

**OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO III**

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

## OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO III

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

**Claudia Ferrarresso Lopes**

*Coordenadora de Eventos, Projetos e Captação no MCB.*

*Formação: Bacharelado em Comunicação Social – Publicidade e*

*Propaganda / Mestrado em Gestão Cultural*

---

## OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO III

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

### Claudia Ferraresso Lopes

*Experiência profissional: Atendimento e Assistente geral no estúdio MOL de*

*criação e design • Assistente de direção Company Produções*

*Cinematográficas • Atendimento; Prospecção de clientes; Planejamento de*

*marketing; Planejamento de mídia da agência ABCZ Comunicação •*

*Assistência em projetos Culturais KdV Consultor Cultural – Barcelona •*

*Coordenadora de projetos na Cooperativa de Cultural Brasileira.*

---

## OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO III

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

### Claudia Ferrarresso Lopes

*Trabalhos freelancer: Pesquisa de satisfação de clientes Telefônica •  
Pesquisa de rua para Generalitat de Catalunya – Barcelona • Assistente da  
mostra de VideoArt Loop Festival no Museu Picasso de Barcelona •  
Assistente de produção de receptivo SWAB Barcelona • Assistente de  
oficinas infantis Casa de cultura – Barcelona • Planejamento de Marketing  
agência Neogama • Direção de produção na turnê do Ballet Nacional de  
Cuba • Produção executiva do projeto X-Sampa • Coordenação do evento  
Jornada Extramuros da SEC • Elaboração de projetos diversos.*

---

# **Claudia Ferrarresso Lopes**

**São Paulo**

**Coordenadora de eventos do Museu da Casa Brasileira**

**Minha função num projeto seria:**

**Elaboração de projetos**

**+**

**Captação de recursos**

**+**

**~~Produção executiva~~**

# Ninguém faz nada sozinho!

Profissionais e funções presentes em um projeto cultural:

- Artista (autor, pintor, músico...)
- Curador
- Produtor / Produtor Executivo
- Contador
- Advogado
- Coordenadores / Gestores
- Técnicos
- Auxiliares
- Assistentes

# Remunerar pessoas

Como qualificar e calcular a remuneração das pessoas:

- Artistas com cachê fixo
- Orçamentos variados
- Tabelas sindicais (Sbat / Sinddança / Sated...)
- Verba x Mercado
- Cálculo de remuneração própria



# Cálculo de remuneração própria

Como calcular a própria remuneração?

*(Quanto eu cobro pela minha função?)*

Ex. Tassia – Conta mensal

- Aluguel / moradia.....(R\$ 0,00)
- Cursos, faculdade, inglês, Yôga...(R\$ 1.100,00)
- Alimentação.....(R\$ 300,00)
- Telefone / internet.....(R\$ 80,00)
- Compras / baladas.....(R\$ 250,00)
- Higiene / beleza.....(R\$ 100,00)
- Transporte.....(R\$ 200,00)

---

TOTAL R\$ 2.030,00



Um projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo

As principais características dos projetos são:

- temporários, possuem um início e um fim definidos;
- planejados, executado e controlado;
- entregam produtos, serviços ou resultados exclusivos;
- desenvolvidos em etapas;
- realizados por pessoas;
- com recursos limitados.

# O que querer

Como identificar as necessidades da entidade que me encontro e como ter uma boa idéia.

- Olhar em volta
- Olhar para dentro
- Olhar para fora
- Conversar com as pessoas
- Responder a uma necessidade/ anseio

## Onde buscar

Uma vez identificadas estas necessidades começo a buscar canais de viabilização

- Financiamento próprio
- Financiamento privado
- Financiamento público
- Programas de incentivo à cultura

- **Financiamento próprio**
- Financiamento privado
- Financiamento público
- Programas de incentivo à cultura

Recursos da própria entidade, como por exemplo benefícios gerados através de atividades comerciais, que devam obrigatoriamente serem recolocados no equipamento cultural

Melhorias no  
espaço

Aquisição de  
acervo

Implementação  
de programas e  
oficinas

- Financiamento próprio
- **Financiamento privado**
- Financiamento público
- Programas de incentivo à cultura

Recursos da esfera privada, com contrato de exclusividade, para manutenção de espaço, programação anual, benfeitorias e etc.

