

GUIA DE APLICAÇÃO DE MARCA

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA
DO RIO DE JANEIRO



Cultura

Índice

Resolução SMC Nº 506, de 07 de agosto de 2023	4
A marca	5
Aplicações da marca	6
Margem de segurança	8
Tipos de aplicação	10
PATROCÍNIO	10
PATROCÍNIOS ORIUNDOS DE OUTROS FUNDOS	12
LEI nº 5.553/2013 – LEI DO ISS	14
APOIO INSTITUCIONAL / CESSÃO DE ESPAÇO	16
EQUIPAMENTOS EM COGESTÃO	17
CO-BRANDING	18
SELOS	19
Canais para aprovações de marcas	23
Link para download de logos	23

A Cultura Rio 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, patrocínios diretos ou através de políticas públicas federais gerenciadas pela Secretaria, como a Política Nacional Aldir Blanc (PNAB).

A identidade visual da Secretaria Municipal de Cultura é um instrumento 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 Cultura Rio**, 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 padronização em todos os pontos de contato com o público, desde materiais digitais até peças impressas e sinalização dos equipamentos culturais.

Resolução SMC Nº 506, de 07 de agosto de 2023

SECRETARIA DE CULTURA

Secretário: Marcelo Calero Faria Garcia
Rua Afonso Cavalcanti, 455 - 3º andar - Tel.: 2976-2553

ATO DO SECRETÁRIO RESOLUÇÃO SMC N.º 506, DE 07 DE AGOSTO DE 2023.

Dispõe sobre o uso das marcas institucionais nos projetos culturais apoiados pela Secretaria Municipal de Cultura (SMC), na forma do Manual de Aplicação da Marca.

O SECRETÁRIO MUNICIPAL DE CULTURA, no uso de suas atribuições legais, e considerando a necessidade de regular o uso da marca da Prefeitura do Rio de Janeiro, da Secretaria Municipal de Cultura e da Lei do ISS na divulgação dos projetos culturais fomentados, patrocinados e incentivados por esta Secretaria,

RESOLVE:

Art. 1º. Os produtores e realizadores culturais, cujos projetos e ações sejam realizados com recursos de fomento e patrocínio desta Secretaria, e com recursos oriundos da renúncia fiscal da Lei nº 5.553/2013 - Lei do ISS, devem:

I. Inserir em todos os materiais de comunicação visual, mídia e virtual, assim como nos produtos oriundos do projeto cultural, a marca da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (PCRJ) e da Secretaria Municipal de Cultura (SMC) e, caso aplicável, de suas autarquias, sob a chancela adequada à porcentagem do investimento em relação a eventuais patrocinadores, com destaque adequado;

II. Reservar ao menos uma página para anúncios e textos institucionais da SMC, quando o produto cultural for impresso, e inserir o nome da PCRJ e da SMC sob a chancela "PATROCÍNIO";

III. Reservar espaço de no mínimo 60 (sessenta) segundos para vídeo da PCRJ e da SMC sob a chancela "PATROCÍNIO", no caso de produto cultural que tenha suporte de apresentação audiovisual (telão);

IV. No caso de uso de peça proprietária de mídias audiovisuais para promoção do produto cultural (anúncios de publicidade), inserir em cartela assinatura de marca da PCRJ e da SMC sob a chancela "PATROCÍNIO" quando houver citação de patrocinadores;

V. Reservar espaço para vinheta de abertura de no mínimo 17 (dezesete) segundos da PCRJ e da SMC sob a chancela "PATROCÍNIO", quando a peça/produto cultural for essencialmente audiovisual;

VI. Reservar espaço para anúncios institucionais da PCRJ e da SMC, no caso de mídias digitais e/ou multimídias.

§ 1.º Nos casos de projetos realizados com recursos da Lei n.º 5.553/2013, as marcas da Prefeitura e da Secretaria Municipal de Cultura devem também ser aplicadas sob a chancela "PATROCÍNIO", com destaque adequado entre os Patrocinadores, independentemente do valor aportado, e a marca do Contribuinte Incentivador sob a chancela "PATROCÍNIO".

