

# GUIA DE APLICAÇÃO DE MARCA

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA  
DO RIO DE JANEIRO



Cultura



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.

Vertical

Horizontal

Colorida



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).





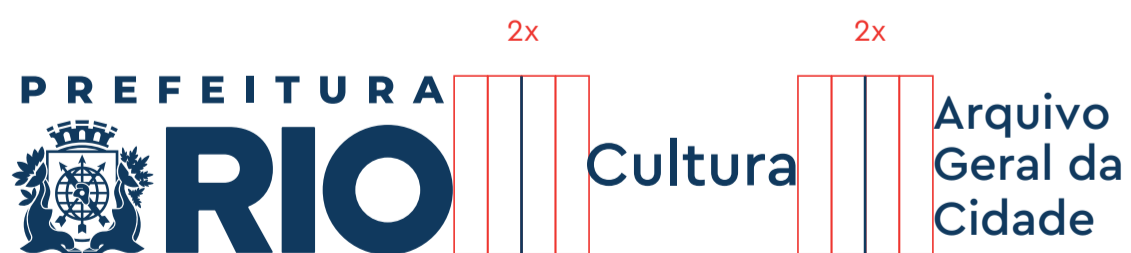
## Vertical



## Horizontal



## Co-branding



# Tipos de aplicação

## PATROCÍNIO

- Para projetos financiados pela SMC-RJ através de patrocínio direto ou editais
- Uso obrigatório dos selo padronizado "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 do equipamento)
- Quando usar marca do equipamento, nunca aplicá-la isoladamente (sempre acompanhada da SMC-RJ)

# Regras gerais

## Chancela apresentam

Inserir no alto de todos os materiais de divulgação a frase:

*"Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e Secretaria Municipal de Cultura apresentam"*.

Esta identificação institucional deve aparecer de forma padronizada e obrigatória em todos os materiais de comunicação, divulgação e promoção do projeto ou evento. A frase deve ser posicionada no topo ou cabeçalho dos materiais, utilizando tipografia legível e em destaque adequado para garantir a visibilidade das instituições promotoras. Esta norma se aplica a peças gráficas impressas e digitais, materiais audiovisuais, sites, redes sociais, cartazes, folders, programas, convites e qualquer outro tipo de material promocional ou informativo relacionado às atividades culturais municipais

## **Autoclassificação indicativa**

Esta classificação etária deve ser aplicada de forma obrigatória e padronizada em todos os materiais promocionais e informativos do projeto ou evento cultural. A autoclassificação indicativa serve para orientar o público sobre a adequação do conteúdo para diferentes faixas etárias, sendo fundamental para a proteção de crianças e adolescentes. O símbolo correspondente à classificação deve aparecer de forma clara e visível nos materiais gráficos, digitais, audiovisuais e impressos, incluindo cartazes, folders, programas, convites, sites, redes sociais e qualquer outro tipo de peça de comunicação. A classificação deve ser definida com base no conteúdo apresentado e nas diretrizes nacionais de classificação indicativa, garantindo que o público tenha informações adequadas para decidir sobre a participação nas atividades culturais oferecidas.

[Saiba mais clicando aqui](#)

## Release e outros textos

### RECURSOS MUNICIPAIS

*"Este projeto é realizado com recursos da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, através da Secretaria Municipal de Cultura"*

### PNAB

*"Este projeto está sendo realizado com recursos da Política Nacional Aldir Blanc, viabilizados pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, através da Secretaria Municipal de Cultura"*

### Observações:

- A identificação do financiamento deve aparecer de forma clara no texto, preferencialmente no primeiro ou segundo parágrafo
- As frases podem ser adaptadas mantendo o sentido e as informações essenciais sobre a origem dos recursos
- É fundamental garantir que a origem do financiamento seja devidamente creditada para conhecimento do público



# Aplicações obrigatórias

As marcas **Visit Rio** e **Rio Capital Mundial do Livro 2025**, que devem ser aplicadas por todos os eventos patrocinados ou apoiados pela Prefeitura do Rio de Janeiro conforme definido os **Decretos Municipais nº 56.184 e nº55.951**.

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.

[>>> Manual de marca Rio Capital Mundial do Livro](#)

[>>> Guia de marca Visit Rio](#)





# 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

# 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

## EXEMPLO 1



## EXEMPLO 2



## EXEMPLO 3





# 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. 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



Cultura

## EXEMPLO 2

Realização



Apoio



Patrocínio



Cultura

MINISTÉRIO DA  
CULTURA



# 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.



# EXEMPLOS

## PNAB

**Apoio**



POLÍTICA NACIONAL  
**PNAB**  
ALDIR BLANC

**Patrocínio**



PREFEITURA  
**RIO** | Cultura

**Realização**



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

## Cultura Viva

**Apoio**



**CULTURA**  
viva

**Patrocínio**



PREFEITURA  
**RIO** | Cultura

**Realização**



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

## Lei Paulo Gustavo

**Apoio**



LEI  
**PAULO**  
GUSTAVO

**Patrocínio**



PREFEITURA  
**RIO** | Cultura

**Realização**



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

# 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 a marca SMC-RJ.

Caso opte-se também 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**



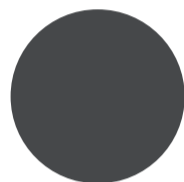
## **EQUIPAMENTOS EM COGESTÃO**

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



P R E F E I T U R A



**RIO**

Cultura