

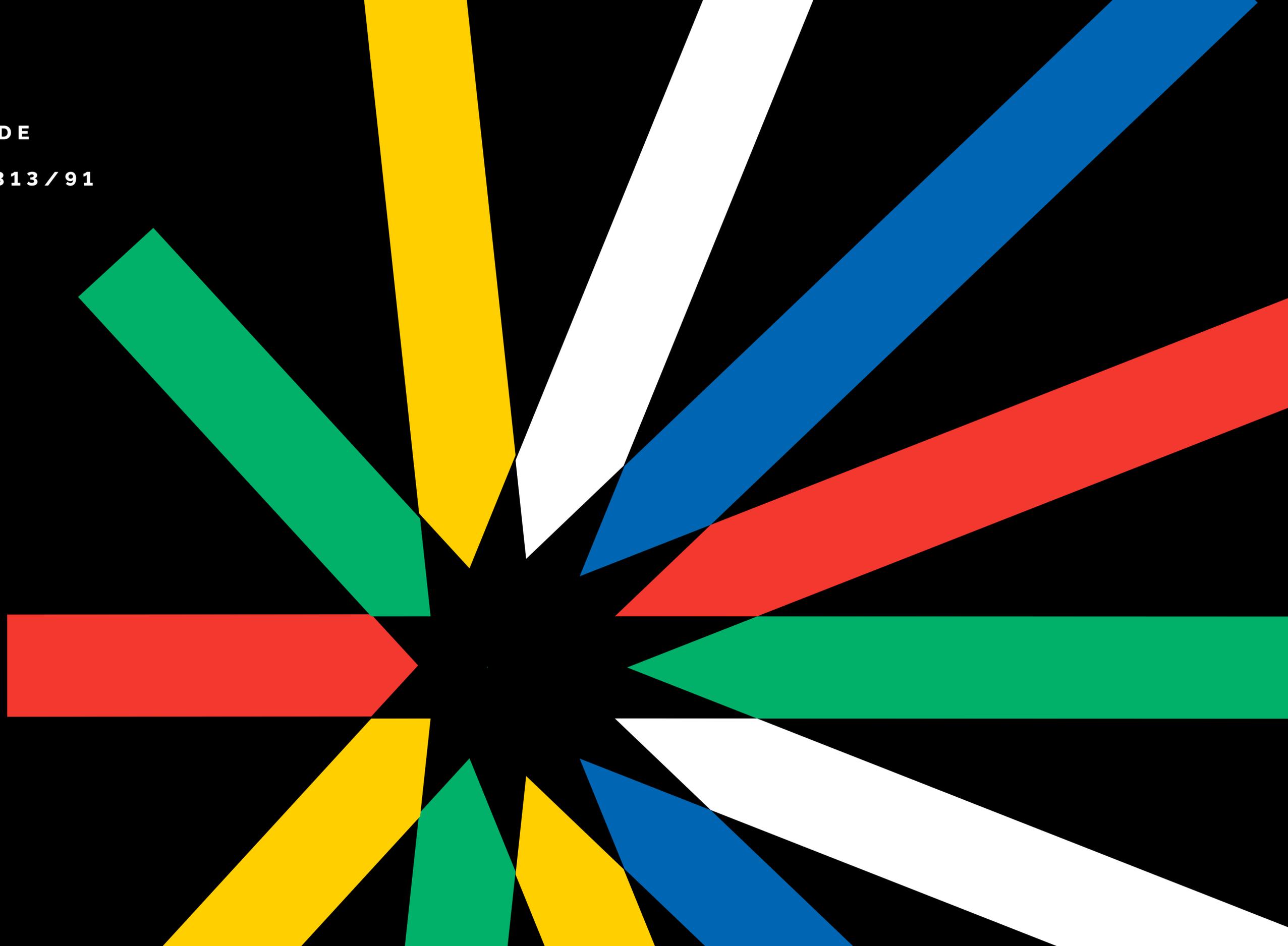
**MANUAL DE USO  
DAS MARCAS  
DO PRONAC  
(PROGRAMA NACIONAL DE  
APOIO À CULTURA)  
MECANISMOS DA LEI 8.313/91  
(LEI ROUANET)**