§ 2.º É obrigatória a aplicação da marca PCRJ/SMC no rodapé de todo o material de divulgação sob a chancela/palavra "PATROCÍNIO" finalizando a régua de logomarcas, sempre à direita da marca do Contribuinte Incentivador, como a última a ser lida, exceto no caso de patrocínio de órgãos estaduais ou federais, com destaque nunca inferior aos outros patrocinadores.

Art.2º No caso de aporte financeiro maior ou igual a 50% do valor total do projeto ou superior ou igual a R\$ 300.000,00, a chancela da Prefeitura e SMC deverá ser "Apresenta" e a ASCOM da SMC poderá entrar em contato para reunião de deliberação sobre exposição adequada e ativação de marca.

Art.3º Todos os materiais de comunicação e *releases*, bem como os produtos oriundos do projeto cultural deverão ser enviados para o e-mail: marcasmc.cultura@gmail.com, para aprovação prévia da SMC.

Parágrafo único - No caso de projetos realizados com recursos da Lei do ISS, os materiais de comunicação e releases devem ser enviados para o e-mail do integrante da Comissão Carioca de Promoção Cultural responsável pelo acompanhamento do seu projeto, com no mínimo 10 (dez) dias corridos de antecedência da etapa de divulgação do Projeto Cultural. A lista com os e-mails está disponível no Portal do ISS (<https://portaldoiss.prefeitura.rio/>)

Art.4º. Em caso de descumprimento das normas previstas na presente Resolução serão aplicadas as sanções previstas no art. 589, III, do Decreto Municipal n.º 3.221/81, conforme os seguintes critérios:

I. Multa de 0,5%, sobre o valor recebido à título de fomento, patrocínio ou incentivo, caso produtor/realizador cultural não submeta todos os materiais de comunicação e *releases*, bem como os produtos oriundos do Projeto Cultural à aprovação prévia da SMC ou da CCPC;

II. Multa de 2% sobre o valor recebido à título de fomento, patrocínio ou incentivo, caso o produtor/realizador cultural não insira em todos os materiais de comunicação e *releases*, bem como os produtos oriundos do Projeto Cultural as marcas da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, da Secretaria Municipal de Cultura e da Lei do ISS (quando for o caso), sob a chancela PATROCÍNIO, com igualdade de destaque de eventuais patrocinadores, e do Contribuinte Incentivador, independentemente do valor que tenha sido aportado por cada um;

III. Multa de 4% sobre o valor recebido à título de fomento, patrocínio ou incentivo, caso o produtor/realizador cultural não insira na divulgação do projeto cultural as marcas da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, da Secretaria Municipal de Cultura e da Lei do ISS (quando for o caso), sob a chancela APRESENTA, no alto do material, com igualdade de destaque e de eventuais patrocinadores e Contribuinte Incentivador.

Art.5º. O Manual de Aplicação da Marca da SMC estará disponível no domínio www.rio.rj.gov.br/web/smc/.

Art 6º. A comprovação do cumprimento das normas desta Resolução deverá ser feita no momento da Prestação de Contas, quando da entrega do Relatório da Execução do Objeto.

Art. 7º. Os casos não previstos nesta Resolução serão analisados e dirimidos pela Secretaria Municipal de Cultura.

Art.8º. Fica revogada a Resolução SMC "N" nº 502, de 18 de julho de 2023.

