# 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
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Todas as peças criadas para divulgação dos projetos culturais que estão sob a Lei Rouanet devem ser enviadas via sistema Salic para aprovação prévia.

## MARCA COMPLETA

**Lei Rouanet**
Fundo Nacional
da Cultura

**Lei Rouanet**
Incentivo a
Projetos Culturais

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, Lei Rouanet. Esta Regulamentação abrange projetos viabilizados pelos dois mecanismos da lei: Fundo Nacional da Cultura (FNC) e Incentivo a Projetos Culturais.

O objetivo deste documento é orientar a correta utilização das marcas em peças gráficas, audiovisuais e digitais, garantindo uniformidade, legibilidade e alinhamento com as diretrizes do Ministério da Cultura (MinC) e do Governo Federal.

**Lei 8.313/91 (Lei Rouanet)**

Programa Nacional
de Apoio à Cultura
(PRONAC)

**Lei Rouanet**
Fundo Nacional
da Cultura

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

**Lei Rouanet**
Incentivo a
Projetos Culturais

Use esta assinatura para projetos viabilizados pelo mecanismo de incentivo à cultura

## Fundo Nacional da Cultura

Os projetos viabilizados pelo Fundo Nacional da Cultura (FNC) devem exibir a marca do FNC, a assinatura do Ministério da Cultura e a marca do Governo Federal, conforme as orientações deste manual.

Lei Rouanet
Fundo Nacional da Cultura

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 www.gov.br/secom/pt-br/central-de-conteudo/manuais/uso-da-marca-do-governo-federal

## Incentivo a Projetos Culturais

Os projetos viabilizados pelo mecanismo de incentivo à cultura devem exibir a marca do Incentivo a Projetos Culturais, a assinatura do Ministério da Cultura e a marca do Governo Federal, conforme as orientações deste manual.

Lei Rouanet
Incentivo a Projetos Culturais

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 www.gov.br/secom/pt-br/central-de-conteudo/manuais/uso-da-marca-do-governo-federal

**Todos os projetos que estão sob a Lei Rouanet devem conter a expressão "Ministério da Cultura apresenta", conforme orientações abaixo.**

**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, cor e modo de aplicação para o texto "Ministério da Cultura apresenta" deve harmonizar-se com o visual do projeto, garantindo sempre 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 instituição:

**Ministério da Cultura e Petrobras** apresentam
1 2

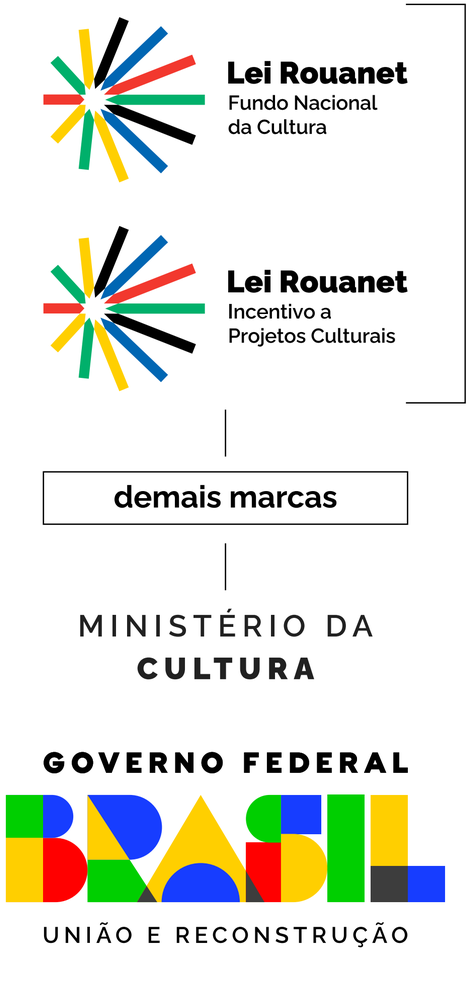
Ministério da Cultura e duas instituições:

**Ministério da Cultura, Caixa e**
1 2
**Petrobras** apresentam
3

**CASO ESPECÍFICO**

Projetos que utilizam simultaneamente o **Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o de Incentivo a Projetos Culturais.**

Os projetos que utilizam simultaneamente o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o Incentivo a Projetos Culturais devem exibir as marcas de ambos os mecanismos, a assinatura do Ministério da Cultura e a marca do Governo Federal, conforme as orientações deste manual. Não há ordem preferencial para a aplicação das marcas do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), desde que sejam mantidas em escala equivalente e com o mesmo posicionamento na página.




As duas marcas podem ser aplicadas em qualquer ordem, desde que sejam mantidos o equilíbrio visual e a proporcionalidade entre elas.