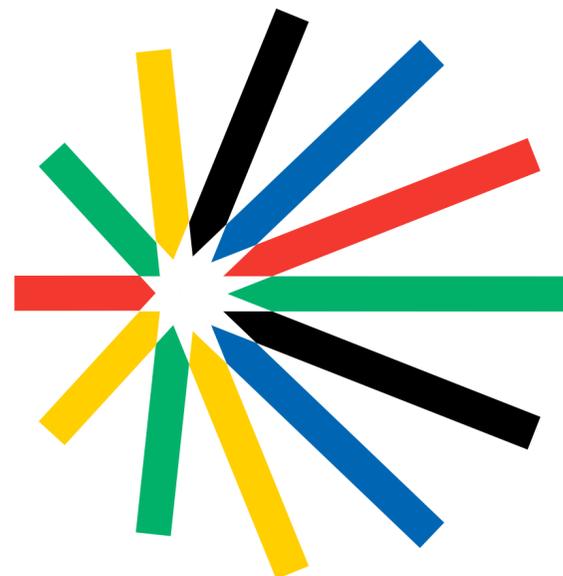
**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**

**GOVERNO FEDERAL**



**UNIÃO E RECONSTRUÇÃO**

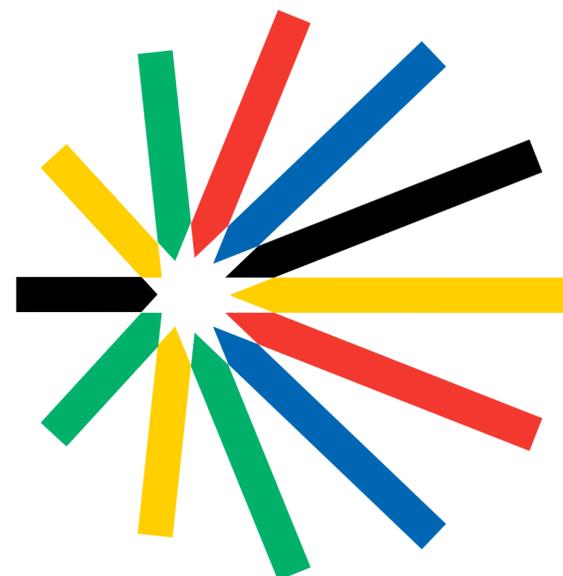




# **Lei de Incentivo à Cultura**

Lei Rouanet

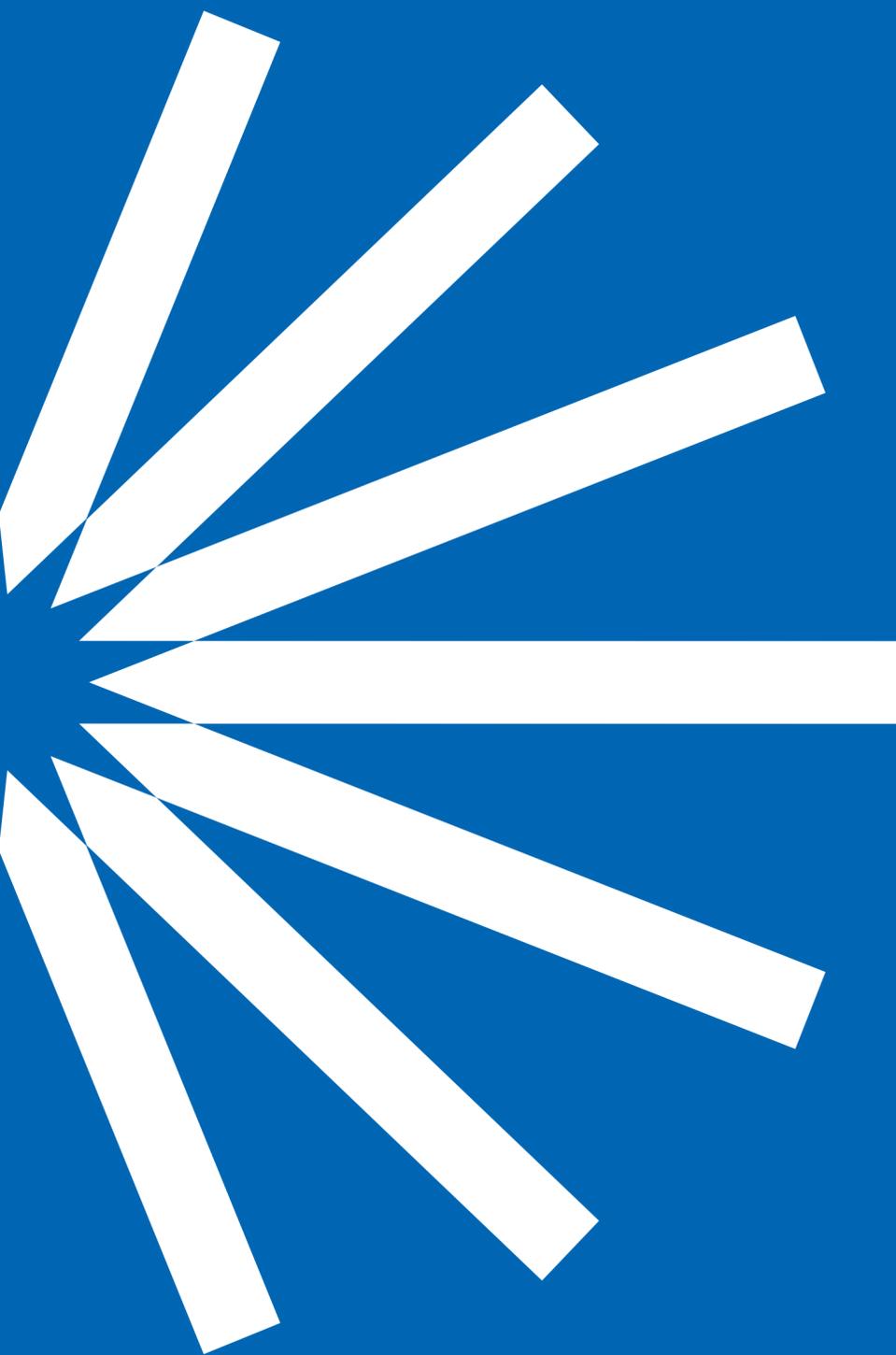