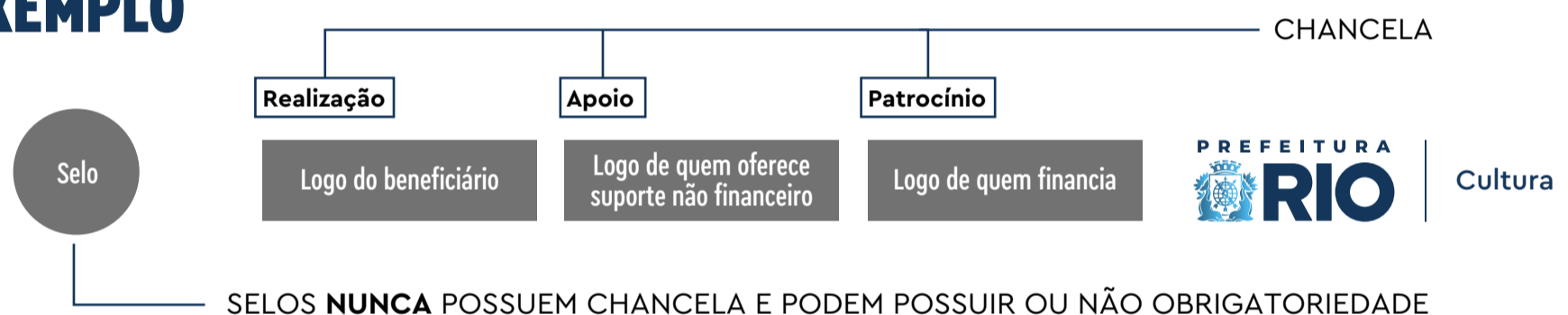
Art.9º. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

A marca

A marca da Cultura Rio deve ser aplicada em todas as divulgações que tenham apoio ou patrocínio da Secretaria, **sempre acompanhada da chancela correspondente** ao tipo de apoio concedido.



EXEMPLO

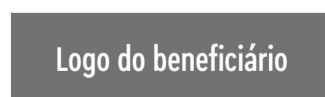


Em casos que envolvam a presença de múltiplos órgãos públicos, a aplicação das marcas deve respeitar a hierarquia institucional.

A ordenação deve seguir, da esquerda para direita:
Municipal > Estadual > Federal.

EXEMPLO

Realização



Chancela



Cultura



NÍVEL HIERARQUICO (DA ESQUERDA PARA DIREITA): DO MENOR PARA O MAIOR. MAIOR NÍVEL HIERARQUICO SEMPRE À EXTREMA DIREITA.

Aplicações da marca

A marca da Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro 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.

Vertical



Horizontal



MONOCROMÁTICA

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

Vertical

Horizontal

Monocromática azul



Negativo



Positivo



Margem de segurança

Esta área serve para garantir que elementos externos não atrapalhem a perfeita leitura das logos.

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).



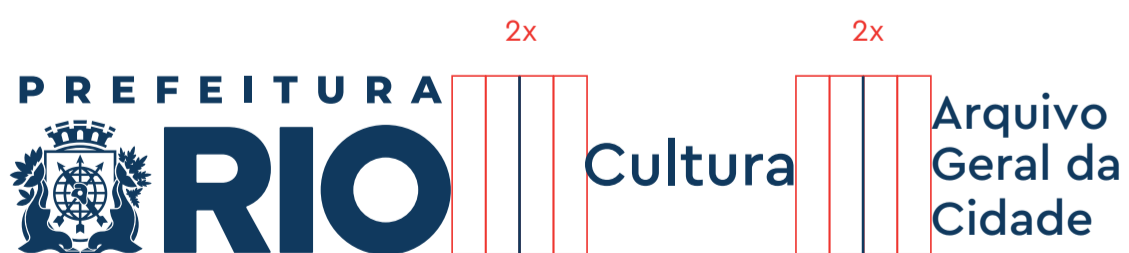
Vertical



Horizontal



Co-branding



Tipos de aplicação

PATROCÍNIO

Patrocínio/Fomento Direto ocorre quando a própria Secretaria aporta recursos financeiros em um projeto cultural, sem intermediação de leis de incentivo ou mecanismos de renúncia fiscal. Nesses casos, os recursos são oriundos do orçamento público da SMC, e a seleção dos projetos se dá, em geral, por meio de **editais, chamamentos públicos ou decisões institucionais**.

Na prática, isso significa que a Cultura Rio atua como patrocinadora oficial da iniciativa.

