

# Manual de Comunicação de Marcas Oficiais

**LEI PAULO GUSTAVO  
ALAGOAS**



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



## APRESENTAÇÃO

Este manual foi desenvolvido para orientar e padronizar o uso das marcas referentes a Lei Paulo Gustavo Alagoas (LPG/AL) em suas mais diversas aplicações. As orientações contidas aqui deverão ser rigorosamente seguidas, para que seja alcançada uma unidade visual.

Os proponentes de propostas culturais da LPG/AL aprovadas deverão divulgar, obrigatoriamente, em todos os produtos culturais, peças de comunicação, espetáculos, atividades, comunicações, releases, convites, sites, perfis em redes sociais, peças publicitárias, audiovisuais, sonoras e escritas, o apoio do Governo de Alagoas, através da Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa, e do Governo Federal, através do Ministério da Cultura, sob pena de serem considerados inadimplentes.



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## OBJETIVO

Sinalizar e facilitar a identificação das peças de comunicação pertencentes as divulgações dos projetos contemplados pelo pacote de editais lançados pela Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa, por meio da Lei Paulo Gustavo.



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## ORIENTAÇÕES GERAIS

**01)** É obrigatória a veiculação/inserção da logo LPG/AL e da régua de marcas em toda divulgação relativa ao projeto apoiado, conforme critérios estabelecidos neste manual.

**02)** Todas as marcas estão disponíveis no site da Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa de Alagoas ([www.cultura.al.gov.br](http://www.cultura.al.gov.br))

**03)** Cada projeto realizado deverá entregar um material que possa ser publicado - para fins de prestação de contas. Assim, a aplicação das marcas também deverá ser feita nos produtos finais de cada proposta: vídeo, áudio, livro, vídeo, etc, - ou seja, não somente nas peças de divulgação, como também nos produtos finais dos projetos.



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## ORIENTAÇÕES GERAIS

**04)** Todos os releases e textos de divulgação devem fazer referência apoio do Governo do Estado de Alagoas e do Governo Federal.

*“O projeto é realizado com recurso da Lei Paulo Gustavo, do Governo Federal, operacionalizado pelo Governo de Alagoas, através da Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa”.*

**05)** Nos eventos com mestre de cerimônia/apresentador, o apoio financeiro deve ser citado nominalmente no início e no fim da cerimônia.

**06)** Para peças que demandem locução – incluindo peças publicitárias de TV e rádio –, é obrigatória a citação completa:

*“Incentivo: Lei Paulo Gustavo Alagoas + Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa + Governo de Alagoas + Ministério da Cultura + Governo Federal”.*



## ORIENTAÇÕES GERAIS

**07)** Para peças audiovisuais, a imagem da assinatura deve permanecer em tela pelo tempo mínimo conforme segue abaixo:

*Conteúdo até 15" > 2 segundos*

*Conteúdo de 16" a 30" > 3 segundos*

*Conteúdo acima de 30" > 4 segundos*

**08)** Para projetos gráficos editoriais, sejam livros ou revistas, deve constar a citação: **"Realização"** no produto final e aplicação da régua de marcas.

**09)** Em todos os projetos, é obrigatório o critério da proporção (dimensão, tamanho, volume e extensão) entre as marcas Governo do Estado e do Governo Federal. As marcas devem sempre apresentar mesma altura e largura para que se obtenha uma unidade visual.



## ORIENTAÇÕES GERAIS

10) No caso da aplicação dessas marcas em formatos para internet, tais como Instagram (story ou reels) recomenda-se o uso da logo projetada sobre o vídeo transmitido durante a projeção em lugar de destaque, sem que a marca seja comprometida pelos elementos de interação e informação da própria plataforma de transmissão, tais como a barra de comentários, quantidade de visualizadores entre outros.

11) No caso da aplicação dessas marcas em formatos para Youtube recomenda-se sua projeção sobre o vídeo ou utilização em background.

12) Redes Sociais: Inserir “**Realização**” no campo de descrição do perfil/vídeo com texto específico, conforme o item 04 das Orientações Gerais.



