



MANUAL DE APLICAÇÃO DE LOGOTIPOS E MARCAS

CONVÊNIO

**EDITAL 01/2024 - EDITAL DE SELEÇÃO DE
PONTO DE CULTURA - REDE MUNICIPAL DE
PONTOS DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU.**

Apoio:



Realização:

MINISTÉRIO DA
CULTURA





1.INTRODUÇÃO

1.1 Este manual estabelece as regras de aplicação e orienta o uso dos logotipos e marcas da Política Nacional Cultura Viva (PNCV) por meio do Edital de Fomento a projetos continuados de Pontos de Cultura (Termos de Compromisso Cultural - TCC) publicado pela Secretaria Municipal de Cultura de Nova Iguaçu.

1.2 A Política Nacional de Cultura Viva (PNCV), instituída pela Lei nº 13.018/2014, é a política de base comunitária do Sistema Nacional de Cultura (SNC), regulamentada pela Instrução Normativa nº 8/2016 e pela Instrução Normativa nº 12/2024. Criada como Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva, por meio da portaria nº 156, de 06 de julho de 2004, esta política reconhece a importância do fazer cultural de lideranças e comunidades para a cultura do país e o desenvolvimento nacional.

1.3 Os recursos são oriundos de convênio de nº 877486/2018 entre a antiga Secretaria da Diversidade Cultural, atual Ministério da Cultura e a Prefeitura de Nova Iguaçu cadastrado no Programa nº 5400020180017 – MinC - Emendas Parlamentares 2018 - Ação 215G: Implementação da Política Nacional de Cultura Viva-PNCV - Administração Pública Municipal, Estadual ou do Distrito Federal, vinculado à Ação 215G – Implementação da Política Nacional de Cultura Viva-PNCV, com recursos provenientes do Fundo Nacional da Cultura - FNC, consignados no orçamento do exercício de 2018, para fins de realização de Plano de Trabalho aprovado na Plataforma + Brasil e implementação da Política Nacional de Cultura Viva no município.

1.4 Devem ser respeitados os modelos aqui estabelecidos, em todas as suas aplicações, para que sejam mantidas a legibilidade e a unidade dos logos.

1.5 Os projetos viabilizados com recursos do Fundo Nacional de Cultura para a Política Nacional Cultura Viva (PNCV) devem conter o logo do Cultura Viva 20 anos, os logos oficiais da Prefeitura da Cidade de Nova Iguaçu (em conjunto com a Secretaria Municipal de Cultura de Nova Iguaçu e FENIG) e a assinatura do Ministério da Cultura, acompanhada da marca do Governo Federal, conforme estipula este manual.

2. MARCAS E ASSINATURAS

2.1. Cultura Viva 20 anos



2.2. Prefeitura da Cidade de Nova Iguaçu



2.3. Secretaria de Cultura de Nova Iguaçu



2.4. Fundação Educacional e Cultural de Nova Iguaçu (FENIG)



2.5. Ministério da Cultura



2.6. Governo Federal



Para detalhes sobre a aplicação e o uso da marca do Cultura Viva 20 anos, consulte o manual disponível em: <https://www.gov.br/culturaviva/pt-br/biblioteca-cultura-viva/identidade-visual-pncv/alplicacao-da-marca-selo-20-anos/manual-de-aplicacao-selo-20-anos-cultura-viva.pdf/view>

3. REGRAS DE USO

3.1 A aplicação das marcas deve ser realizada conforme as orientações abaixo:

a) Realização: a logomarca da instituição responsável pelo Ponto de Cultura e a assinatura conjunta Ministério da Cultura/Governo Federal, fechando o bloco de marcas, à extrema direita;

b) Apoio: as logomarcas do município de Nova Iguaçu: Prefeitura Municipal de Nova Iguaçu, Secretaria Municipal de Cultura de Nova Iguaçu e FENIG;

c) Patrocínio: as logomarcas de eventuais patrocinadores.

d) A marca “Cultura Viva - 20 anos”, em hipótese alguma, deve pertencer a grupos menores como apoio, patrocínio, realização, etc.

3.2 A marca pode ser aplicada de duas formas nas peças de comunicação:

3.2.1 As marcas podem ser aplicadas isoladamente do bloco de marcas e, nesse caso, relacionadas a qualquer dos cantos superiores ou ao topo da peça, ganhando maior destaque (em peças verticais).