Use esta assinatura para  
projetos viabilizado pela  
Renúncia Fiscal



# **Fundo Nacional da Cultura**

Lei Rouanet

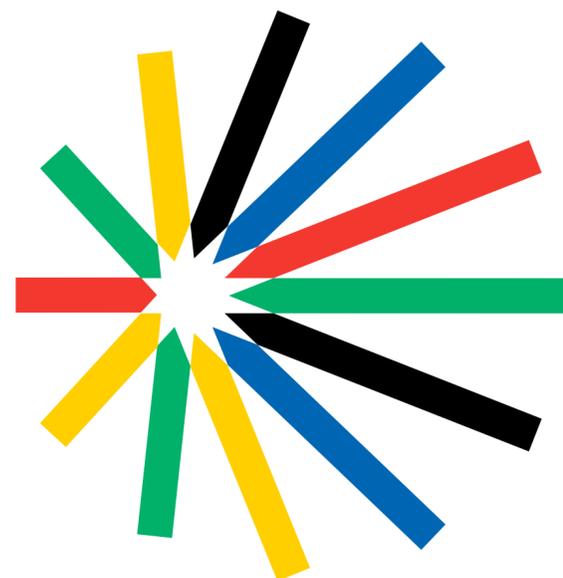
Use esta assinatura para  
projetos viabilizado pelo  
Fundo Nacional da Cultura (FNC)