## ORIENTAÇÕES GERAIS

13) Para divulgação nos canais oficiais da Secult, os participantes selecionados devem encaminhar o material completo de divulgação, incluindo fotos, um texto de apresentação (release) e todas as informações relevantes, para o e-mail: [ascom.secultalagoas@gmail.com](mailto:ascom.secultalagoas@gmail.com).



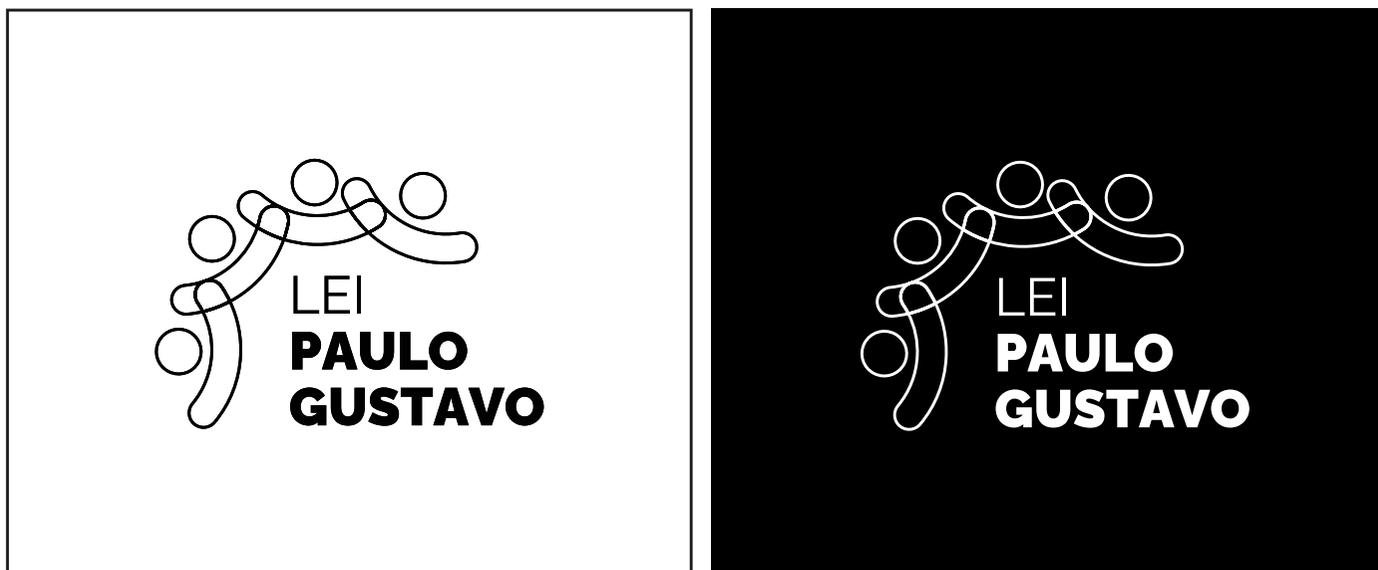
USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## VERSÃO PRINCIPAL



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## VERSÃO À TRAÇO



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

## POSITIVO E NEGATIVO



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

# APLICAÇÃO DE MARCAS . USO PREFERENCIAL

## HORIZONTAL (oficial)

Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



## HORIZONTAL (monocromática)

Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



## HORIZONTAL (negativa)

Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

# APLICAÇÃO DE MARCAS

## VERTICAL

A assinatura vertical deverá ser usada, apenas, quando não houver outra opção.

Use sempre os arquivos originais eletrônicos, a partir deles é possível escolher, em CMYK (para impressos) ou RGB (para mídias digitais), a forma e a cor mais adequada para cada peça.



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)



Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



# APLICAÇÃO DE MARCAS

## PEÇA GRÁFICA MODELO STORIES

APLICAÇÃO OBRIGATÓRIA DA RÉGUA DE MARCAS NO RODAPÉ DA PEÇA.