Exemplos:



- Financiamento próprio
- Financiamento privado
- **Financiamento público**
- Programas de incentivo à cultura

São os recursos da esfera pública, concedidos por meio de convênios e ou contratos de gestão.

No caso de **Museus** e outros equipamentos culturais ou educativos de responsabilidade do órgão público estadual há o contrato de gestão, intermediado por O.S. (Organização Social). Nestes contratos há necessidade de apresentar planos anuais, bienais ou até quadrienais da futura gestão, e atender as metas estabelecidas.

- Financiamento próprio
- Financiamento privado
- **Financiamento público**
- Programas de incentivo à cultura

No caso de **OSCIP's** ( Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) – que se trata de organizações qualificadas para firmar termos de parceria, convênio, contrato com a esfera pública.

No caso de **entidades do terceiro setor** há as emendas estaduais, destinadas por algum político/ deputado

E na **esfera federal** os consórcios, convênios e contratos de repasse dos recursos federais estão sendo unificados em um sistema de convênio, chamado **SICONV**.

- Financiamento próprio
- Financiamento privado
- Financiamento público
- **Programas de incentivo à cultura**

Programas desenvolvidos pela esfera pública e privada para financiar e diversificar a produção cultural. O intuito é democratizar o acesso aos bens culturais e viabilizar projetos que dificilmente teriam acesso ao mercado cultural.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

**FEDERAL – Lei Rouanet (Lei 8.313 de 1991) nova normativa 1/2013**

Ministra da Cultura Marta Suplicy

**ESTADUAL – Proac ICMS (Lei 12.268 de 2006)**

Secretário de Estado da Cultura Marcelo Mattos Araújo

**MUNICIPAL – Lei Mendonça (Lei municipal 10.923/90)**

Secretário Municipal de Cultura Juca Ferreira





# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

Principal programa, dentro do conjunto de políticas públicas, de incentivo à cultura do país. O período para apresentação de propostas é de 1º de fevereiro a 30 de novembro de cada ano. Caso o projeto seja aprovado, será publicado no diário oficial e então autorizado a captação de recursos junto a empresas privadas, através de renúncia fiscal.

É um método de mecenato, onde a esfera privada auxilia, com recursos públicos, a produção de bens culturais.

Anualmente uma empresa privada (desde que tributada em lucro real) pode direcionar até 4% do I.R devido no financiamento de projetos aprovados nesta lei.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

**Acesse o novo sistema:** [novosalic.cultura.gov.br](http://novosalic.cultura.gov.br)

Antes de realizar seu cadastro, busque pelos “manuais” disponíveis no sistema

### **Nomenclaturas para entender a Lei Rouanet:**

**Proposta cultural** – fase em que o projeto ainda é uma proposta

**Projeto cultural** – após conclusão da análise de admissibilidade

**Produto principal** – objeto da ação preponderante do projeto

**Produto secundário** – obj acessório vinculado ao produto principal

**Plano de execução da proposta cultural** – detalhamento da proposta

**Salic Web** – sistema informatizado destinado à tramitação da lei



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

**Usuário Salic** – pessoa física detentora de cadastro no sistema

**Proponente** – pessoa que apresenta se responsabiliza pela proposta cultural apresentada

**Espaços culturais** – espaço destinado ao uso coletivo e de frequência pública. Pode ser público ou privado.

**Medidas de acessibilidade** – intervenções para facilitar o livre acesso de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida

**Democratização de acesso** – intervenções para facilitar o livre acesso de pessoas com condições reduzidas (física/ financeira)

**Plano anual de atividades** – proposta cultural apresentada por p.j que contemple por um ano a manutenção da instituição e sua programação