Lei Rouanet
Fundo Nacional
da Cultura

Lei Rouanet
Incentivo a
Projetos Culturais

demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Lei Rouanet
Incentivo a
Projetos Culturais

Lei Rouanet
Fundo Nacional
da Cultura

demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

**CASO ESPECÍFICO**

Lei Rouanet e Vale-Cultura

Com a nova Instrução Normativa (IN) da Lei Rouanet, será **obrigatória a inserção da marca do Vale-Cultura** nas peças de divulgação de atividades culturais de caráter permanente, como planos anuais e plurianuais.

A marca do Vale-Cultura deve ser aplicada logo após a da Lei Rouanet. Importante lembrar que nenhuma delas deve estar incluídas em ‘status de participação’ como realização, apoio, patrocínio, etc.)

Lei Rouanet
Fundo Nacional
da Cultura

vale+ cultura

demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Lei Rouanet
Incentivo a
Projetos Culturais

vale+ cultura

demais marcas

MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

## Aplique a regra abaixo para manter a proporcionalidade e equilíbrio visual entre as marcas da Lei Rouanet e do Vale-Cultura:

A marca do Vale-Cultura deve ter a **mesma altura do texto da marca** da Lei Rouanet (na imagem acima sinalizada como Y).

Essa regra vale tanto para blocos verticais, quanto horizontais.

## Distância mínima entre as marcas Lei Rouanet e Vale-Cultura

A distância **mínima** entre as duas marcas deve ser igual a X, conforme ilustrado acima.

## 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, jornais 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. | Devem, sem exceção, inserir vinheta ou marca padrão do Ministério da Cultura a ser baixada em gov.br/leirouanet. As marcas devem aparecer antes dos letreiros de apresentação e após os créditos finais. |
| Programas e programetes para rádio. | Durante a locução e no final, quando se tratar de peças pré-gravadas. |
| Espetáculos artísticos em geral. | Na locução de apresentação e/ou encerramento. |

**PEÇAS DO PROJETO:**
CAMISETA E ECOBAGS

Camisetas e ecobags, por exemplo, devem conter, além do nome dos projetos e dos patrocinadores, a marca do Fundo Nacional da Cultura (FNC) e/ou Incentivo a Projetos Culturais e a assinatura do MinC + Governo Federal.

Em caso de tecidos escuros, é recomendado o uso da versão especial em fundos escuros das marcas e utilização da tipografia na cor branca.

**Para melhor visualização das marcas, pode ser utilizado o bloco de marcas vertical.**

## Onde posicionar os créditos nas peças publicitárias e placas de obra/ inauguração

| 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, front light, backlight, placas de obras, etc). | De acordo com as especificações deste manual. |
| Comerciais de TV e rádio. | Ao final do comercial acrescentar a expressão “Ministério da Cultura apresenta” ao início. |

## Onde posicionar os créditos nas peças publicitárias e placas de obra/ inauguração

| Peças de divulgação | Local Preferencial |
| --- | --- |
| Em produtos audiovisuais com veiculação não paga que são viabilizados pela Lei Rouanet devem, sem exceção, inserir **vinheta padrão do Ministério da Cultura a ser baixada em gov.br/leirouanet.** | Antes do projeto audiovisual sobre o projeto cultural. |
| Em produtos digitais, tais como peças para redes sociais, sites, blogs, aplicativos etc. | Seguir as orientações sobre a aplicação da marca, ou de forma isolada do bloco, ou abrindo o bloco de marcas. Em peças de redes sociais, como carrossel ou animadas, pode estar na tela de abertura ou fechamento. Em sites, optar para inserir a marca abrindo o bloco de marcas, no rodapé da página inicial. |

**FILME INSTITUCIONAL**

Em apresentação de projetos culturais (como festivais, peças teatrais, espetáculos etc.) que utilizam recursos da Lei Rouanet, deve-se obrigatoriamente **exibir o filme institucional padrão do Ministério da Cultura, disponível em gov.br/leirouanet.**

**LOCAL PREFERENCIAL:** antes da exibição do projeto cultural.

## Confecção das placas de obra

As placas deverão ser confeccionadas de acordo com cores, medidas, proporções e demais orientações contidas no presente manual. Elas deverão ser confeccionadas em chapas planas, metálicas, galvanizadas, ou de madeira compensada impermeabilizada, em material resistente às intempéries. As informações deverão estar em material plástico (poliestireno), para fixação ou adesivação nas placas. Quando isso não for possível, as informações deverão ser pintadas a óleo ou esmalte. Dá-se preferência ao material plástico, pela sua durabilidade e qualidade.

As placas deverão ser afixadas em local visível, preferencialmente no acesso principal do empreendimento ou voltadas para a via que favoreça a melhor visualização. Recomenda-se que as placas sejam mantidas em bom estado de conservação, inclusive quanto à integridade do padrão das cores, durante todo o período de execução das obras.

As informações a seguir são padronizadas para as duas marcas, Fundo Nacional da Cultura (FNC) e Incentivo a Projetos Culturais. Mesmo que os exemplos mostrem apenas uma aplicação, as orientações devem ser seguidas por ambas.