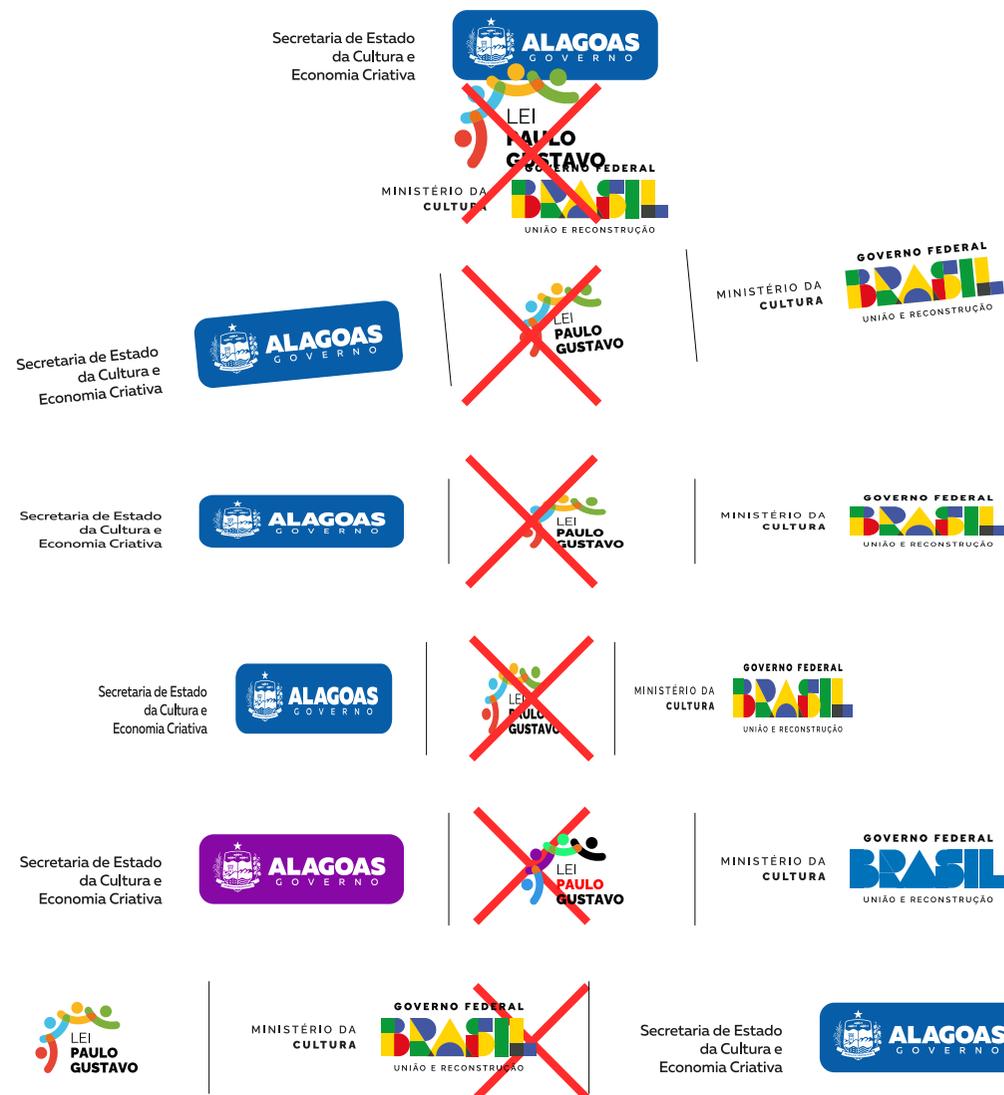
USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)



# USOS INDEVIDOS

## RÉGUAS DE MARCA (apoio financeiro)

A régua de marcas não deve ser mostrada com cores alteradas (fora dos padrões aqui apresentados), bordas adicionais, textos distorcidos ou hierarquia alterada. Qualquer arranjo, estrutural ou cromático é proibido, para manter a preguinância das marcas.



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)



**ACESSE:**  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)



USE OS ARQUIVOS  
ORIGINAIS ELETRÔNICOS  
[www.cultura.al.gov.br/](http://www.cultura.al.gov.br/)

Secretaria de Estado  
da Cultura e  
Economia Criativa



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