**Plano pedagógico** – documentação explicativa de ações de formação



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

**Plano de distribuição** – detalhamento da quantidade de ingressos, doações e receitas, geradas com cada produto

**Patrimônio cultural imaterial** – saberes, celebrações, formas de expressão e referências culturais, organizadores de identidade

**Patrimônio cultural material**– patrimônio histórico e artístico

**Prazo de captação** – Período estabelecido para captação de recursos

**Prazo de execução** – Período para movimentação dos recursos financeiros e realização do projeto

**Conta captação** – conta bancária vinculada ao proponente exclusiva para créditos

**Conta movimento** – conta bancária vinculada ao proponente exclusiva movimentação dos recursos e execução do projeto.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

Entendo as necessidades básicas de compreensão dos termos da lei, devemos buscar (no próprio documento nova IN de 1/2013) as especificidade de nossas propostas:

Ex. 1:

Informações relacionadas a propostas na área museológica em caso de restauração

- Listagem com os itens a serem restaurados
- Justificativa técnica para restauração, incluindo laudo do especialista
- Currículo do restaurador
- Orçamento específico por obra



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

### INFORMAÇÕES ADICIONAIS:

- Pode ser necessária a entrega de declarações extras, como por exemplo de detenção de direitos autorais.
- Quando o proponente não for a instituição que recebe o produto, deverá este apresentar uma declaração de concordância.
- Quando o proponente for ente público o cronograma deve respeitar os prazos licitatórios determinados por lei.
- É vedado o fracionamento de propostas que sejam fases do mesmo projeto.
- Não serão admitidas propostas apresentadas em prazo inferior a 90 dias da data prevista para início de sua execução.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

### INFORMAÇÕES ADICIONAIS:

- As propostas relativas à circulação de espetáculo e exposições deverão prever a contratação de mão de obra local na proporção mínima de 20%
- A aquisição de material permanente deve ser doado ou incorporado à entidade para uso comum da população
- É vedada a previsão de despesas:
  - Em benefício do servidor público, direta ou indiretamente, salvo em hipóteses previstas em lei
  - A título de elaboração de proposta cultural, taxa de administração ou similar
  - Com recepções, festas, coquetéis
  - Referente a compra de passagens de 1ª classe
  - Com taxas bancárias, multas ou correção monetária





# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

### CAPTAÇÃO DE RECURSOS

As despesas com captação de recursos serão detalhadas e destacadas na planilha, e o limite para seu custeio é de 10% até o teto de R\$ 100.000,00

O proponente poderá ser remunerado pelo projeto, por serviços prestados, desde que comprovada capacidade técnica e que sua contratação é mais econômica.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

### DIVULGAÇÃO E MÍDIA

Os custos com a divulgação do projeto não poderão ultrapassar 20% do seu valor total (incluindo todos os veículos de divulgação).

Não é permitido financiar campanhas de marketing através da Lei

Não é permitido a promoção de marca ou produto, como objetivo do projeto.



# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Lei Rouanet

### DEMOCRATIZAÇÃO DE ACESSO

Prever pelo menos uma das seguintes medidas:

- Promover a participação de pessoas com deficiência e idosos em concursos
- Doar no mínimo 20% dos produtos materiais a escolas públicas, bibliotecas...
- Desenvolver atividades em locais remotos ou próximos a populações periféricas
- Oferecer transporte gratuito ao público
- Disponibilizar na internet a íntegra dos registros audiovisuais
- Permitir captação de imagens e autorizar sua veiculação
- Realizar gratuitamente atividades paralelas ao projeto, como ensaios abertos, estágios, cursos, treinamentos, palestras, exposições, mostras e oficinas
- Oferecer bolsa de estudo ou estágio a estudantes da rede pública
- E etc.

