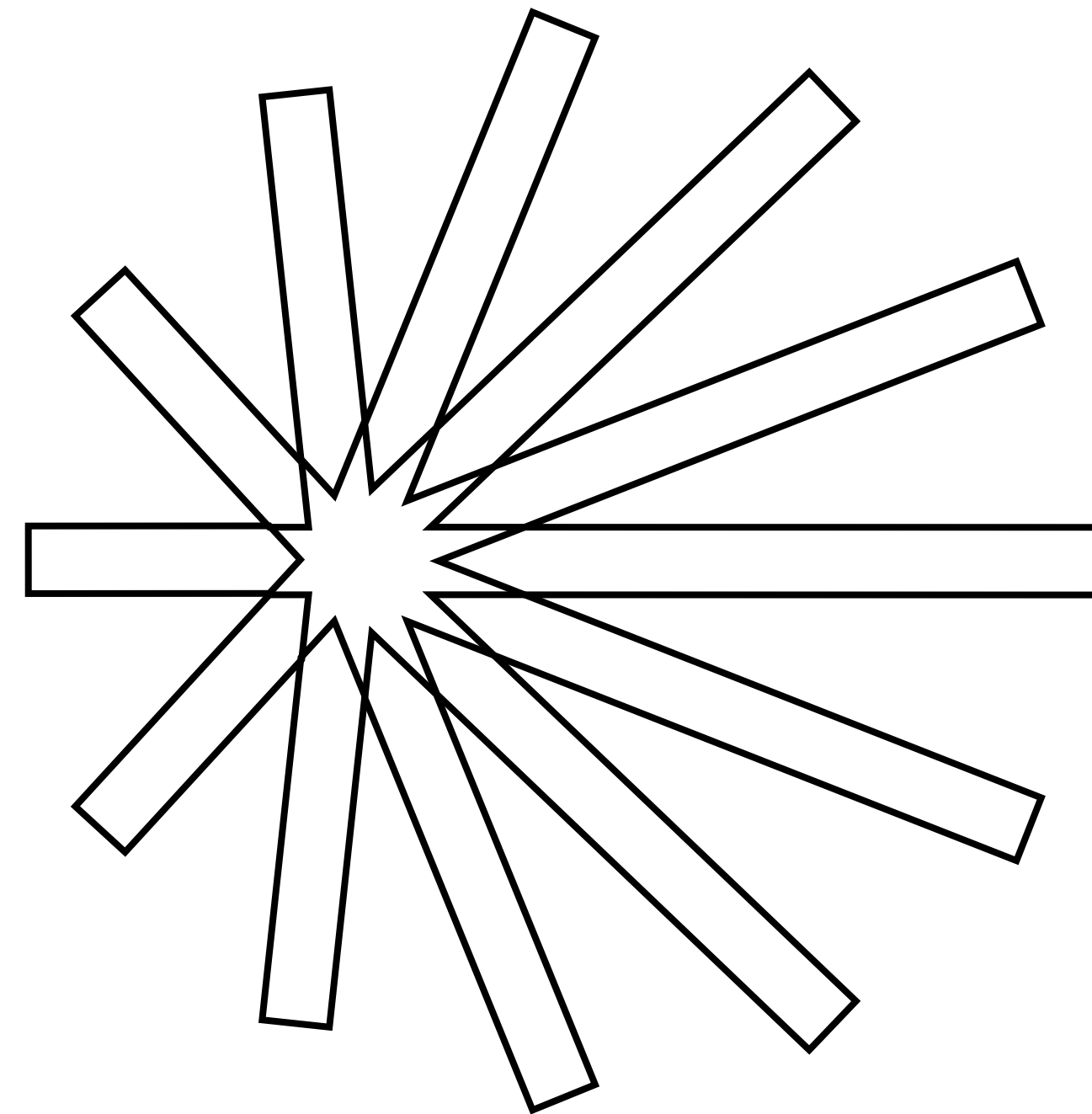


**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

A versão completa e original, em cores sólidas (CMYK), deverá ser usada em todas as peças impressas com assinatura do Governo Federal.