## PLACA DE OBRA:
PADRÃO GERAL DAS PLACAS

A inserção de marcas, selos e/ou nomes de entidades deve seguir sempre a ordem ascendente de importância da esquerda para direita (em assinaturas horizontais) e de cima para baixo (em assinaturas verticais). Ou seja, a marca do Ministério da Cultura deve ser sempre a última à direita em assinaturas horizontais, e abaixo de todas as outras em assinaturas verticais, antes da marca do Governo Federal em ambos os casos .

**Área total:** proporção de 8X x 4X.

**Área do nome da obra (A):**
• Cor de fundo: verde - Pantone 3425 C.
• Fonte: Rawline Bold, caixa alta e baixa.
• Cor da fonte: branca.

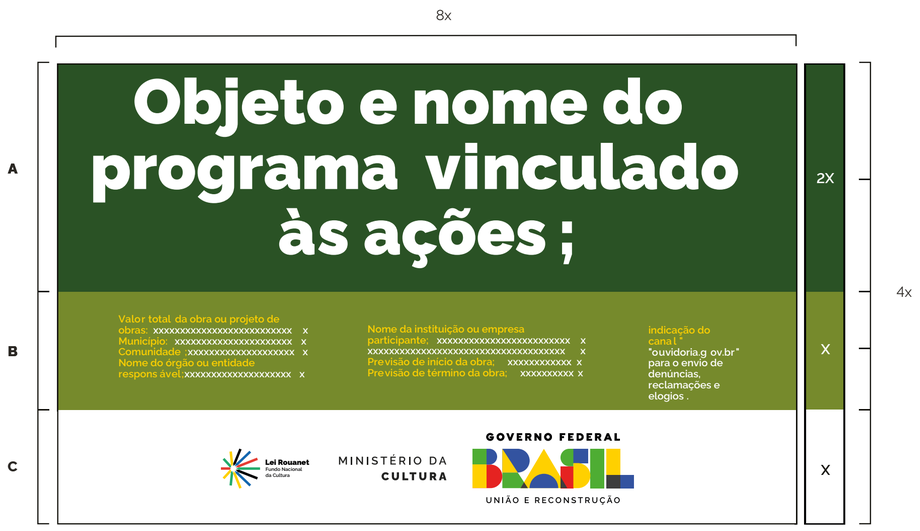
**Área de informações da obra (B):**
• Cor de fundo: verde - Pantone 370 C.
• Fonte: Rawline Regular, caixa alta e baixa.
• Cor da fonte: amarelo - Pantone 116 C e Branca.

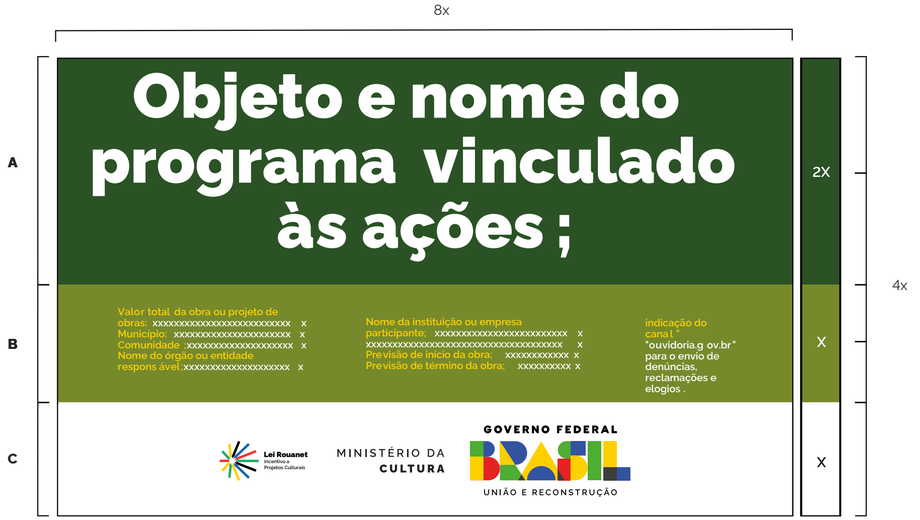
**Espaço entre linhas:**
1 vez o tamanho do corpo da letra.
Exemplo: corpo 60/60.

**Espaço entre letras:**
o espaçamento entre letras é 20.

**Área das assinaturas (C):**
• Cor de fundo: branca.
• As assinaturas devem estar centralizadas.

A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” deve estar em Rawline Semibold e o nome do ministério ou secretaria deve estar em Rawline Black, espaçamento entre letras é -40.