- Para projetos financiados pela Cultura Rio através de patrocínio direto ou editais
- Uso obrigatório da chancela "patrocínio"
- Posicionamento: extrema direita da barra de logos

EXEMPLO 1

Realização



Apoio



Patrocínio



Cultura

EXEMPLO 2

Realização



Apoio



Patrocínio



Cultura

MINISTÉRIO DA
CULTURA



Reservar ao menos uma página para anúncios e textos institucionais da Cultura Rio, quando o produto cultural for impresso, e inserir o nome da PCRJ e da Cultura Rio sob a chancela "PATROCÍNIO";

Reservar espaço de no mínimo 60 (sessenta) segundos para vídeo da PCRJ e da Cultura Rio sob a chancela "PATROCÍNIO", no caso de produto cultural que tenha suporte de apresentação audiovisual (telão);

No caso de uso de peça proprietária de mídias audiovisuais para promoção do produto cultural (anúncios de publicidade), inserir em cartela assinatura de marca da PCRJ e da Cultura Rio sob a chancela "PATROCÍNIO" quando houver citação de patrocinadores;

Reservar espaço para vinheta de abertura de no mínimo 17 (dezessete) segundos da PCRJ e da Cultura Rio sob a chancela "PATROCÍNIO", quando a peça/produto cultural for essencialmente audiovisual;

Reservar espaço para anúncios institucionais da PCRJ e da Cultura Rio, no caso de mídias digitais e/ou multimídias.

PATROCÍNIOS ORIUNDOS DE OUTROS FUNDOS

Quando os projetos são financiados por políticas federais como Política Nacional Aldir Blanc (PNAB), Lei Paulo Gustavo ou Cultura Viva, a régua possui selos específicos que deverão estar posicionados preferencialmente isoladas do bloco principal de logos (cantos superiores ou topo da peça).

A Cultura Rio, quando gestora desses recursos, aparece em posição secundária na hierarquia mantendo sempre a marca Federal a extrema direita, reconhecendo a origem federal dos fundos.

Caso os selos sejam posicionados na barra de logos, os mesmos deverão estar posicionados à extrema esquerda, sem chancela.

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.

EXEMPLO 1



EXEMPLO 2



EXEMPLO 3



LEI nº 5.553/2013 – LEI DO ISS

A Lei do ISS viabiliza projetos culturais por meio de renúncia fiscal, permitindo que empresas contribuintes incentivem financeiramente iniciativas aprovadas pela Secretaria Municipal de Cultura.

Os projetos culturais realizados com recursos da Lei do ISS devem seguir regras claras para a aplicação das marcas da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (PCRJ), da Secretaria Municipal de Cultura (SMC) e do contribuinte incentivador em todos os materiais de divulgação e produtos do projeto.

Todos os materiais de comunicação, impressos, digitais, audiovisuais e demais formatos, devem obrigatoriamente incluir as marcas da PCRJ e da Cultura Rio sob a chancela "PATROCÍNIO", A marca do contribuinte incentivador também deve ser aplicada sob a chancela "PATROCÍNIO".

Na régua de logomarcas, as marcas da PCRJ e da Cultura Rio devem aparecer posicionadas ao final (à direita), após a marca do contribuinte incentivador, como as últimas a serem lidas, exceto nos casos em que houver participação de órgãos estaduais ou federais.

Nos casos em que o apoio da Cultura Rio, somado ao incentivo fiscal, represente 50% ou mais do valor total do projeto, ou atinja valor igual ou superior a R\$ 300.000,00, as marcas da PCRJ e da Cultura Rio devem ser aplicadas sob a chancela "APRESENTA", no topo das peças, com destaque equivalente ao dos demais patrocinadores.

Nesses casos, a equipe de comunicação da Cultura Rio poderá entrar em contato para orientar a aplicação e a ativação das marcas.

Para materiais impressos, deve ser reservada ao menos uma página para conteúdos institucionais da Cultura Rio.

Em produtos com exibição audiovisual, deve ser garantido espaço mínimo de 60 segundos para vídeo institucional da PCRJ e da SMC.

Em obras essencialmente audiovisuais, deve ser incluída vinheta de abertura com duração mínima de 17 segundos.

Em peças publicitárias audiovisuais, como anúncios, as marcas da PCRJ e da Cultura Rio devem aparecer sempre que houver menção a patrocinadores. Em mídias digitais, deve ser previsto espaço para conteúdos institucionais.