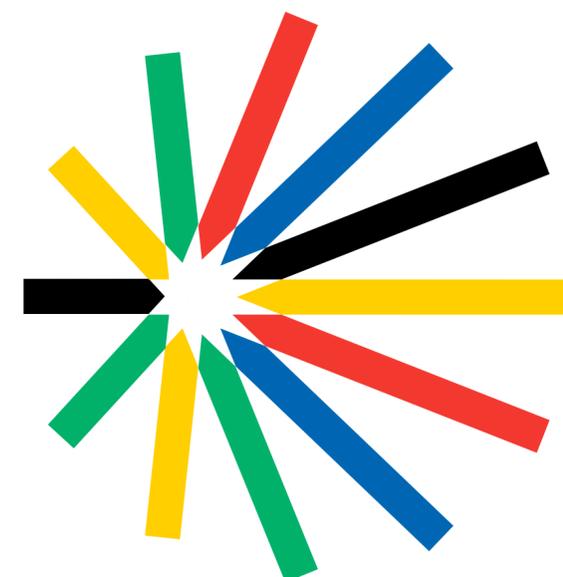
Este manual estabelece as regras de aplicação e orienta o uso das marcas do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), instituído pela Lei N 8.313/91 (Também conhecida por “Lei Federal de Incentivo à Cultura” ou “Lei Rouanet”). Esta Regulamentação abrange projetos viabilizados pelos dois mecanismos 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

Peças gráficas como livros, catálogos, cartilhas, livretos.

### Local Preferencial

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**



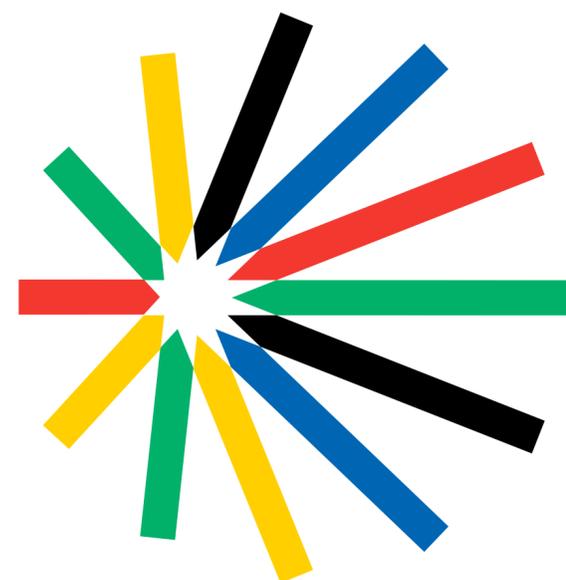
**Realização**

MINISTÉRIO DA  
CULTURA



### **Regras de aplicação das marcas**

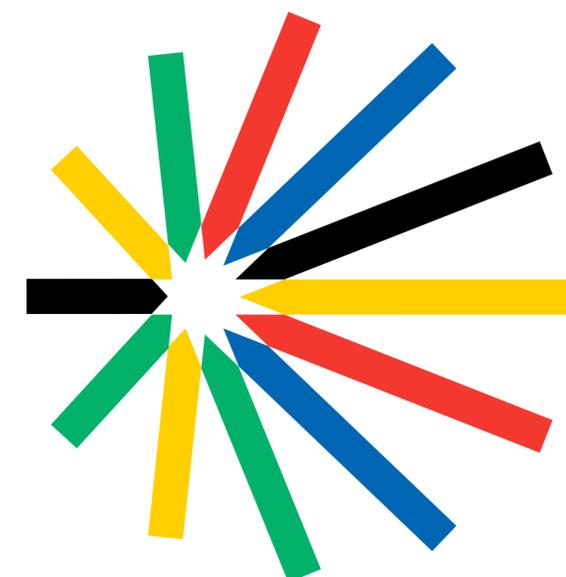
Os exemplos a seguir foram  
construídos com a marca  
“Lei de Incentivo à Cultura”,  
porém as regras valem para  
os dois mecanismos da lei.