**CMYK :**
C0 M20 Y100 K0
**Pantone :**
Pantone 116 C
**RGB:**
R252 G206 B1

**CMYK :**
C63 M27 Y100 K1 1
**Pantone:**
Pantone 370 C
**RGB:**
R104 G138 B5 8

**CMYK :**
C100 M0 Y100 K6 0
**Pantone:**
Pantone 3425 C
**RGB:**
R0 G88 B3 8

## **PLACA DE OBRA:**
EXEMPLO DE CÁLCULO

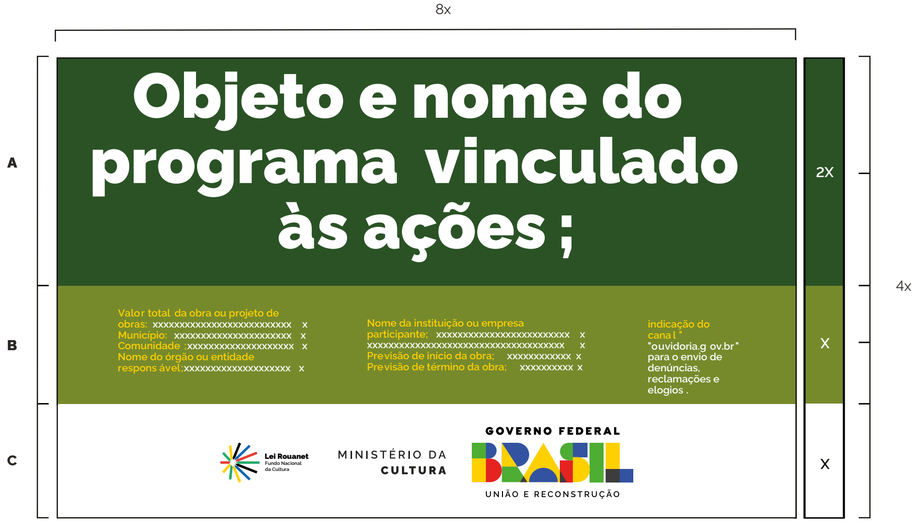
**Cálculo para o tamanho da placa:** definir a base “X” dividindo a altura estabelecida para a placa 8x por 4x. Numa placa com altura de 1,80 m, por exemplo:

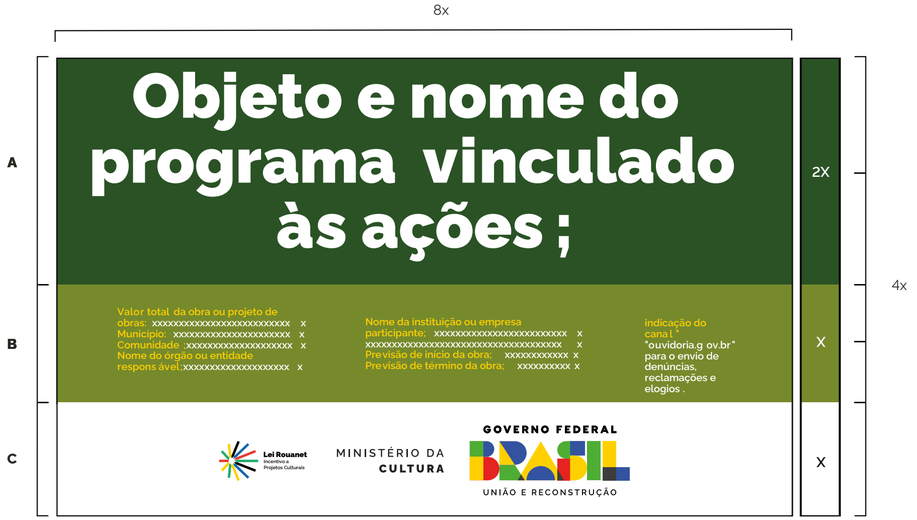
x=1,8/4 = 0,45 m

8 x X = 8 x 0,45 = 3,60 m

A altura de cada área da placa será assim definida:

- **Nome da obra:** 2x=0,90m.
- **Informações da obra:** x=0,45m.
- **Marcas de órgãos e entidades:** x=0,45m.



## **PLACA DE OBRA:**
NOME DA OBRA

**Fonte:** Rawline Bold.

**Cor da fonte:** branca.

**Espaço entre letras:** 0.

**Espaço entre linhas:** 1 vez o tamanho do corpo da letra.

**Exemplo:** o corpo da letra sendo 60, o espaçamento será 60 (60 x 1 = 60).

Deve-se criar, primeiramente, margens à esquerda e à direita e separação central de colunas, de largura 1/2x. O corpo da fonte para o nome da obra será proporcional à largura da área restante.

Cada linha do nome da obra suporta 17 caracteres (contando os espaços) e o alinhamento deve ser centralizado.

O nome da obra pode ser distribuído em até 2 linhas.

**Exceção:** no caso de títulos longos que não se encaixem na regra acima, mudar o cálculo para 23 caracteres por linha, até 3

**Exceção:**

## **PLACA DE OBRA:**
ESPECIFICAÇÕES

**Fonte:** Rawline Regular para o título e para a informação.

**Cor da fonte:** amarelo - Pantone 116 C para o título da informação e branca para a informação.

**Espaço entre letras:** 0.

**Espaço entre linhas:** 1 vez o tamanho do corpo da letra.

**Exemplo:** o corpo da letra sendo 20, o espaçamento será 20 (20 x 1 = 20).

Deve-se criar, primeiramente, margens à esquerda e à direita e separação central de colunas, de largura 1/2x. O corpo da fonte para as informações da obra será proporcional à largura da área restante.