Todos os materiais de comunicação, incluindo releases e produtos do projeto, devem ser enviados previamente para aprovação do integrante da Comissão Carioca de Promoção Cultural (CCPC) responsável pelo acompanhamento, com antecedência mínima de 10 dias corridos antes da divulgação. A lista de contatos está disponível no Portal do ISS.

O descumprimento dessas regras pode resultar em penalidades, incluindo multa de 0,5% do valor recebido caso os materiais não sejam submetidos à aprovação prévia; multa de 2% caso as marcas não sejam aplicadas corretamente sob a chancela "PATROCÍNIO"; e multa de 4% caso não seja utilizada a chancela "APRESENTA" quando obrigatória.

O cumprimento dessas exigências será verificado na prestação de contas do projeto, e casos não previstos serão analisados pela Secretaria Municipal de Cultura.

Chancela PATROCÍNIO: Inserir em todos os materiais as marcas dos Contribuintes Incentivadores e finalizar com as marcas vigentes da PCR/SMC|Cultura, seguindo as regras de aplicação;

Chancela APRESENTA (aporte financeiro maior ou igual a 50% do valor total do projeto ou superior ou igual R\$300.000):
Inserir no topo de todos os materiais de divulgação a frase "Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e Secretaria Municipal de Cultura apresentam";

No caso de releases, podcasts, spots de rádio. Off, locuções etc:
O (*nome do projeto*) é patrocinado pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, *contribuinte incentivador 1, contribuinte incentivador 2 (...)*, por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura - Lei do ISS;

O selo "Visit Rio" deve abrir a barra de logomarcas, sempre localizado à extrema esquerda e sem chancela, seguido do selo do ISS;

APOIO INSTITUCIONAL / CESSÃO DE ESPAÇO

Quando equipamentos culturais municipais colaboram com projetos através de cessão de espaço ou outras formas de apoio institucional o uso da marca Cultura Rio é obrigatório e a marca do equipamento torna-se dispensável, exceto em casos de espaços com cogestão.

- Modalidade de apoio para eventos realizados em nossos equipamentos
- Obrigatória marca Cultura Rio com chancela "Apoio"
- Marca do equipamento é dispensável
- Quando usar marca do cogestor, nunca aplicá-la isoladamente (sempre acompanhada da Cultura Rio)

EXEMPLO 1

Apoio



Cultura

Patrocínio



EXEMPLO 2

Apoio



Cultura

Patrocínio



EQUIPAMENTOS EM COGESTÃO

Para equipamentos geridos em parceria entre a Cultura Rio e entidades privadas, a aplicação deverá seguir a hierarquia das marcas, seguindo a ordem: logo da entidade gestora, logo do equipamento (opcional) e logo Cultura Rio à extrema direita.

A marca do equipamento deverá seguir os termos estabelecidos no termo de parceria. Sua omissão não compromete a identificação da colaboração, considerando que a presença da marca da entidade gestora e da Cultura Rio já acusam a natureza da parceria.

- Para equipamentos culturais geridos em parceria
- Marca Cultura Rio sempre acompanhada da marca cogestora
- Marca do equipamento é opcional

EXEMPLO 1

GESTÃO



Cultura

EXEMPLO 2

GESTÃO



Cultura

CO-BRANDING

Cobranding é a construção conjunta de uma iniciativa pública por diferentes áreas da Prefeitura, que passam a assinar, comunicar e executar um projeto de forma integrada.

Neste modelo, duas ou mais secretarias ou órgãos unem competências para desenvolver ações que cruzam agendas e ampliam impacto. O projeto ganha uma identidade compartilhada, com narrativa única e objetivos alinhados, evitando esforços isolados e reforçando a percepção de uma gestão mais coesa.

■ Para parcerias institucionais municipais

■ A ordem de aplicação será: [Cultura Rio] + [demais secretarias/ órgãos], nos casos em que a iniciativa for da Secretaria Municipal de Cultura

EXEMPLO 1



Cultura

Arquivo
Geral da
Cidade

EXEMPLO 2



Cultura

Saúde

SELOS

Selos são marcas secundárias institucionais dentro de um sistema de identidade visual. Sua principal função é comunicar, vínculos institucionais e atributos associados a uma iniciativa, sem competir com a marca principal do projeto ou evento.