3.2.2 Caso não seja possível, deve estar relacionada ao bloco de marcas, sempre à sua extrema esquerda, independentemente da quantidade de outras marcas participantes como apoio, patrocínio, etc do projeto.

Importante: as logomarcas que pertencem ao bloco não devem ultrapassar a altura e a largura total da marca nominativa do Governo Federal.

3.2.3 O padrão deve ser reproduzido conforme abaixo respeitando o espaçamento e a ordem das logomarcas. Nenhum elemento deve interferir na área ao redor das marcas, como texto, foto, textura, fundos instáveis, som, ruídos, etc.





3.2.4 As marcas devem estar legíveis e/ou audíveis e nunca podem ser alteradas sem autorização prévia da Secretaria de Cultura de Nova Iguaçu.

3.2.5 Quando houver a necessidade de incluir outras marcas nos materiais, a ordem de aplicação deve seguir o esquema demonstrado abaixo:



3.2.6 Primeiro deve ser disposta a marca “Cultura Viva - 20 anos” e após, as marcas de apoio, patrocínio e por conseguinte a realização: logo do proponente e assinatura do Ministério da Cultura, acompanhada da marca do Governo Federal.

3.2.6.1 Em todos os casos, as identificações devidas devem constar acima das marcas.

3.2.6.2 Todas as marcas devem ter as mesmas dimensões para que não haja diferenciação entre os envolvidos.

3.2.6.3. A aplicação das marcas deve ser feita, prioritariamente, sobre fundo branco.

3.2.6.4 O logo pode ser aplicado sobre fundo colorido com exceção de cores nas mesmas tonalidades do logo. É importante manter o contraste.

OBS: Nos casos em que o fundo for da mesma tonalidade das cores do logo, e não puder ser alterado (de forma alguma), utilizar outras versões.

3.2.7 Logomarcas de outros patrocinadores ou apoiadores não podem ser maiores do que as logomarcas apresentadas neste manual.

3.2.8 LIMITE DE REDUÇÃO

3.2.8.1 Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca Cultura Viva, sua aplicação em meios impressos deve seguir as referências destacadas abaixo:

IMPRESSÃO:

3,3cm/94px



6,5cm/184px

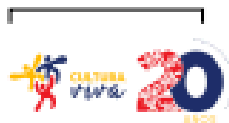


DIGITAL:

2cm/57px



5cm/142px



4. LOCALIZAÇÃO DAS MARCAS NAS PEÇAS DOS PROJETOS CULTURAIS

4.1 Para que sejam mantidas a integridade e a legibilidade da marca da Cultura Viva - 20 anos, sua aplicação em meios impressos e em meios eletrônicos, deve seguir as orientações abaixo:

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
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

Filmes, documentários, animações, vídeos, vinhetas, programas de televisão e demais obras audiovisuais.

Posts, individuais, carrosséis de fotos, etc.

Local Preferencial

Nos créditos iniciais das obras audiovisuais desenvolvidas.

Se optar por inserir o selo Cultura Viva 20 Anos em uma cartela separada, o mesmo deve ficar por, no mínimo, dois (segundos) na tela, descontados os tempos de fade in e fade out, se existirem.

Na parte inferior da imagem, seguindo as regras instituídas por este manual. Em caso de carrosséis, as logomarcas podem ficar destacadas na última imagem do post.

5.MARCAS EM TEXTOS, ÁUDIOS E REDES SOCIAIS

5.1 As marcas devem constar em todos os textos (legendas das postagens de redes sociais), materiais sonoros, tais como spots de apresentação de espetáculos e anúncios de rádios.

5.1.1 Exemplos de texto para legenda ou áudio:

“Projeto contemplado pelo Edital DE SELEÇÃO DE PONTO DE CULTURA - REDE MUNICIPAL DE PONTOS DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU da Política Nacional Cultura Viva - 20 anos com recursos do Fundo Nacional de Cultura por meio de convênio, apoio da Prefeitura da Cidade de Nova Iguaçu, Secretaria Municipal de Cultura e FENIG e realização da [nome da instituição], Ministério da Cultura e Governo Federal.”