Cada coluna suporta linhas com 40 caracteres (contando os espaços), sendo cada coluna composta de até 4 linhas. O alinhamento deve ser à esquerda.

**PLACA DE OBRA:**
EXEMPLO DE PLACA INSTITUCIONAL

Quando não houver informações das obras destinadas à caixa verde-claro, esta deverá ser suprimida e a placa final ficará menor, ou seja, 3x.

**PLACA DE OBRA:**
EXEMPLO DE PLACA INSTITUCIONAL

### Aplicação com logo dos parceiros

Quando não houver informações das obras destinadas à caixa verde-claro, esta deverá ser suprimida e a placa final ficará menor, ou seja, 3x. A marca deverá ser posicionada entre as marcas de Fundo Nacional da Cultura (FNC) e/ ou Incentivo a Projetos Culturais e Ministério da Cultura + Governo Federal, confrome exemplo ao lado e detalhado a seguir neste manual.

**PLACA DE OBRA:**
ASSINATURAS E MARCAS

Deverá ter 1/3 da altura da área das assinaturas de tamanho “x”, sempre ser centralizada na horizontal, alinhada pela esquerda e seguir a altura da marca nominal “BRASIL” do Governo Federal, conforme exemplo ao lado.

# PLACA DE OBRA:
ASSINATURAS E MARCAS

## Aplicação com logo dos parceiros

Deverá ter 1/3 da altura da área das assinaturas de tamanho “x”, sempre ficar à esquerda da marca do MinC/GOV na horizontal, seguir a altura da marca nominal “BRASIL” do Governo Federal e ficar posicionada depois das marcas ‘Fundo Nacional da Cultura’ e/ou ‘Incentivo a Projetos Culturais’, conforme exemplo ao lado.

**PLACA DE OBRA:**
EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Demais informações e orientações sobre placas de obras devem ser consultadas no Manual de uso da marca do Governo Federal em obras e projetos de obras

Objeto e nome do programa vinculado às ações;
Valor total da obra ou projeto de obras: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Município: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Comunidade: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Nome do orgão ou entidade responsável: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Nome da instituição ou empresa participante: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

**Confecção das placas de inauguração**

Este modelo de placa deve ser confeccionado e afixado nas obras realizadas com investimentos do Governo Federal + Ministério da Cultura e mecanismos da Lei Rouanet. Trata-se de uma placa de aço inox número 18 escovado, 21x29,7cm, fixada por 4 parafusos nos cantos da placa.

O texto deve ser aplicado por impressão serigráfica, alinhado ao centro da placa, e usar a fonte Rawline no tamanho 20 para o nome do empreendimento e 15 para as demais informações, destaques com peso extrabold e outros textos com peso regular.

*As dimensões apresentadas são sugestões, podendo ser adaptadas proporcionalmente de acordo com o espaço disponível.

O conteúdo da placa deve ser disposto da seguinte forma:

• Brasão da República;

• Nome do Empreendimento;

• Autoridades em ordem hierárquica decrescente;

• Local e data de inaguração.

## PLACA DE INAUGURAÇÃO:
PADRÃO GERAL DAS PLACAS

**Área total:** Mínimo 21x29,7cm

**Nome do empreendimento (A):**
• Fonte: “Inauguração do” em rawline regular, caixa baixa, tamanho 20.
Nome do empreendimento em rawline extrabold, caixa alta, tamanho 20.
• Cor da fonte: preta.

**Área de autoridades (B):**
• Fonte: para descrição - rawline regular, caixa alta e baixa.
Nomes - rawline bold, caixa alta. Tamanho 15.
• Cor da fonte: preta.

**Espaço entre linhas:**
1 vez o tamanho do corpo da letra.
Exemplo: corpo 60/60.

**Espaço entre letras:**
o espaçamento entre letras é 20.

**Área das assinaturas (C):**
• As assinaturas devem estar centralizadas.
• Devem estar em suas versões principais coloridas.

A denominação “Ministério do(a)” ou “Secretaria do(a)” deve estar em Rawline Semibold e o nome do ministério ou secretaria deve estar em Rawline Black, espaçamento entre letras é -40.