No contexto da comunicação institucional da Cultura Rio, os selos Visit Rio e ISS são aplicações especiais, utilizadas para sinalizar o apoio institucional em projetos, eventos e iniciativas diversas.

Os selos devem ser aplicados conforme as orientações dos seus manuais, assegurando consistência visual e reforçando a comunicação institucional de forma clara e reconhecível.

O selo Visit Rio é obrigatório em todas as ações de comunicação, materiais gráficos, peças promocionais e conteúdos digitais relacionados a eventos realizados em espaços públicos no Município do Rio de Janeiro ou que tenham apoio ou patrocínio de qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta do Município. (A marca deverá ser aplicada de acordo com as diretrizes estabelecidas no Manual de Uso da Marca "Visit Rio", disponibilizado pelo Visit Rio Convention Bureau, e está acessível para download em: www.visitrio.com.br/recursos/marca)

O uso do selo "ISSo é Cultura" torna-se obrigatório em projetos fomentados pela Lei do ISS

- Posicionados sempre à extrema esquerda
- Cores, formato, proporções e obrigatoriedade conforme manual específico do programa



EXEMPLO 1



EXEMPLO 2



DECRETO RIO Nº 56.184, DE 5 DE JUNHO DE 2025

Dispõe sobre a utilização da marca Visit Rio.

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, no uso de suas atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor e;

CONSIDERANDO o papel estratégico da marca "Visit Rio" na promoção do turismo e da imagem internacional da cidade do Rio de Janeiro;

CONSIDERANDO que o Visit Rio Convention Bureau, entidade de caráter técnico e promocional, é a legítima proprietária e gestora da marca "Visit Rio";

CONSIDERANDO a necessidade de consolidar a identidade turística da cidade e padronizar a comunicação de eventos realizados em seu território com a utilização de recursos públicos, DECRETA:

Art. 1º Fica obrigatória a utilização da marca "Visit Rio" em todas as ações de comunicação, materiais gráficos, peças promocionais e conteúdos digitais relacionados a eventos realizados em espaços públicos no Município do Rio de Janeiro ou que tenham apoio ou patrocínio de qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta do Município.

§ 1º A marca deverá ser aplicada de acordo com as diretrizes estabelecidas no Manual de Uso da Marca "Visit Rio", disponibilizado pelo Visit Rio Convention Bureau, e está acessível para download em: www.visitrio.com.br/recursos/marca

§ 2º A obrigatoriedade aplica-se a eventos esportivos, culturais, científicos, corporativos, gastronômicos, turísticos, feiras, congressos, festivais, exposições, entre outros de caráter local, nacional ou internacional.

Art. 2º O descumprimento do disposto neste Decreto poderá acarretar o cancelamento de autorizações, apoios institucionais ou patrocínios concedidos pelo Município, sem prejuízo de outras sanções administrativas cabíveis.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, 5 de junho de 2025; 461º ano da fundação da Cidade.

EDUARDO PAES

D.O.RIO de 06.06.2025

Canais para aprovações de marcas

Todos os materiais de comunicação e releases, bem como os produtos oriundos do projeto cultural deverão ser enviados para o e-mail: marcas.cultura@prefeitura.rio, para aprovação prévia da Secretaria Municipal de Cultura com no mínimo 10 (dez) dias corridos de antecedência da etapa de divulgação do Projeto Cultural.

No caso de projetos realizados com recursos da Lei do ISS, os materiais de comunicação e releases devem ser enviados para o e-mail do integrante da Comissão Carioca de Promoção Cultural responsável pelo acompanhamento do seu projeto, com no mínimo 10 (dez) dias corridos de antecedência da etapa de divulgação do Projeto Cultural. A lista com os e-mails está disponível no Portal do ISS (<https://portaldoiss.prefeitura.rio/>)

Link para download de logos

<https://cultura.prefeitura.rio/manual-marcas-cultura/>

P R E F E I T U R A



RIO

Cultura