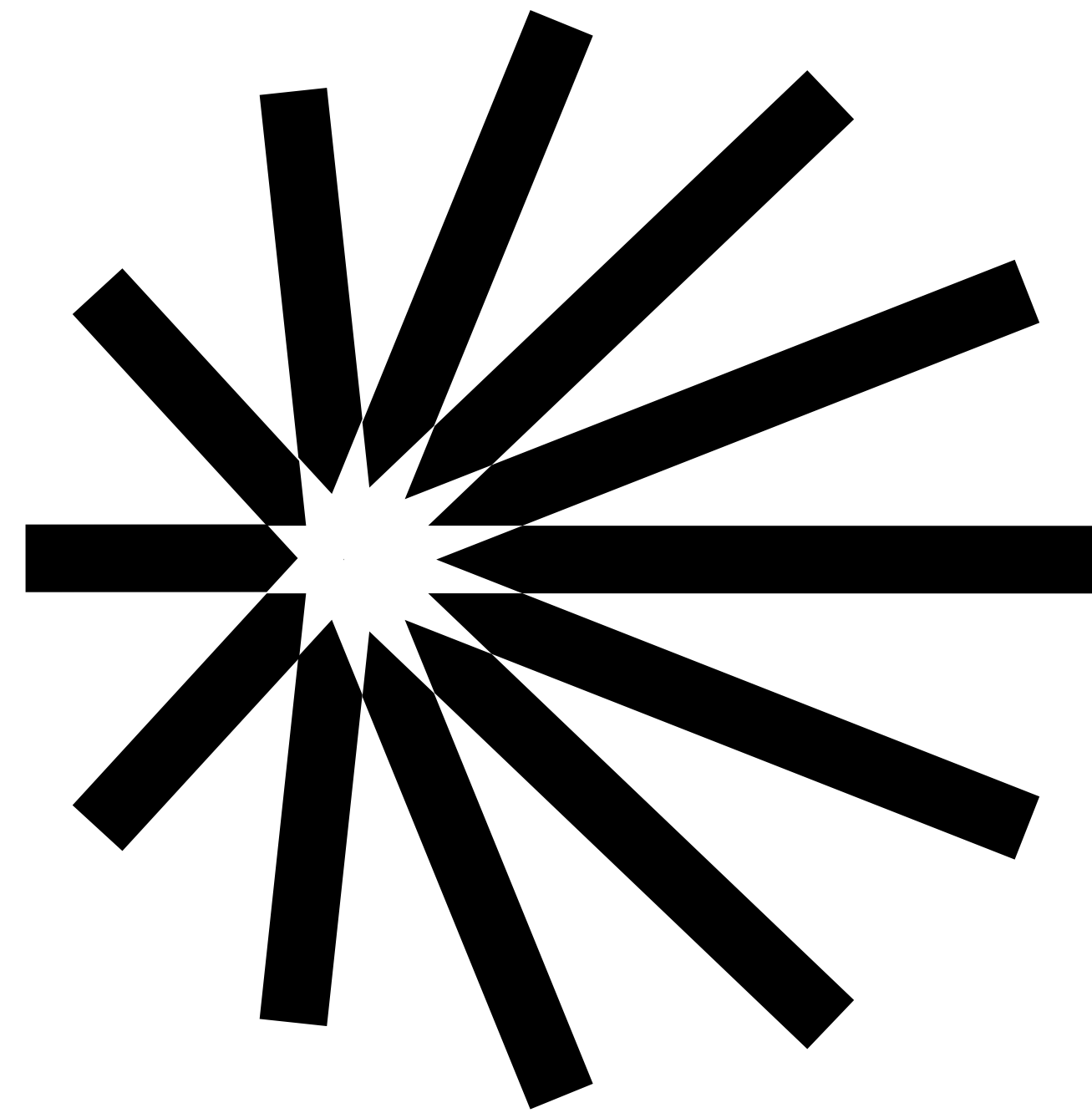


**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