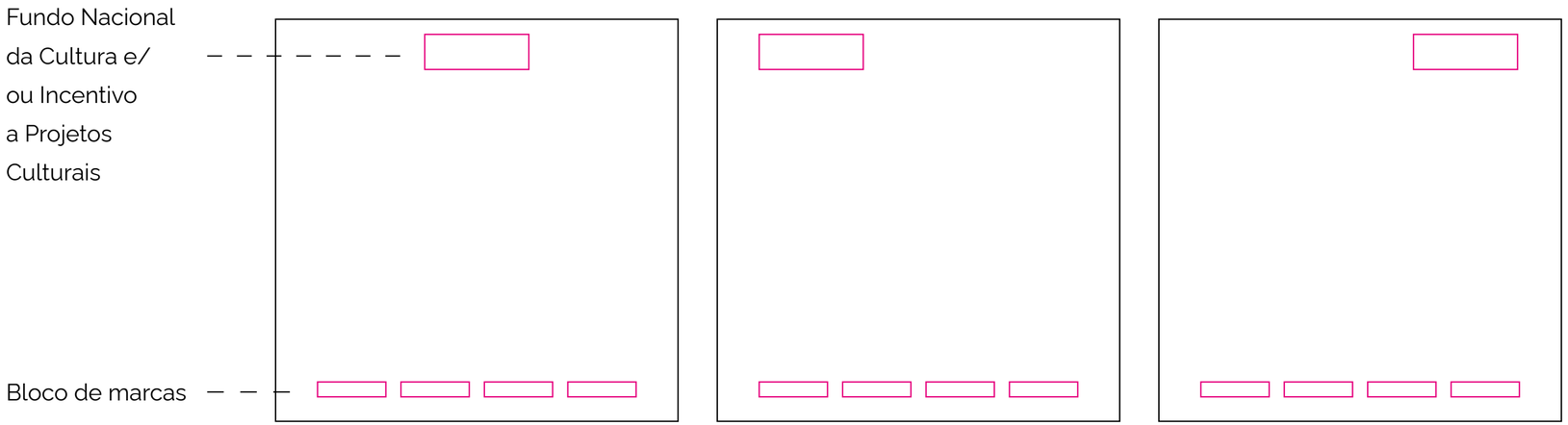
(A) Nome do empreendimento

(B) Autoridades em ordem hierárquica decrescente

## ONDE POSICIONAR AS MARCAS DE FORMA ISOLADA

Para aumentar a visibilidade das marcas **'Fundo Nacional da Cultura'** e **'Incentivo a Projetos Culturais"**, elas podem ser posicionadas nas margens superiores da peça. Essa aplicação deve ser organizada, com destaque proporcional e escala adequada, diferenciando-se do bloco de marcas principal. O uso dessa disposição é recomendado especialmente para as peças descritas a seguir.

- Anúncio Impresso
- Cartaz / Folder
- Banner / Fundo de palco
- Livro / Revista
- Convite / Flyer digital
- Mobiliário urbano (outdoot, front light, backlight, placas de obras, etc.)
- Cards / peças para redes sociais.



**A marca pode ser aplicada de duas formas nas peças de comunicação**

**1. Relacionada ao bloco de marcas:** Deve estar sempre posicionada à extrema esquerda, independentemente da quantidade de outras marcas participantes (como apoio, patrocínio, realização, etc.) no projeto.

**2. Aplicada isoladamente do bloco de marcas:** Em algumas peças, a marca pode ser posicionada isolada do bloco e relacionada a qualquer dos cantos superiores ou ao topo da peça, onde ganhará maior destaque.

**Importante:** As marcas **“Incentivo a Projetos Culturais”** e **“Fundo Nacional da Cultura”** não devem, sob nenhuma circunstância, ser incluídas em ‘status de participação’ como apoio, patrocínio ou realização.

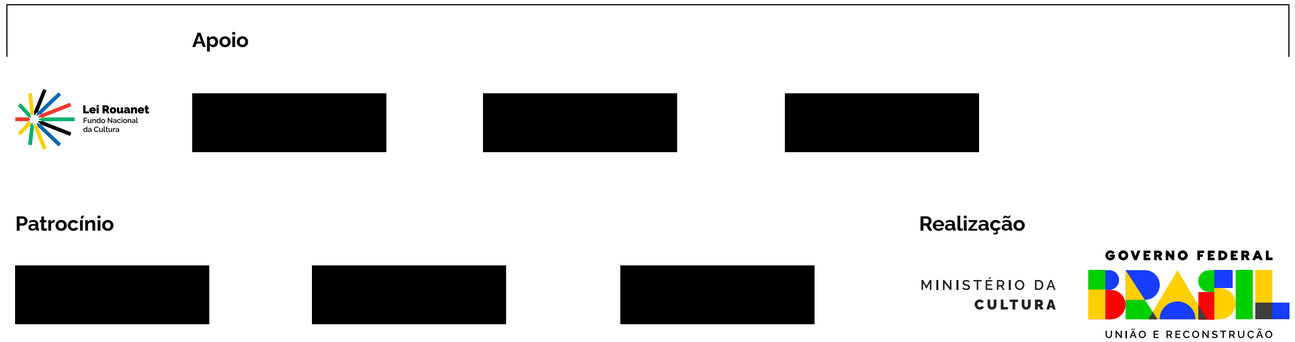
## Glossário de participação

**Patrocínio:** empresas que incentivaram financeiramente o projeto. No bloco de marca, está presente após a marca da Lei Rouanet.
**Apoio:** contribuição com recursos de menor porte, serviços ou permutas. Suas identificações podem ser incluídas no bloco de marca.
**Promoção:** normalmente associado a veículos de comunicação que participam ativamente do projeto. Pode ser incluído no bloco de marca.
**Realização:** entidade responsável pela iniciativa. No bloco de marca, é obrigatória a presença da marca do Governo Federal (último elemento à direita) e do Ministério da Cultura (penúltimo elemento). Se houver recursos provenientes de outras fontes, como estados e municípios, eles também podem ser mencionados.