O Programa de Ação Cultural – PROAC, foi implementado pela Secretaria de Estado da Cultura. Possui 2 divisões:

- EDITAL
- ICMS

Acesse e leia:

<http://www.cultura.sp.gov.br>

[Resolução SC nº 96, de 22/11/2011](#)

[Resolução SC nº 48, de 03/08/2012 - Contrapartidas](#)

[Resolução SC nº 49, de 03/08/2012 - Parâmetros de precificação](#)

[Resolução SC nº 50, de 03/08/2012 - Limite de valores por segmento](#)

## OBJETIVOS PRINCIPAIS DO PROGRAMA:

- I – apoiar e patrocinar a renovação, o intercâmbio, a divulgação e a produção artística e cultural no Estado;
- II – preservar e difundir o patrimônio cultural material e imaterial do Estado;
- III – apoiar pesquisas e projetos de formação cultural, bem como a diversidade cultural;
- IV – apoiar e patrocinar a preservação e a expansão dos espaços de circulação da produção cultural.

## IMPÕE LIMITES DOS VALORES DE INCENTIVO FISCAL

- I – Artes plásticas, visuais e design – R\$ 500.000,00;
- II – Bibliotecas, arquivos e centros culturais – R\$ 250.000,00;
- III – Cinema – R\$ 800.000,00;
- IV – Circo – R\$ 400.000,00;
- V – Cultura Popular – R\$ 400.000,00;
- VI – Dança – R\$ 500.000,00;
- VII – Eventos Carnavalescos e Escolas de Samba – R\$ 300.000,00;
- VIII – Hip – Hop – R\$ 100.000,00;
- IX – Literatura – R\$ 250.000,00;
- X – Museu – R\$ 500.000,00;

XI – Música – R\$ 500.000,00;

XII – Ópera – R\$ 600.000,00;

XIII – Patrimônio Histórico e Artístico – R\$ 500.000,00;

XIV – Pesquisa e Documentação – R\$ 150.000,00;

XV – Teatro – R\$ 600.000,00;

XVI – Vídeo – R\$ 200.000,00;

XVII – Bolsas de estudos para cursos de caráter cultural ou artístico, ministrados em instituições nacionais ou internacionais sem fins lucrativos – R\$ 75.000,00;

XVIII – Programas de Rádio e de Televisão com finalidades cultural, social e de prestação de serviços à comunidade – R\$ 300.000,00;

XIX – Projetos Especiais – primeiras obras experimentações, pesquisas, publicações, cursos, viagens, resgate de modos tradicionais de produção, desenvolvimento de novas tecnologias para as artes e para a cultura e preservação da diversidade cultural – R\$ 300.000,00;

XX – Restauração e Conservação de bens protegidos por órgão oficial de preservação – R\$ 1.000.000,00;

XXI – Recuperação, Construção e Manutenção de espaços de circulação da produção cultural no Estado – R\$ 1.000.000,00.





**PROGRAMAS PÚBLICOS  
DE INCENTIVO À CULTURA  
Proac ICMS**

**ESTABELECE CALENDÁRIO**

**Inscrições de novos proponentes e novas propostas:  
De 06/01/2014 à 31/10/2014**

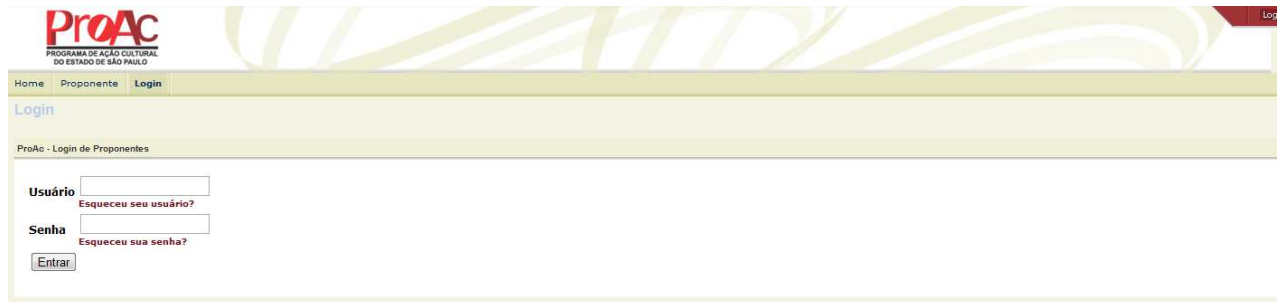
## CADASTRO PROPONENTE/ PROJETOS

1. Cadastrar-se no site [www.cultura.sp.gov.br](http://www.cultura.sp.gov.br)

Preencha o formulário eletrônico. Ao final, login, senha e protocolo serão enviados para seu e-mail. Guarde bem esses dados.