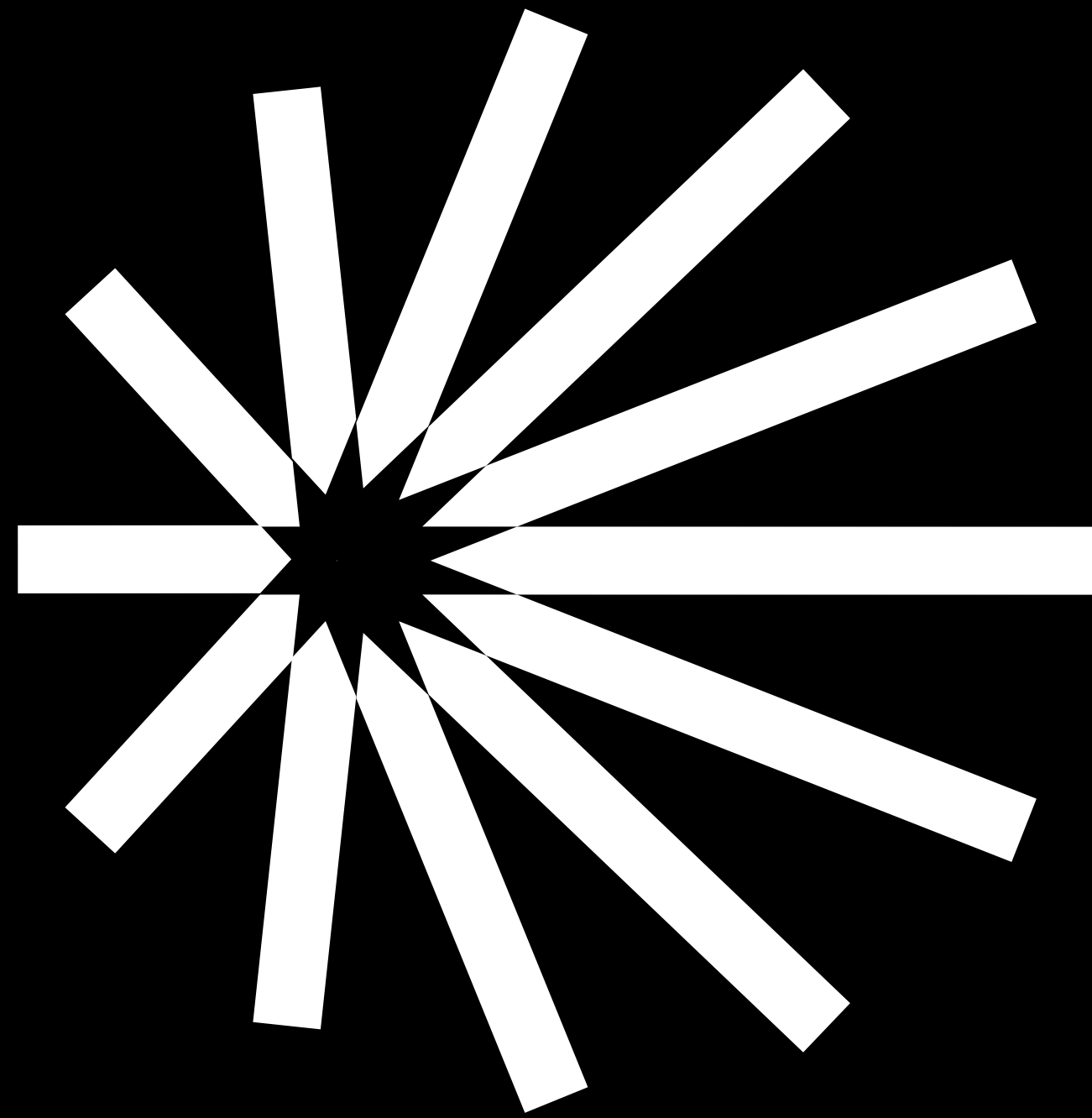
**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