## POSICIONAMENTO DA MARCA RELACIONADA AO BLOCO DE MARCAS

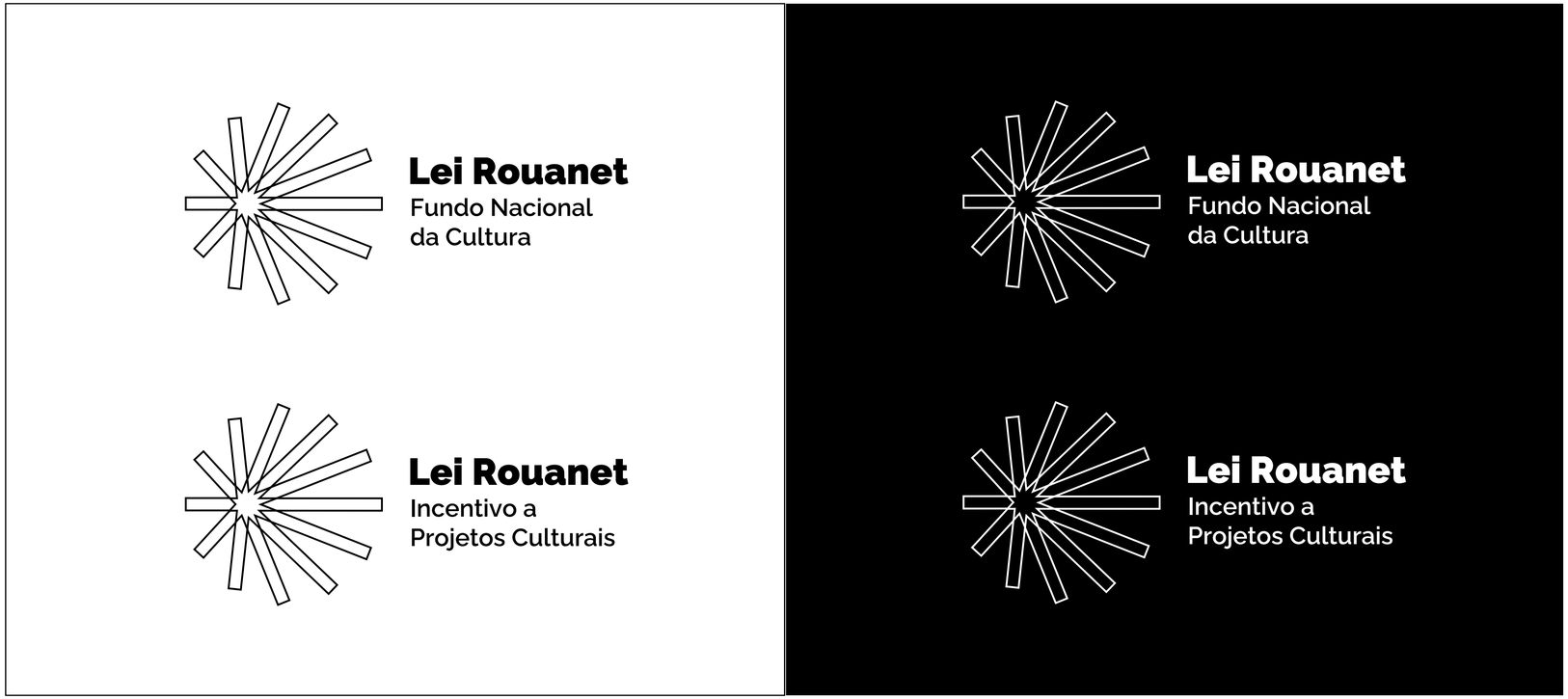
A marca ‘Incentivo a Projetos Culturais deve ser posicionada sempre à extrema esquerda, no início do bloco de marcas, e nunca deve ser incluída em ‘status de participação’, como ‘Apoio’, ‘Promoção’ ou ‘’.

Nos blocos verticais, aplica-se o mesmo princípio, sendo posicionada no topo. Além disso, é fundamental respeitar a proporcionalidade entre as marcas, garantindo que todas sejam apresentadas de forma equilibrada e harmoniosa.