2. Acesse novamente o Sistema para cadastrar projetos. Siga as orientações disponíveis em cada tela.

3. Ao final do cadastramento do projeto, você receberá todas as orientações sobre entrega de documentos por e-mail.



The screenshot shows the ProAc login page. At the top left is the ProAc logo with the text 'PROGRAMA DE AÇÃO CULTURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO'. Below the logo is a navigation bar with 'Home', 'Proponente', and 'Login' links. The main content area is titled 'ProAc - Login de Proponentes' and contains two input fields: 'Usuário' and 'Senha'. Below each field is a link for 'Esqueceu seu usuário?' and 'Esqueceu sua senha?' respectively. An 'Entrar' button is located at the bottom left of the form area.

## **CONTINUAÇÃO CADASTRO - PROPONENTE**

1. Apresentar no Núcleo de Protocolo e Expedição da SEC, cópia da seguinte documentação para ser avaliada:

a) Pessoa física: (Cédula de Identidade – RG; e CPF)

b) Pessoa jurídica:

- Contrato ou Estatuto Social da sociedade ou instituição que tenha sede e/ou domicílio no Estado de São Paulo há pelo menos 02 (dois) anos, constando em seus objetivos e finalidades a realização de atividades culturais e artísticas;
- Ata da eleição da diretoria em exercício registrada;
- Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- Certidões Negativas relativas à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS); e
- Cédula de identidade - RG e CPF do representante legal da pessoa jurídica que firmou o cadastro de inscrição.

## CONTINUAÇÃO CADASTRO - PROPONENTE

2. O proponente, pessoa física ou jurídica, deverá ainda apresentar:
- a) Certidão Negativa de Débitos de Tributos e Contribuições Federais;
  - b) Cópia dos comprovantes de domicílio ou sede há pelo menos 02 (dois) anos no Estado de São Paulo em nome do proponente, sendo uma cópia de um comprovante atual e uma cópia de um comprovante de pelo menos 02 (dois) anos atrás;
  - c) Cópia assinada do Cadastro Geral do Proponente – CGP realizado no site [www.cultura.sp.gov.br](http://www.cultura.sp.gov.br);
  - d) Currículo que comprove efetiva atuação na área cultural há pelo menos 02 (dois) anos

## CONTINUAÇÃO CADASTRO - PROPOSTA

No site a inscrição da proposta é simples, com quantidade específica de caracteres em quase todo formulário.

Porém para a análise do projeto pela comissão “CAP” o proponente deverá apresentar no prazo máximo de 60 contados do envio da proposta no site a seguinte documentação:

I. Cópia atualizada de toda a documentação a que se refere o artigo 2º, sendo 01 (um) jogo de documentos por cada projeto inscrito;

- II. Cópia assinada do Cadastro do Projeto - CP realizado no site da SEC
- III. Declaração de contrapartida à população do Estado de São Paulo
- IV. Declaração de que se compromete a apresentar no momento da solicitação de transferência dos recursos da conta de captação para a conta movimento, carta de anuência dos órgãos públicos e privados responsáveis pelo local de realização do projeto (e eventual parceria);
- V. Argumento, texto explicativo, sinopse de pelo menos 02 (duas) páginas, texto ou roteiro do espetáculo cênico, esboço de projeto curatorial, cenográfico, coreográfico, pré-roteiro de filme ou documentário, referente ao projeto apresentado;
- VI. Quando obra audiovisual, apresentar filmografia do diretor;
- VII. Cronograma de execução do projeto;
- VIII. Currículo, carta de anuência ao projeto, RG, CPF e declaração do responsável técnico/artístico, informando que não atuará em mais de 04 (quatro) projetos simultâneos no mesmo ano aprovados no ProAC;

