

GUIA DE APLICAÇÃO DE MARCA

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA
DO RIO DE JANEIRO



Cultura



MARCAS

A identidade visual da Secretaria Municipal de Cultura é um elemento fundamental para garantir a coesão e o reconhecimento institucional em todas as comunicações e materiais produzidos. O correto uso da marca, suas variações e aplicações assegura que a população identifique imediatamente as ações e serviços oferecidos pela SMC, fortalecendo a credibilidade e a presença da pasta no cenário cultural carioca. As diretrizes apresentadas nesta seção padronizam o uso dos elementos visuais, cores, tipografias e demais componentes gráficos, garantindo consistência e profissionalismo em todos os pontos de contato com o público, desde materiais digitais até peças impressas e sinalização dos equipamentos culturais.

A marca

A marca da SMC-RJ deve ser aplicada em todas as divulgações que tenham apoio ou patrocínio da Secretaria, sempre acompanhada da chancela correspondente ao tipo de suporte concedido. Essa prática garante transparência e visibilidade às parcerias, além de reforçar o vínculo com a Secretaria.

Em casos de cogestão de equipamentos culturais ou parcerias de co-branding com outras secretarias, entidades vinculadas ou patrocinadores, a marca da SMC-RJ também deve ser utilizada, seguindo diretrizes específicas para garantir equilíbrio e destaque. Essas aplicações reforçam a identidade da Secretaria e promovem a integração entre os parceiros envolvidos.



Cultura

Aplicações da marca

A marca da Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro (SMC-RJ) é o principal elemento de sua identidade visual, representando seus valores, missão e conexão com a população. Sua aplicação correta é essencial para garantir reconhecimento, credibilidade e consistência em todas as comunicações institucionais.

COLORIDA

A versão padrão da marca, com logotipo e símbolo. A aplicação deve ser feita em fundo claro, preferencialmente em fundo branco.

MONOCROMÁTICA

Versões azul, positiva (preto) e negativa (branco) para uso em fundos diversos priorizando a melhor leitura da marca.

Colorida

Vertical



Horizontal



Monocromática azul



Negativo



Positivo



Margem de segurança

Esta área serve para garantir que elementos externos não atrapalhem a perfeita leitura da logo de equipamentos.

A letra "I" da palavra Rio é utilizado como medida padrão para definir a distância dos elementos da marca (brasão, palavra Rio e palavra Prefeitura).



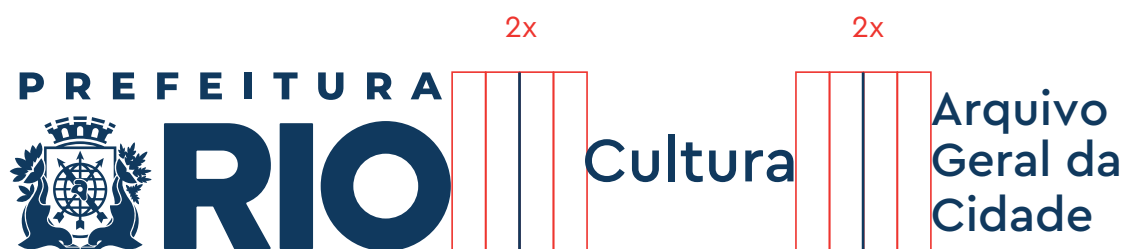
Vertical



Horizontal



Co-branding



Tipos de aplicação

PATROCÍNIO

- Para projetos financiados pela SMC-RJ através de patrocínio direto ou editais
- Uso obrigatório dos selos padronizados "Apoio" ou "Patrocínio"
- Posicionamento: extrema direita da barra de logos

COGESTÃO

- Para equipamentos culturais geridos em parceria
- Marca SMC-RJ sempre acompanhada da marca do parceiro
- Marca do equipamento é opcional
- Proporções equilibradas entre as marcas utilizadas

CO-BRANDING

- Para parcerias institucionais
- Hierarquia das esferas de governo: Municipal (SMC-RJ) → Estadual → Federal
- SMC-RJ sempre em posição de destaque quando recurso é municipal

APOIO/CESSÃO DE ESPAÇO

- Modalidade de apoio para eventos realizados em nossos equipamentos
- Obrigatória marca SMC-RJ com chancela "Apoio"
- Marca do equipamento é opcional (a critério da produção)
- Quando usar marca do equipamento, nunca aplicá-la isoladamente (sempre acompanhada da SMC-RJ)

