

MANUAL DE USO DAS MARCAS DO PRONAC

(PROGRAMA NACIONAL DE
APOIO À CULTURA)

MECANISMOS DA LEI 8.313/91 (LEI ROUANET)

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

ESTE MANUAL ESTABELECE AS REGRAS DE APLICAÇÃO E ORIENTA O USO DAS MARCAS DO PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA (PRONAC), INSTITUÍDO PELA LEI Nº 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.

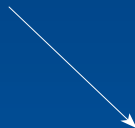
LEI 8.313/91 (LEI ROUANET)



PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA (PRONAC)



FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



USE ESTA ASSINATURA PARA
PROJETOS VIABILIZADOS
PELO FUNDO NACIONAL
DA CULTURA (FNC)

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



- Para detalhes sobre a aplicação e o uso da marca do Governo Federal, consulte o manual disponível no sítio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom-PR) – <http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/patrocinio/manuais>

Mecanismo: LEI DE INCENTIVO À CULTURA

ARTIGO 26 - REGRA GERAL

Para **projetos enquadrados no artigo 26** da Lei nº 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*



Ministério da
Cultura



- Para detalhes sobre a aplicação e o uso da marca do Governo Federal, consulte o manual disponível no sítio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom-PR) – <http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/patrocinio/manuais>

ARTIGO 18 - REGRA GERAL

Para os **projetos enquadrados no artigo 18** da Lei nº 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.



**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 (<i>outdoor, frontlight, backlight</i> , 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.

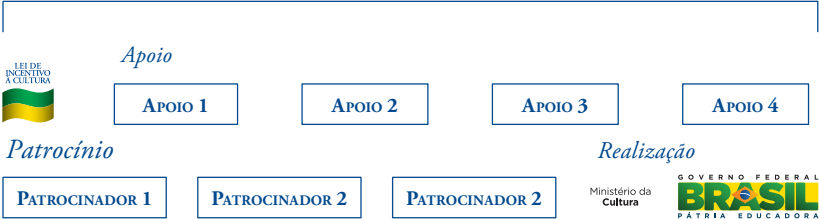
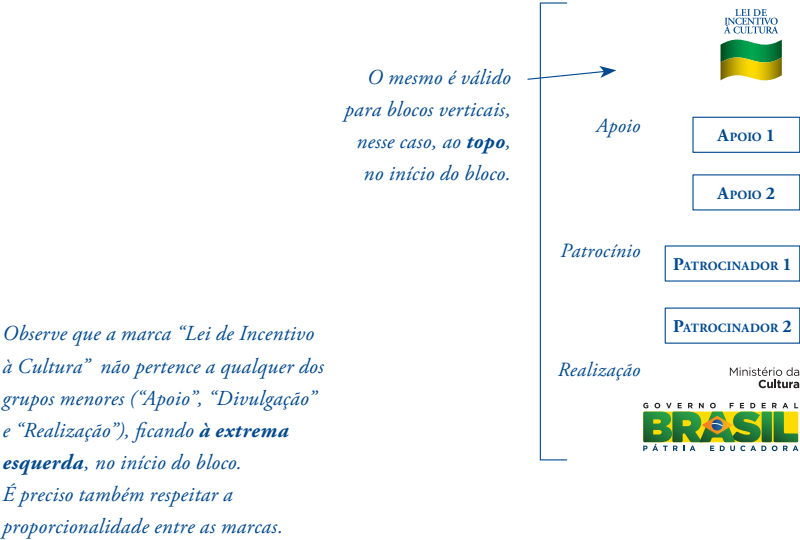
1. Relacionada ao bloco de marcas, sempre à sua *extrema esquerda*, independentemente da quantidade de outras marcas participantes como apoio, patrocínio etc. do projeto.

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



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 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