VERSÃO MONOCROMÁTICA
POSITIVA EM PRETO



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

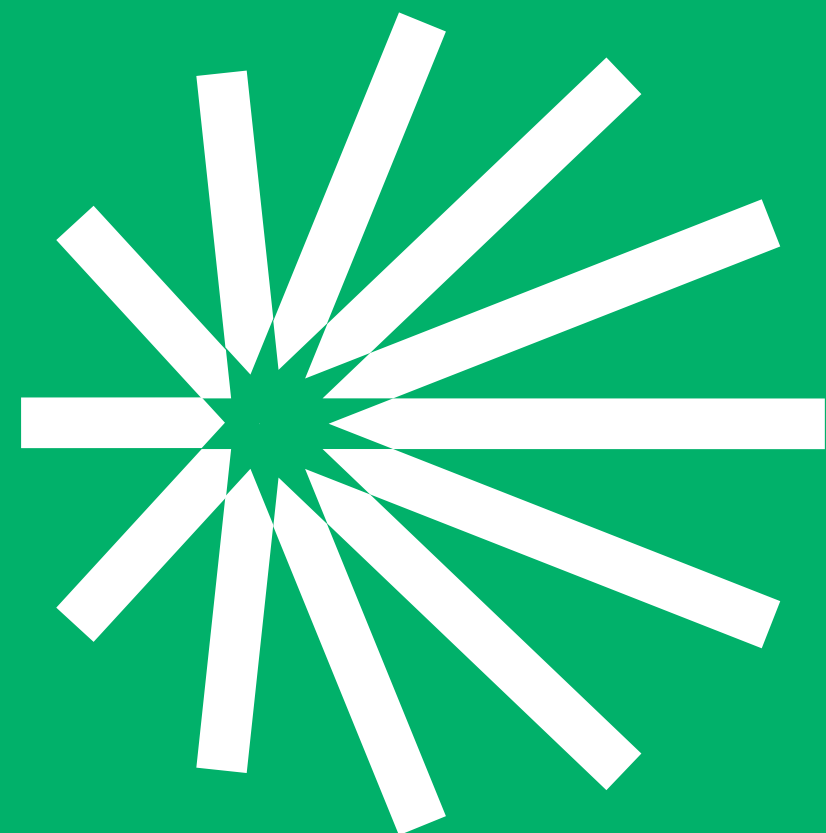
VERSÃO MONOCROMÁTICA
NEGATIVA EM BRANCO



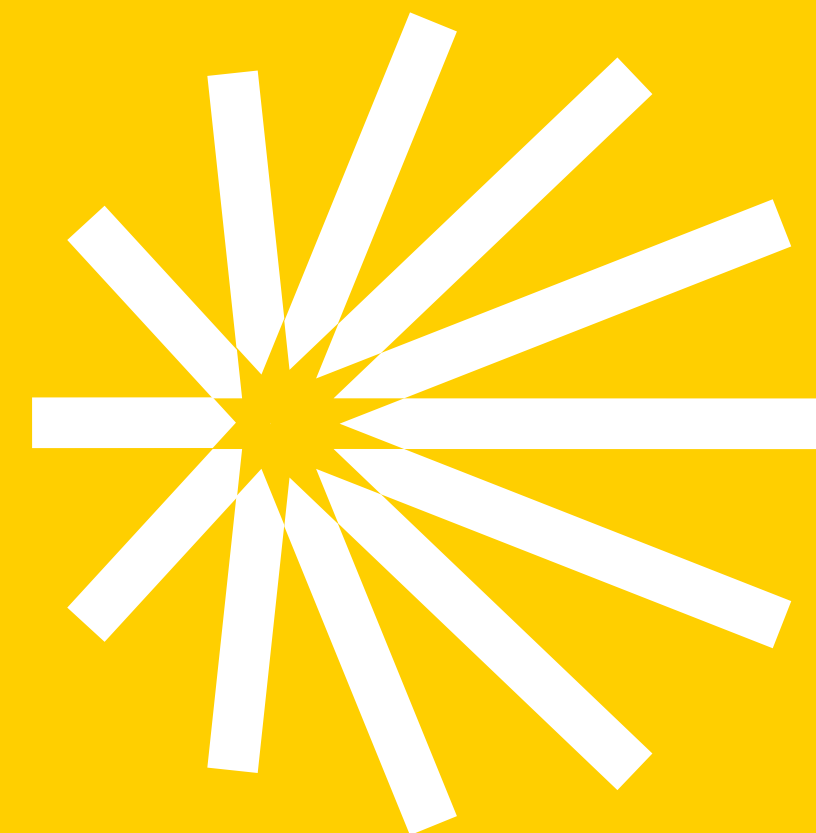
**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