## **Lei de Incentivo à Cultura**

### **Lei Rouanet**

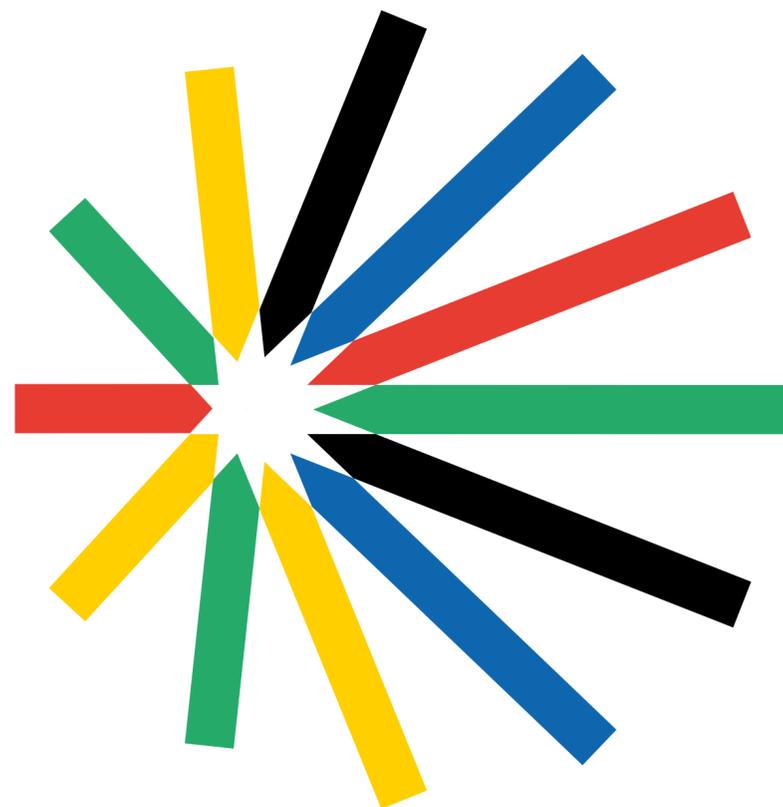
Use esta assinatura para  
projetos viabilizado pelo  
Fundo Nacional da Cultura (FNC)



## **Fundo Nacional da Cultura**

### **Lei Rouanet**

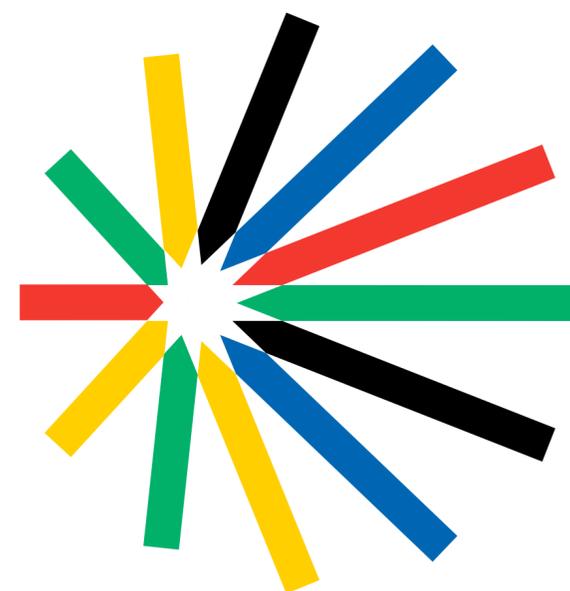
Use esta assinatura para  
projetos viabilizado pela  
Renúncia Fiscal