Convite / *Flyer* digital

Cartaz / *Folder*

Mobiliário urbano (*outdoor*,

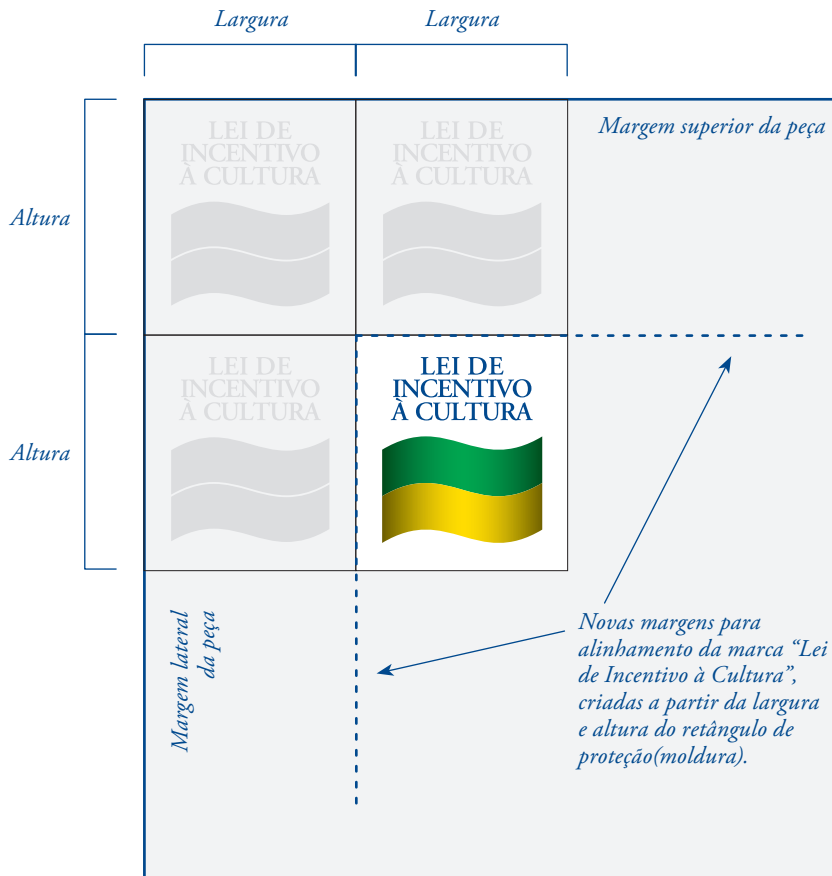
Banner / Fundo de palco

frontlight, backlight, placas de

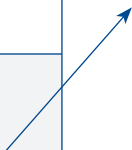
Livro / Revista

obras, *etc.*).

REGRA GERAL DE DISTANCIAMENTO DAS MARGENS



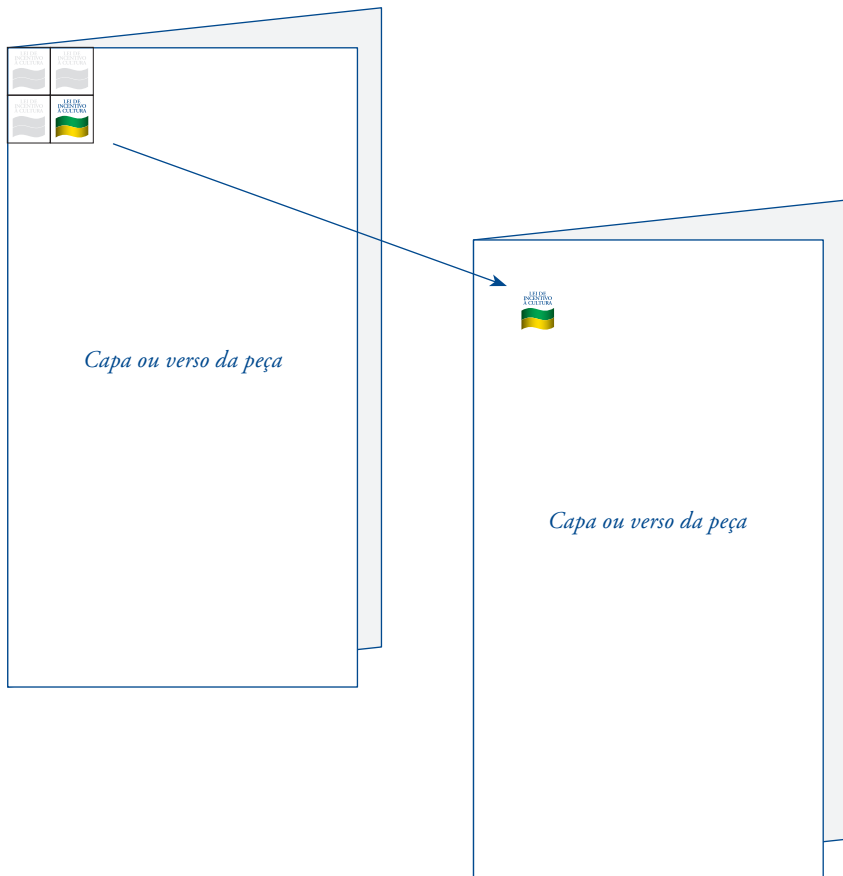
EXEMPLOS GERAIS - APLICAÇÃO ISOLADA



Cartaz

Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA



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 HOVER PREJUÍZO DE LEGIBILIDADE**

Uso preferencial.



MARCAS

LEI DE INCENTIVO À CULTURA

Uso preferencial.