VERSÃO MONOCROMÁTICA EM FUNDOS COLORIDOS

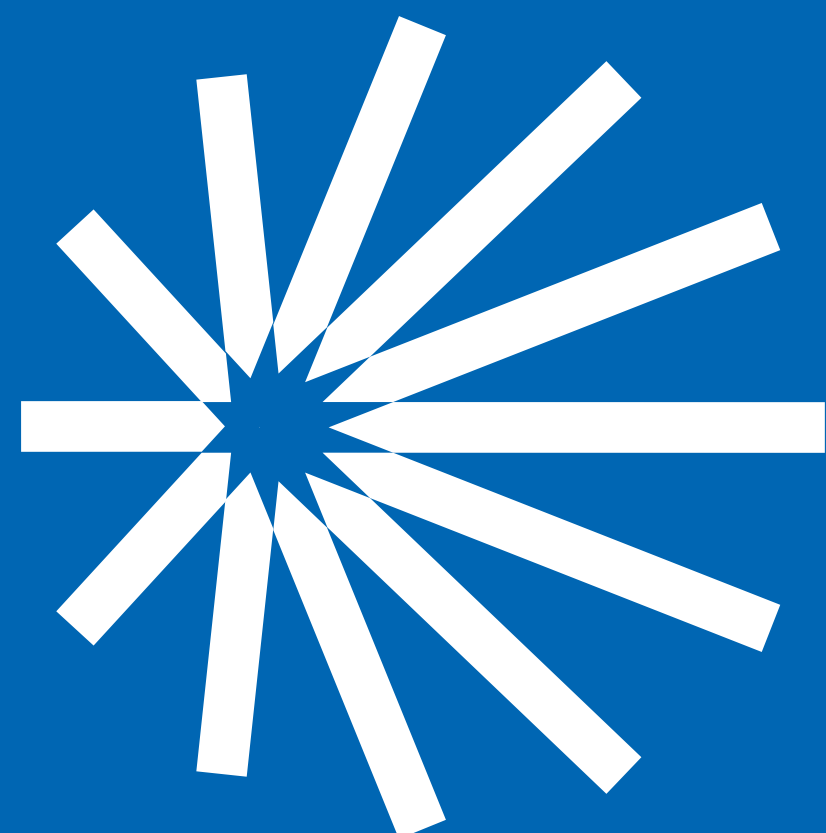
Para fundos com cores muito claras poderá ser usada a versão monocromática em preto.



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



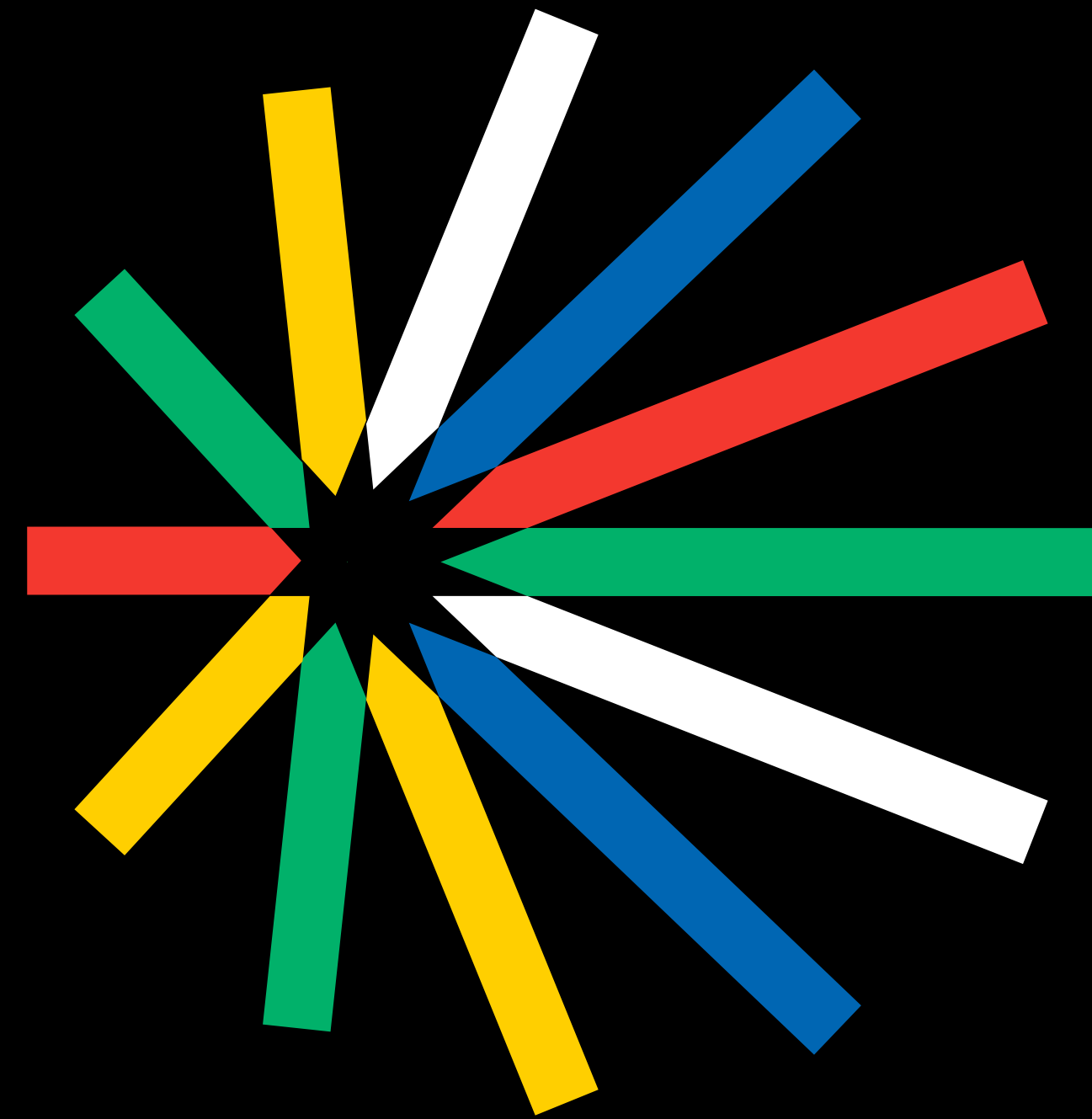
**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet



**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

CAIXA DE PROTEÇÃO ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Deve-se manter uma área de não interferência em torno da marca como distância mínima de qualquer outro elemento visual (inclusive da borda da arte da peça ou de sua marca de corte). Essa distância mínima a ser respeitada está demonstrada no diagrama ao lado, identificada com a letra "x". Entretanto, recomenda-se reservar, sempre que possível, espaçamento maior.



$x/2$ x x x $x/2$

$x/2$

x

**Lei de
Incentivo
à Cultura**
Lei Rouanet

x

$x/2$

LIMITE DE REDUÇÃO

Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca do Governo Federal, sua aplicação em meios impressos não deve adotar comprimento inferior a 3,5 cm (horizontal).

E em meios eletrônicos, a redução máxima é de 200 px.

Em casos excepcionais, onde houver necessidade de uma aplicação ainda menor, tem-se as opções conforme demonstradas ao lado.

Impressão

Comprimento igual
ou maior que
3,5 cm/200 px

2,54cm/98px



MINISTÉRIO DA
CULTURA



Digital

Comprimento igual
ou maior que
2,7 cm/110 px

1,4cm/53px



MINISTÉRIO DA
CULTURA



PALETA DE CORES



TIPOGRAFIA

Apenas as fontes da família Rawline devem ser utilizadas.

Em programações de internet, por razões técnicas, se a fonte Rawline não estiver disponível, recomenda-se a fonte Verdana.

RAWLINE REGULAR
A B C D E F G H I J H L M N O P Q R S T U V X Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 \$ @ # ? ! :

RAWLINE SEMIBOLD
A B C D E F G H I J H L M N O P Q R S T U V X Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 \$ @ # ? ! :

RAWLINE EXTRABOLD
A B C D E F G H I J H L M N O P Q R S T U V X Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 \$ @ # ? ! :

RAWLINE BLACK
A B C D E F G H I J H L M N O P Q R S T U V X Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 \$ @ # ? ! :