- IX. Ficha técnica e currículo dos principais membros da equipe técnica e dos artistas envolvidos no projeto;
- X. Currículo do proponente, demonstrando experiência na área da cultura e/ou do seu responsável técnico/artístico no segmento do projeto proposto;
- XI. Quando o objeto do projeto fizer referência direta e indispensável a um local ou artista específico, carta de anuência do mesmo;
- XII. No caso de projeto (nas áreas de teatro, dança, circo e música) que acontecerá em local fechado (teatros, auditórios, casas de espetáculos, etc), declaração do proponente informando o endereço do local, se já definido, e a sua estimativa lotação, além do número de apresentações previstas;
- XIII. Declaração de que se compromete a entregar no momento da solicitação de transferência dos recursos da conta de captação para a conta movimento as autorizações necessárias ao projeto dos eventuais detentores de direitos autorais

- XIV. No caso de publicação – livro, revista, catálogo, folder, folheto, impresso, outros –apresentar preferencialmente boneco e especificações técnicas como o número de páginas, o papel a ser utilizado e a tiragem prevista
- XV. Orçamento detalhado do projeto. Caso o orçamento do projeto seja superior ao solicitado, o proponente deverá apresentar o orçamento integral constando as fontes de recursos complementares previstas para o projeto;
- XVI. No caso de projetos que apresentem como contrapartida a doação de produto cultural a instituição pública ou privada, declaração de que se compromete a entregar manifestação formal de aceitação por parte do(s) donatário(s) futuros
- XVII. No caso de projetos que proponham ações educativas, de formação cultural, exemplificar o projeto pedagógico
- XVIII. Projetos de filmes de longa-metragem somente poderão ser inscritos pelo proponente que tiver realizado seu registro na Ancine,





# PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA Proac ICMS

## APROVAÇÃO E PUBLICAÇÃO

Caso o projeto seja aprovado você não será avisado, é provável que chegue uma carta ao seu endereço meses depois, por isso é importante ficar de olho no Diário Oficial.

Quando aprovado o projeto ganha um nº de certificado que deverá constar em todas as notas fiscais

## CAPTAÇÃO DE RECURSOS

É muito mais fácil de captar recursos, pois as empresas deduzem os aportes do imposto mensal ICMS, até o limite de 3% do imposto devido.

É necessário que a empresa se cadastre no SEFAZ – Secretaria da Fazenda do Estado, e a partir de lá faça a doação.

O valor fica na conta bloqueio e só pode ser transferida mediante alcance de 35% do valor do projeto.

Após aprovado o projeto tem até o final do ano vigente para captar recursos, com prorrogação automática de mais um ano.

## EXECUÇÃO

Muitas vezes o tempo da captação de recursos é muito longo, o que faz o cronograma desatualizar, nestes casos, é possível solicitar ao programa a reconsideração de um novo cronograma.

Idem com a planilha orçamentária, porém qualquer alteração deve ser aprovada pela CAP, e o valor total deve ser o mesmo da planilha aprovada.

Durante a realização do projeto são aceitas pequenas alterações na planilha, desde que respeitem as normas (20% de cada linha para mais ou para menos, desde que o valor do grande grupo varie na mesma proporção.

## PRESTAÇÃO DE CONTAS

A prestação de contas deste programa é a mais detalhada de todas, pois não é possível fazer em etapas e deve ser entregue pessoalmente (ou através procurador) para conferência e validação da notas originais, uma vez que eles ficam somente com as cópias.

O programa disponibiliza formulários e ordem de apresentação que facilita o trabalho do proponente e promete agilidade na resposta de aceitação por parte da SEC.

Todas as folhas devem ser assinadas pelo proponente e por um contador habilitado com CRC.