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



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



*Margens mínimas
de proteção,
indicadas pelas
linhas coloridas.*



**ÁREA DE SEGURANÇA
DA MARCA SEM MOLDURA**



*Margens mínimas
de proteção,
indicadas pelas
linhas coloridas.*



**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)*

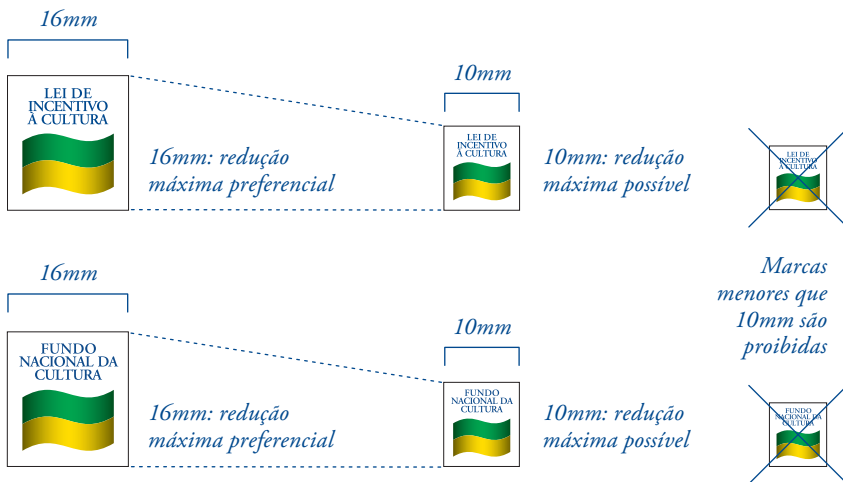
TIPOLOGIA | ADOBE GARAMOND PRO
REGULAR, *ITALIC*, **BOLD** E ***BOLD ITALIC***

“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.**

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



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

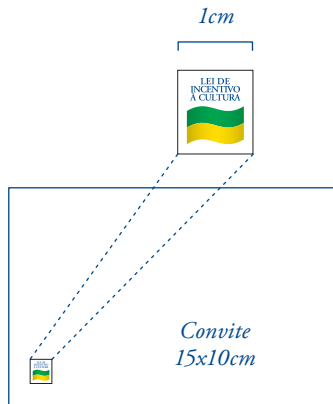
Exemplo 1*Folheto formato 210x290mm*

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

**Exemplo 2***Convite formato 15x10cm*

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

*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.*



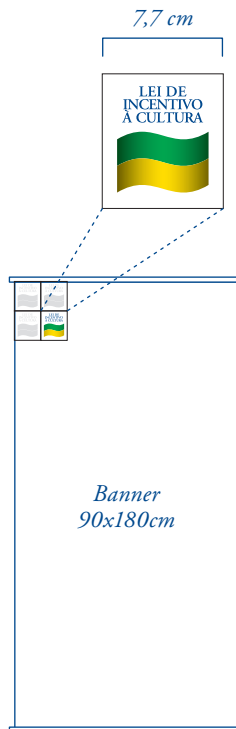
EXEMPLOS DE CÁLCULOS DA LARGURA MÍNIMA DAS MARCAS

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.





FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA



FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA



FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA



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

LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



CROMIA E MATERIAIS 1/4
(CORES SÓLIDAS)

FUNDO
NACIONAL DA
CULTURA
LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA

C 100
M 70
Y 0
K 20

Pantone 116

Esmalte sintético
Azul D'el Rey 164

Vinil 3M opaco: Sapphire Blue
Vinil 3M translúcido: Blue



C 86
M 18
Y 100
K 4

Pantone 348

Esmalte sintético
Verde Folha 651

Vinil 3M opaco: Dark Green
Vinil 3M translúcido: Holly Green



C 4
M 22
Y 100
K 0

Pantone 280

Esmalte sintético
Amarelo Trigo 509

Vinil 3M opaco: Bright Yellow
Vinil 3M translúcido: Yellow

DOCUMENTOS RELACIONADOS

PARA A TOTAL COMPREENSÃO DESTE MANUAL, É INDISPENSÁVEL A
LEITURA DOS DOCUMENTOS ABAIXO:

Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet);

Decreto 5.761, de 27 de abril de 2006;

**Instruções Normativas nº 1, de 5 de outubro de 2010, e nº 3, de 30
de dezembro de 2010.**

**FAÇA BOM USO DESTE MANUAL E, EM CASO DE
DÚVIDAS, CONSULTE A DIVISÃO DE ATENDIMENTO
AO PROPONENTE DA SECRETARIA DE FOMENTO
E INCENTIVO À CULTURA (SEFIC) DO MINC.**

www.cultura.gov.br

(61) 2024 2082

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