USOS INDEVIDOS

NÃO ROTACIONAR



NÃO DISTORCER



NÃO ALTERAR CORES



NÃO APLICAR COMO MARCA-D'ÁGUA



NÃO REPOSICIONAR OS ELEMENTOS



NÃO APLICAR MOLDURA



NÃO APLICAR TRAÇADO

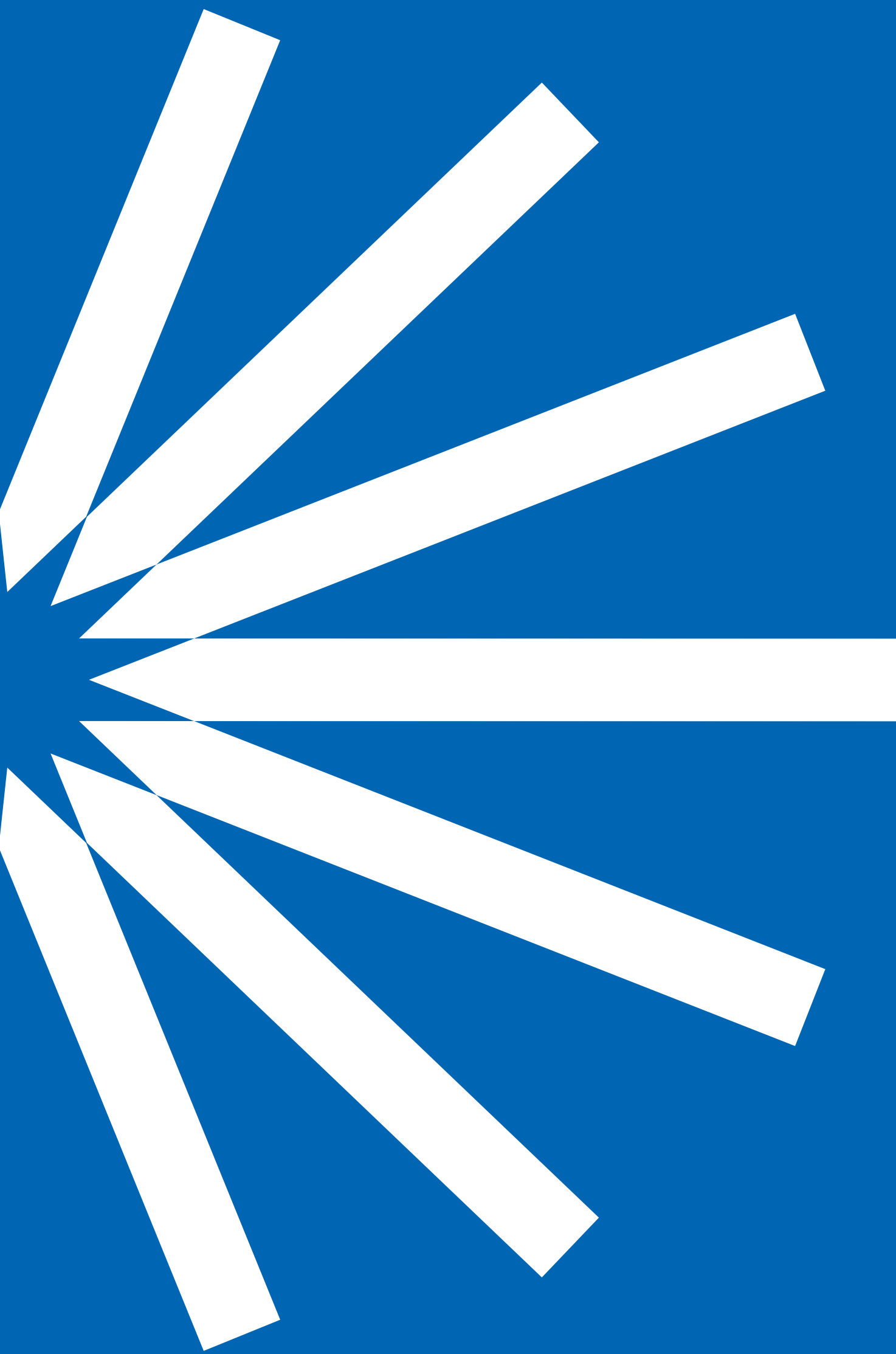


NÃO ALTERAR A TIPOLOGIA



NÃO APLICAR DIRETAMENTE SOBRE FUNDOS INSTÁVEIS





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



**Lei de
Incentivo
a Cultura**
Lei Rouanet

MINISTÉRIO DA
CULTURA



GOVERNO FEDERAL

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