Patrocínio

A SMC atua como importante canal de fomento à cultura carioca, oferecendo apoio financeiro através de diferentes mecanismos e fontes de recursos. Os projetos culturais podem ser contemplados com recursos diretos da Prefeitura do Rio, por meio de editais municipais, seleções públicas e apoios específicos, ou através de políticas públicas federais gerenciadas pela Secretaria, como a Política Nacional Aldir Blanc (PNAB) e a Lei Paulo Gustavo. Adicionalmente, a cidade conta com políticas municipais específicas como o Rio Capital Mundial do Livro. Quando projetos recebem qualquer tipo de patrocínio ou apoio da SMC, devem seguir diretrizes específicas para o uso das marcas institucionais correspondentes em todos os seus materiais de divulgação. Isso abrange tanto a identidade visual da SMC quanto as marcas específicas dos programas federais, estaduais e municipais que originaram os recursos. O correto uso de todas essas identidades visuais garante que o público reconheça cada fonte de investimento público na cultura, demonstra transparência na aplicação dos recursos e consolida a parceria entre os diferentes níveis de governo e os produtores culturais do Rio de Janeiro.

Todos os materiais devem passar pelo processo de aprovação de marca antes da veiculação, conforme diretrizes detalhadas neste guia.

A marca da SMC-RJ deve ser posicionada preferencialmente à direita da barra de logos. Quando há marcas de outras esferas de governo no material, deve-se respeitar a hierarquia institucional Municipal → Estadual → Federal, onde as esferas superiores ocupam posições mais privilegiadas (à direita) cedendo a posição mais à direita para as esferas superiores na hierarquia.

EXEMPLO 1

Realização

Apoio

Patrocínio

PREFEITURA

RIO

Cultura

EXEMPLO 2

Realização

Apoio

Patrocínio

PREFEITURA

RIO

Cultura

MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO FEDERAL



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Patrocínio oriundos de outros fundos

Quando os projetos são financiados por políticas federais como PNAB (Política Nacional Aldir Blanc), Lei Paulo Gustavo ou Cultura Viva, suas marcas específicas devem receber posicionamento privilegiado, preferencialmente isoladas do bloco principal de logos (cantos superiores ou topo da peça). Caso sejam inseridas na barra de logos, devem ficar à extrema esquerda, em posição de maior destaque que todas as demais marcas. Essas marcas não pertencem às chancelas tradicionais de "apoio", "patrocínio" ou "realização", mantendo-se sempre isoladas para destacar a política pública que representam. A SMC-RJ, quando gestora desses recursos, aparece em posição secundária na hierarquia, reconhecendo a origem federal dos fundos.

É importante destacar que PNAB, Lei Paulo Gustavo e Cultura Viva possuem seus próprios manuais de aplicação de marca, cujos links estão disponibilizados neste guia para consulta detalhada.

EXEMPLE 1



EXEMPLE 2



EXEMPLO 3



Aplicação de marca de equipamentos

APOIO INSTITUCIONAL

Quando equipamentos culturais municipais colaboram com projetos – seja através de cessão de espaço para apresentações, disponibilização para ensaios, base de produção ou outras formas de apoio institucional - utiliza-se apenas a marca SMC-RJ.

Caso opte-se pela aplicação da marca do equipamento, esta deve aparecer obrigatoriamente sob a chancela **"Apoio"**, sempre acompanhada da marca SMC-RJ, nunca isoladamente.

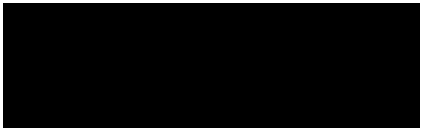
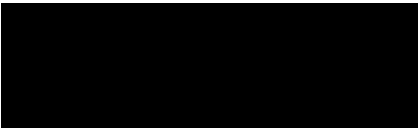
EXEMPLO 1