## VERSÃO PREFERENCIAL

## VERSÃO MONOCROMÁTICA – LINHA



## VERSÃO MONOCROMÁTICA POSITIVA EM PRETO

**Lei Rouanet**
Fundo Nacional
da Cultura

**Lei Rouanet**
Incentivo a
Projetos Culturais

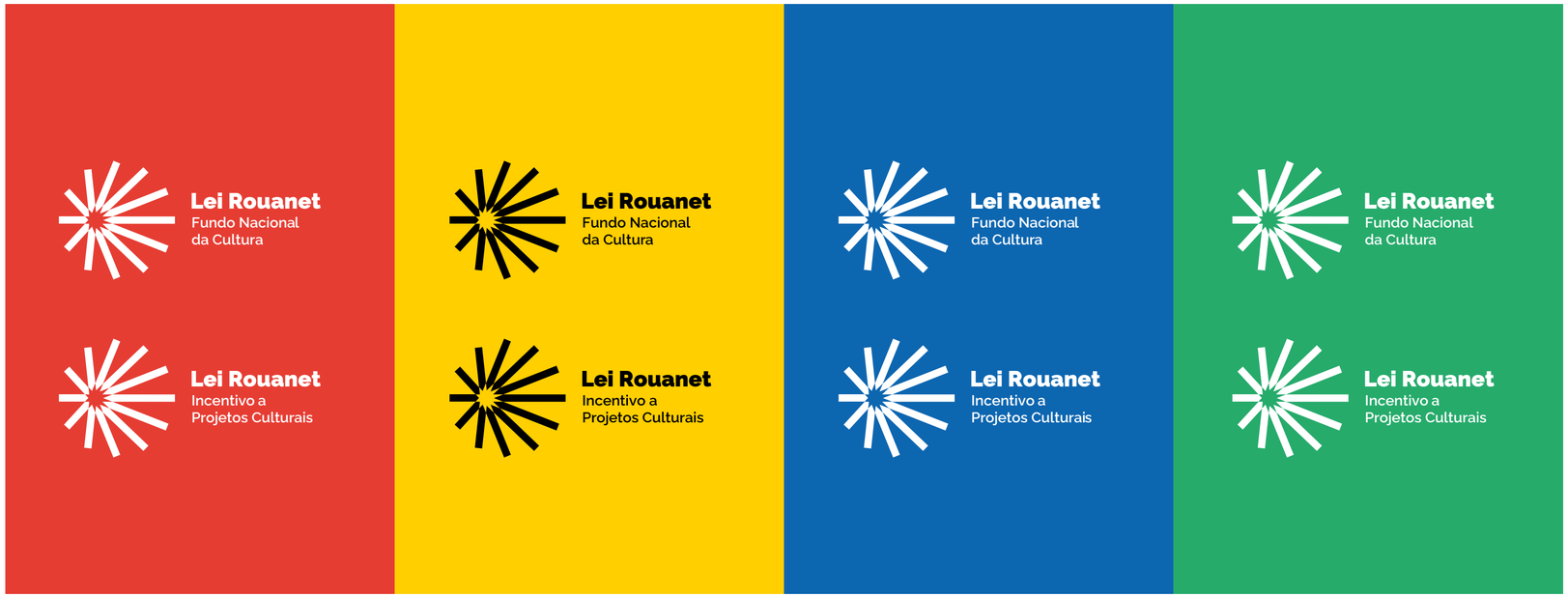
VERSÃO MONOCROMÁTICA
POSITIVA EM PRETO

**Lei Rouanet**
Fundo Nacional
da Cultura

**Lei Rouanet**
Incentivo a
Projetos Culturais

## VERSÃO MONOCROMÁTICA EM FUNDOS COLORIDOS

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



VERSÃO ESPECIAL EM
FUNDO PRETO

**Lei Rouanet**
Fundo Nacional
da Cultura

**Lei Rouanet**
Incentivo a
Projetos Culturais

## CAIXA DE PROTEÇÃO ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

É necessário manter uma área de não interferência ao redor da marca, garantindo uma distância mínima em relação a qualquer outro elemento visual, incluindo bordas da arte ou marcas de corte da peça. Essa distância mínima está ilustrada no diagrama ao lado, identificado pela letra “x”. Sempre que possível, recomenda-se ampliar o espaçamento para garantir maior destaque e visibilidade da marca.

## APLICAÇÃO EM BOX BRANCO

## LIMITE DE REDUÇÃO

Para preservar a integridade e a legibilidade da marca do Governo Federal, o comprimento mínimo permitido para aplicações em meios impressos é de 3,5 cm (horizontal). Já em meios eletrônicos, a redução máxima é de 200 px.

Em situações excepcionais que exijam um tamanho menor, podem ser utilizadas as alternativas apresentadas no diagrama ao lado.

### Impresso

2,54cm/98px

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

2,54cm/98px

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

### Digital

1,4cm/53px

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

1,4cm/53px

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

# 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**

Em caso de dúvidas, entre em contato com a Divisão de Atendimento ao Proponente da Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural do MinC:

**Site:** www.gov.br/cultura

**Telefone:** (61) 2024 2122

**Horário de atendimento:** Segunda a sexta, das 9h às 17h.