

EDITAL PNAB 005/FCCR/2026 - BOLSA CULTURA VIVA PARA MESTRES E MESTRAS DAS CULTURAS TRADICIONAIS E POPULARES

PARA CONCESSÃO DE BOLSAS CULTURA VIVA A MESTRAS E MESTRES DAS CULTURAS TRADICIONAIS E POPULARES COM RECURSOS DA POLÍTICA NACIONAL ALDIR BLANC DE FOMENTO À CULTURA (LEI Nº 14.399/2022)

**ANEXO 14
 MANUAL DE USO DA MARCA POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA VIVA**

Este manual apresenta orientações básicas para aplicação correta das marcas em materiais de divulgação dos projetos contemplados nos editais da Política Nacional Cultura Viva (PNCV). A aplicação da logo da Cultura Viva deve ser realizada junto com a assinatura conjunta do Ministério da Cultura/ Governo Federal nas ações realizadas com recursos federais deste Edital.

Todos os projetos realizados com recursos da PNAB devem incluir **obrigatoriamente** as marcas institucionais conforme as orientações abaixo.

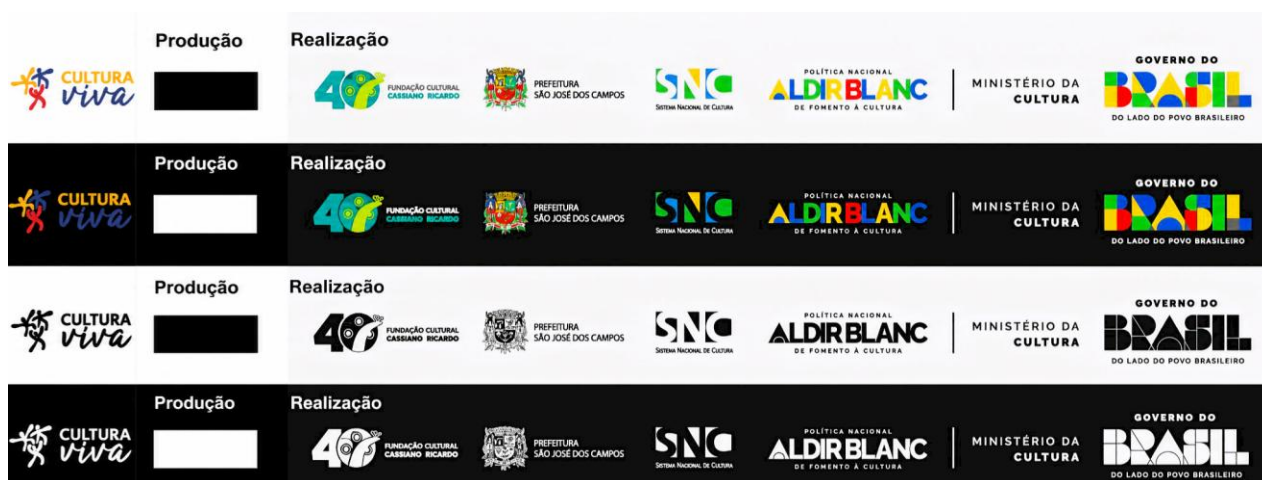
1. A logo deverá ser aplicada nas peças de comunicação:

A logo deve estar relacionada ao bloco de marcas, sempre à sua extrema esquerda, independentemente da quantidade de outras marcas participantes do projeto como apoio, patrocínio, etc

Régua de Logos (Bloco de Marcas) Exemplo de ordem recomendada:

Produção: Logomarca do Proponente

Onde posicionar as marcas



A seguir, alguns exemplos de peças de comunicação e os locais recomendados para aplicação das marcas institucionais.

- **Peças gráficas:** Em materiais como livros, catálogos, cartilhas e livretos, as marcas devem ser aplicadas na parte interna da capa ou na página de apresentação e também aparecer na contracapa.
- **Peças Digitais:** incluem artes para redes sociais (Instagram, Facebook etc.), cards, carrosséis e stories, vídeos, reels e teasers de divulgação, banners digitais, convites virtuais, posts patrocinados ou impulsionados e peças de divulgação para sites e plataformas digitais.
- **Revistas, jornaletes e periódicos:** As marcas devem ser inseridas junto ao expediente da publicação.
- **Programas e programetes para rádio:** A menção às instituições deve ser feita durante a locução e também no encerramento, quando se tratar de peças pré-gravadas.
- **Espetáculos artísticos em geral:** A menção institucional deve ocorrer na locução de apresentação e/ou no encerramento do espetáculo.
- **Filmes, documentários, animações, vídeos, vinhetas, programas de televisão e demais obras audiovisuais:** Nos créditos iniciais das obras audiovisuais desenvolvidas, produzidas, finalizadas e/ou distribuídas por meio de recursos da Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura. A régua de logos deve permanecer na tela por, no mínimo, três (03) segundos, descontados os tempos de fade in e fade out, se existirem. Se o agente cultural optar por inserir a marca da Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura em uma cartela separada, a mesma deve ficar por, no mínimo, dois (segundos) na tela, descontados os tempos de fade in e fade out, se existirem.

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

O Link de acesso à Identidade Visual da PNCV – Ciclo 2 será disponibilizado pela FCCR.

Atenção! Todos os materiais de divulgação produzidos com recursos da PNCV devem ser **obrigatoriamente** encaminhados para análise e aprovação da Equipe de Comunicação da Fundação Cultural Cassiano Ricardo.

O envio deverá ser realizado com **antecedência mínima de 15 dias do início da divulgação**, por meio de formulário específico, que será disponibilizado aos projetos contemplados e homologados.

Atenção: No preenchimento do formulário, deverão constar obrigatoriamente as seguintes informações: edital em que foi contemplado, nome do projeto, nome do proponente e e-mail válido para recebimento da resposta.

2. Regras de utilização da marca no Período Eleitoral

De acordo com a Instrução Normativa SG-PR nº 01/2018, a divulgação de marcas do Governo Federal deve ser suspensa a partir de três meses antes do primeiro turno das eleições, permanecendo vedada durante todo o período eleitoral.

Para o ano de 2026, considerando que o primeiro turno está previsto para o dia 04 de outubro, a restrição terá início em 04 de julho de 2026. Em caso de realização de segundo turno, a vedação poderá se estender até o dia 25 de outubro de 2026.

Atenção! Encerrado o período eleitoral, a publicidade institucional poderá ser retomada, devendo ser restabelecida a utilização das marcas obrigatórias, conforme previsto na normativa vigente.