Apoio



Cultura

Patrocínio



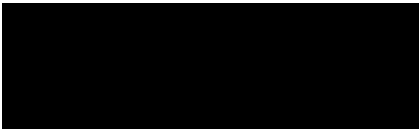
EXEMPLO 2

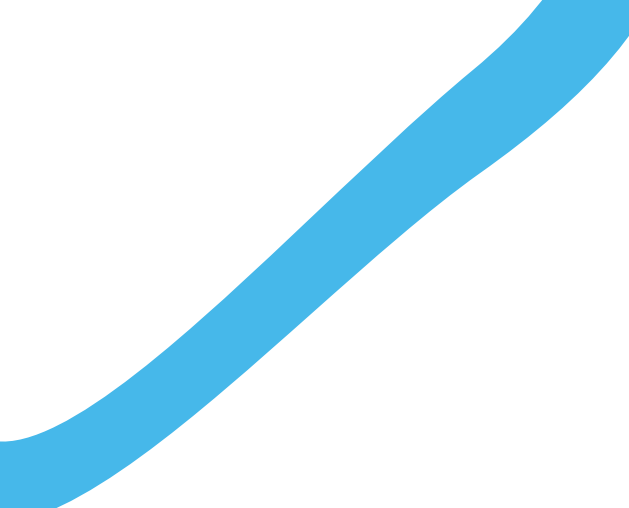
Apoio



Cultura

Patrocínio





EQUIPAMENTOS EM COGESTÃO

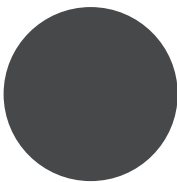
Para equipamentos geridos em parceria entre a SMC-RJ e entidades privadas, a aplicação segue hierarquia específica da esquerda para a direita: logo da entidade gestora, logo do equipamento (quando aplicável) e logo SMC-RJ.

A marca do equipamento permanece opcional e sua definição deve seguir o que foi estabelecido no termo de parceria. Sua omissão não compromete a identificação da colaboração, considerando que a presença da entidade gestora e da SMC-RJ já estabelece claramente a natureza da parceria.



EXEMPLO 1

GESTÃO

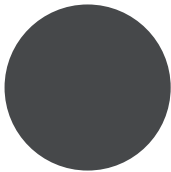


Exemplo de
Logo do
Equipamento



Cultura

EXEMPLO 2



Exemplo de
Logo do
Equipamento



Cultura

GESTÃO



Aplicações especiais

Em outubro de 2023, a UNESCO nomeou o **Rio Capital Mundial do Livro 2025**, sendo a primeira cidade de língua portuguesa a receber esta distinção que visa promover os livros e a leitura para todas as idades. Durante o período de vigência do título (23 de abril de 2025 a 22 de abril de 2026), a cidade desenvolve uma programação especial voltada ao fomento da leitura, consolidando seu papel como centro cultural e literário de referência internacional. A aplicação desta marca é obrigatória por decreto da Secretaria Municipal de Cultura em todos os projetos apoiados pela SMC-RJ durante este período. Paralelamente, a marca **Visit Rio**, criada para posicionar a cidade no circuito internacional do turismo, tornou-se obrigatória por decreto do Prefeito Eduardo Paes em toda comunicação de eventos realizados em espaços públicos ou com apoio municipal, abrangendo categorias culturais, esportivas, gastronômicas, científicas, corporativas, feiras e congressos.



RIO CAPITAL MUNDIAL DO LIVRO 2025

Posição fixa: Extrema esquerda, sempre isolada

Sem chancela: Não utiliza "apoio", "patrocínio" ou "realização"

Hierarquia: Rio Capital Mundial do Livro 2025 → demais marcas institucionais.

Aplicação técnica:

- Sempre à esquerda, isolada, mantendo área de proteção
- Proporção livre, respeitando legibilidade de todas as marcas
- Cores e formato originais conforme manual específico do programa
- Demais marcas seguem hierarquia normal após esta marca especial

EXEMPLO 1



rio
CAPITAL MUNDIAL
DO LIVRO 2025

Apoio

Patrocínio



PREFEITURA
RIO

Cultura

Realização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

EXEMPLO 2



POLÍTICA NACIONAL
PNAB
ALDIR BLANC



rio
CAPITAL MUNDIAL
DO LIVRO 2025

Apoio

Patrocínio



PREFEITURA
RIO

Cultura

Realização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

EXEMPLO 3



visit
RIO



rio
CAPITAL MUNDIAL
DO LIVRO 2025

Apoio

Patrocínio



PREFEITURA
RIO

Cultura

Realização

MINISTÉRIO DA
CULTURA



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

VISIT RIO

Posição fixa: Extrema esquerda, sempre isolada

Sem chancela: Não utiliza "apoio", "patrocínio" ou "realização"

Hierarquia: Visit Rio → demais marcas institucionais

Aplicação técnica:

Sempre à esquerda, isolada, mantendo área de proteção

Proporção livre, respeitando legibilidade de todas as marcas

Identidade visual original conforme manual Visit Rio/Riotur

Demais marcas seguem hierarquia normal após esta marca especial

EXEMPLE 1

Apoio



Patrocínio



Realização



EXEMPLE 2

Apoio



Patrocínio



Realização



EXEMPLO 3

Apoio



Patrocínio



Realização





Cultura