**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet

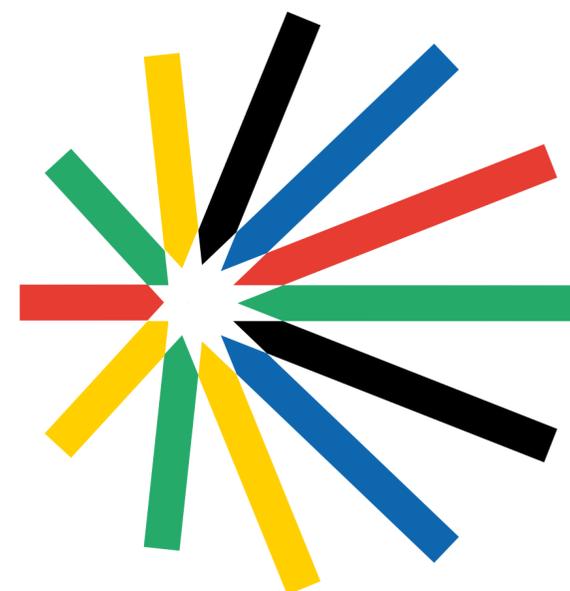
## ORIENTAÇÃO DE USO

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

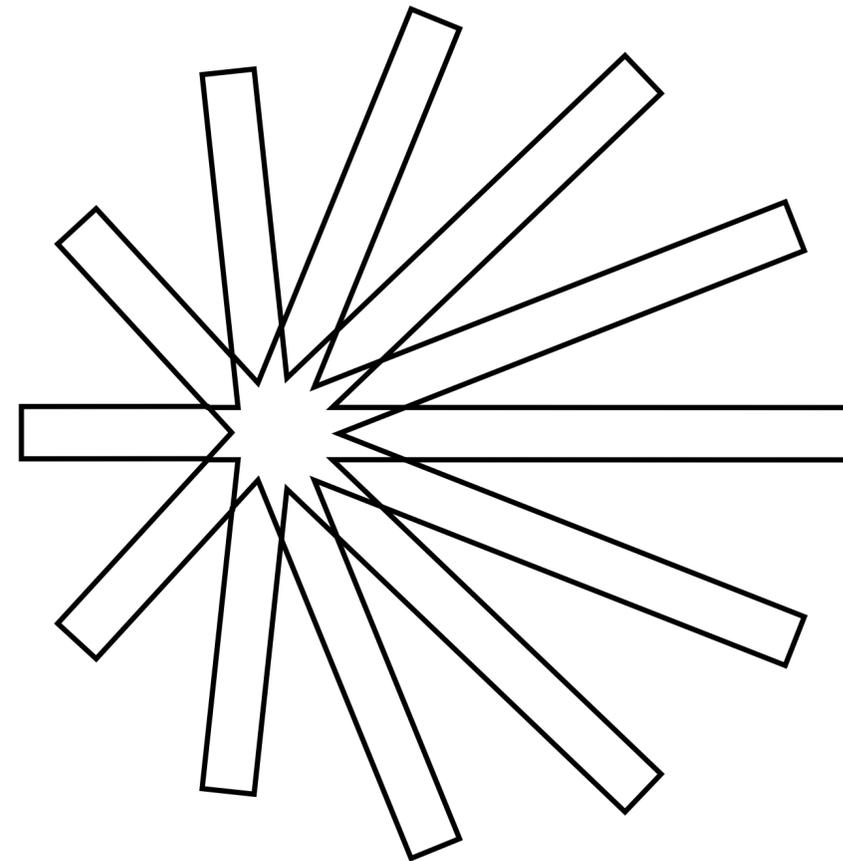


**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet

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

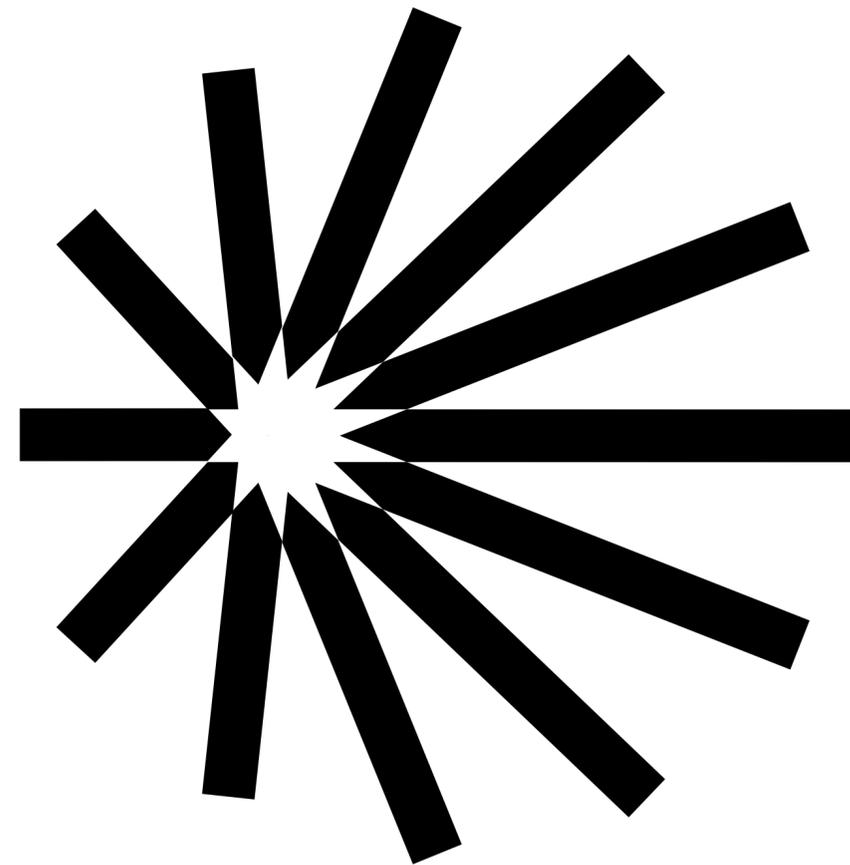


**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet



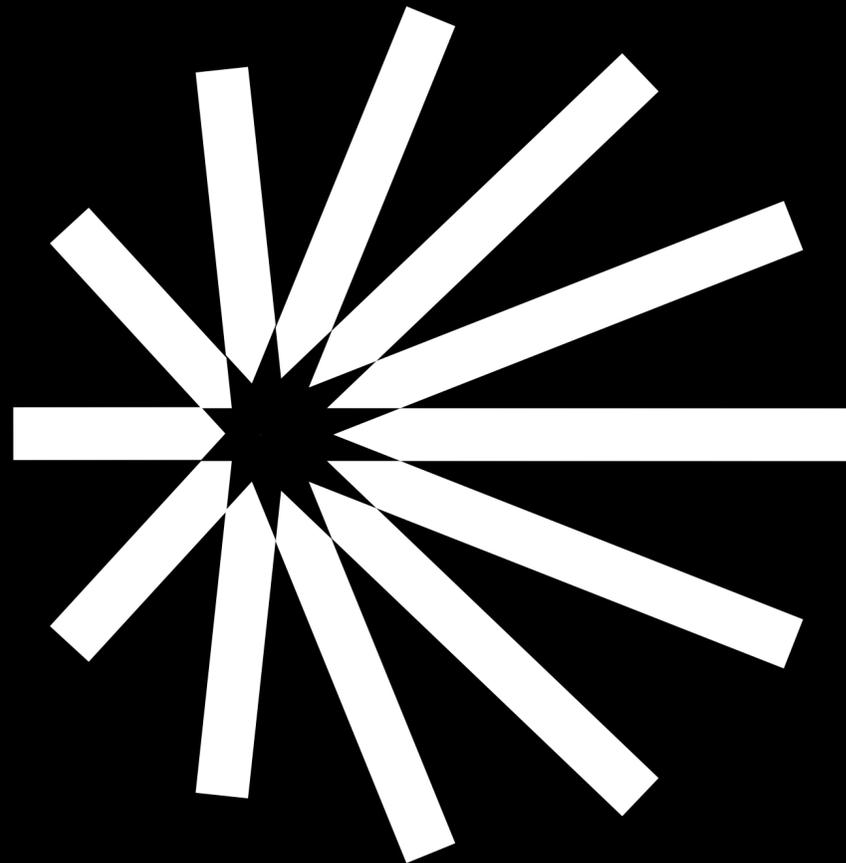
**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet

VERSÃO MONOCROMÁTICA  
POSITIVA EM PRETO



**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet

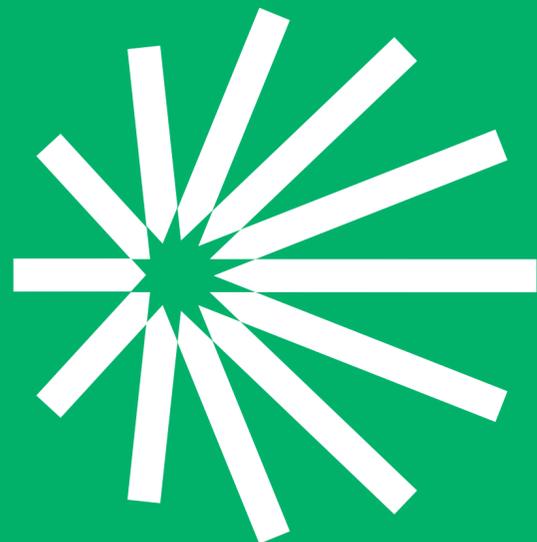
VERSÃO MONOCROMÁTICA  
NEGATIVA EM BRANCO



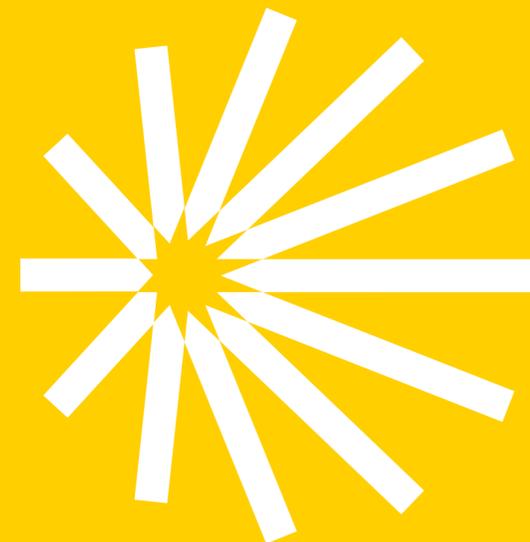
**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet

## VERSÃO MONOCROMÁTICA EM FUNDOS COLORIDOS

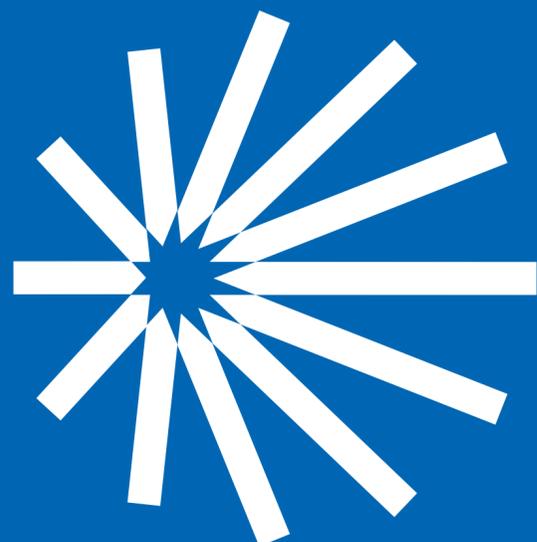
Para fundos com cores muito claras poderá ser usada a versão monocromática em preto.



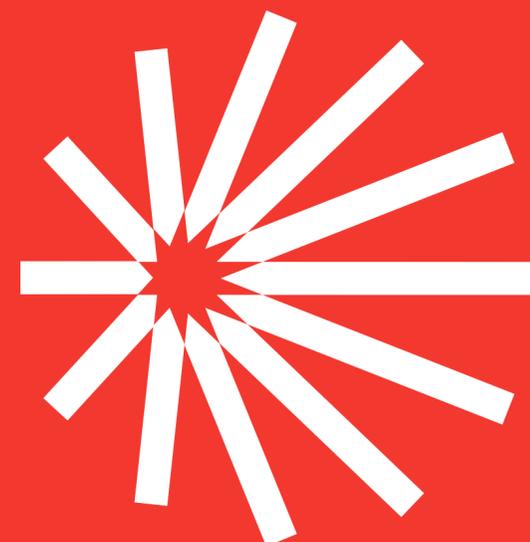
**Lei de  
Incentivo  
à Cultura**  
Lei Rouanet



**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 INDEVIDIDOS

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](http://www.gov.br/cultura)

(61) 2024 2122

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



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