5.1.2 Caso o projeto conte com outros realizadores e patrocinadores:

“Projeto contemplado pelo Edital DE SELEÇÃO DE PONTO DE CULTURA - REDE MUNICIPAL DE PONTOS DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU da Política Nacional Cultura Viva - 20 anos com recursos do Fundo Nacional de Cultura por meio de convênio, apoio da Prefeitura da Cidade de Nova Iguaçu, Secretaria Municipal de Cultura e FENIG, patrocínio de [nome dos patrocinadores] e realização da [nome da instituição], Ministério da Cultura e Governo Federal.”



5.2 Visando a ampla divulgação dos projetos selecionados nos editais da PNAB Nova Iguaçu, e também o acompanhamento da execução desses projetos, orientamos os proponentes para que utilizem em suas publicações nas redes sociais as hashtags preparadas pelo Ministério da Cultura e pela SEMCULT.

São elas:

#Novalguacu #RioDeJaneiro #MinisterioDaCultura #CulturaViva
#PontosdeCultura

6. ENVIO DAS PEÇAS PARA APROVAÇÃO E MEIOS DE SANAR DÚVIDAS

6.1 As entidades culturais só podem veicular qualquer arte referente aos materiais de divulgação do projeto mediante a aprovação da SEMCULT.

6.2 Toda e qualquer aplicação das marcas deve ser obrigatoriamente enviada para aprovação prévia da SEMCULT por meio do email: comunicacao.semcult@gmail.com com o assunto:

“Aprovação de aplicação das Logomarcas - [Nome do projeto] - [Edital Rede Municipal de Pontos de Cultura] - Convênio”.

6.3 O prazo para avaliação da aplicação do material de divulgação é de até 5 (cinco) dias úteis.

6.4 Em caso de não cumprimento das normas estabelecidas neste manual, o proponente poderá ter a prestação de contas do projeto reprovada.

6.5 Dúvidas específicas podem ser resolvidas no e-mail do referido edital ou pelo e-mail: comunicacao.semcult@gmail.com

**[CLIQUE AQUI PARA TER ACESSO E FAZER
DOWNLOAD DAS LOGOMARCAS](#)**

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA

Marcus Monteiro

Secretário Municipal de Cultura

Rogério Costa

Subsecretário de Ação Cultural

Sílvia Regina Andrade

Subsecretária de Arte e Cultura

Jorge Braga Jr.

Superintendente de Produção Cultural

Camile Bassani

Coordenadora de Fomento/ Assessora Técnica de Gabinete

Pedro Brandino

Coordenador de Comunicação

Carmem Paiva

Chefe de Gabinete

Larissa Pereira

Assistente de Gabinete

Ariana Souto

Assessora Técnica de Gabinete

Francisco Lopes

Coordenador de Projetos Especiais

Wagner Ferreira

Auxiliar Administrativo

Cláudio Henrique

Assessor Administrativo

Alisson Marques

Cíntia Paiva

Guilherme Duarte

Rafael Teles

Renata Motta

Assessoria de Atividades Culturais

Dawinny Ribeiro

Eduarda Brito

Hugo Moraes

Estagiários de Produção Cultural

Beatriz Correia

Estagiária de Comunicação

Natacha Rosa

Estagiária de Administração

Daniel Coelho

Estagiário - TI

Ficha Técnica - Manual

Texto, organização e revisão:

Beatriz Correia

Camile Bassani

Jorge Braga Jr.

Pedro Brandino

Manual de Uso do Selo de Cultura Viva - 20 anos do Ministério da Cultura.

Secretaria Municipal de Cultura de Nova Iguaçu

Endereço: Rua Iracema Soares Pereira Junqueira, 65 - Centro - Nova Iguaçu/RJ

Site: <https://semcultnovaiguacu.wixsite.com/semcult>

E-mail: cultura@novaiguacu.rj.gov.br

Facebook: Secretaria de Cultura de Nova Iguaçu

Instagram: @smculturani

YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCwt6ISfHHcvZdoeT2MZ3tWA>

Superintendência de Produção Cultural (Fomento)

E-mail: semcult.fomento@gmail.com

superintendenciapc.ni@gmail.com

E-mail dos editais de fomento (PNAB):

EDITAL	E-MAIL
EDITAL PNAB Nº 01/2024 - EDITAL DE SELEÇÃO DE PONTO DE CULTURA - REDE MUNICIPAL DE PONTOS DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU .	pontodeculturani@gmail.com