Toda a documentação deve ser guardada por até 5 anos

MUNICIPAL – Lei Mendonça (Lei municipal  
10.923/90)

## PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À CULTURA Lei Mendonça

Prevê a associação de recursos privados com os do Município de São Paulo, por meio de incentivos fiscais, com a finalidade de patrocinar iniciativas culturais de todos os gêneros. Esta lei de incentivo oferece como benefício fiscal à pessoa física ou jurídica a dedução de 70% (a dedução de 100% segue em análise) do valor investido no projeto, até o limite de 20% do total devido de ISS (Imposto Sobre Serviço) e IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano). O contribuinte pode lançar a diferença entre o investimento e o desconto do imposto, a seu favor, em outros pagamentos de impostos, num prazo de 24 meses, podendo nesse período resgatar o total de descontos a quem tem direito.

OUTROS EDITAIS

# PROGRAMAS PÚBLICOS E PRIVADOS DE INCENTIVO À CULTURA

## Editais diversos

Natura Musical – Rouanet

Programa Oi de incentivo – Proac

Edital da Petrobrás – Rouanet

Edital Grupo Bandeirante de energia – Rouanet

...

## Editais Funarte

Programa de Intercâmbio e Difusão Cultural

Edital da Caixa Cultural

Programa de fomento ao teatro

....



**PROGRAMAS PÚBLICOS  
DE INCENTIVO À CULTURA  
Proac Editais**

**EDITAL**

Sugestão de leitura em conjunto

OUTROS PROGRAMAS

PROGRAMAS PÚBLICOS  
DE INCENTIVO À CULTURA

## Leis regionais

ACRE

ALAGOAS

BAHIA – FAZ CULTURA

CEARÁ

ESPIRITO SANTO

RIO GRANDE DO SUL

MINAS GERAIS

RIO DE JANEIRO

MATO GROSSO

PARÁ

PARANÁ

GOIÁS



**OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO**

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

O **projeto** se apresenta como uma ferramenta de trabalho que utilizamos para desenvolver as idéias expostas e concretizá-las em ações.

Deve-se entender que o projeto é uma ferramenta coletiva que deve ser compartilhado.

Não há um esquema único válido para todos os projetos.

O esquema proposto deve servir como um guia, que ajuda a recorrer um caminho metodológico.

Um bom projeto é aquele que pode ser modificado. Em qualquer momento um capítulo pode desaparecer se assim considerar oportuno, outro pode aparecer, um pode dividir-se em vários, ou alguns deles juntar-se em um.

Da mesma maneira a ordem apresentada pode ser alterada segundo as necessidades do projeto.

# FASES DE UM PROJETO

## 3 FASES:

- I. Pré-projeto (pesquisa, programação, escrita)
- II. Projeto (realização)
- III. Pós-projeto (conclusão, avaliação e prestação de contas)

## Fase I. PESQUISA E FOCO

*“Primeiramente, supõe-se que o proponente esteja inserido no contexto do projeto a ser desenvolvido”.*

Antes de começar a elaboração de um projeto deve-se realizar uma pesquisa (mercadológica, territorial, setorial...), a fim de o projeto ter bases reais e claras, principalmente acerca de seu público consumidor, de seu produto cultural e de quem irá avaliar o projeto.

## Fase I. LINGUAGEM

A linguagem a ser utilizada no projeto depende de quem irá avaliar o mesmo. São três as possíveis diretrizes de linguagem:

1) p/ Mercado consumidor: é a linguagem cultural desenvolvida pelo artista, condizente com a obra (ex.: artes plásticas, histórias em quadrinhos)

2) p/ Órgãos Públicos: regulamentada e orientada por Editais, essa linguagem deve se enquadrar na proposta do Edital ou da Lei, identificando a principal motivação do mesmo, sem se perder em exaltações inúteis.

3) p/ Patrocinadores: linguagem empresarial, objetiva, de negociação, sempre ressaltando como a empresa se beneficiará com o negócio.



## Fase I. ANÁLISE DE PRODUTO

Caso o projeto gere um produto cultural, aplicar os 4P's de marketing para o sucesso do mesmo:

**Produto:** O que é meu produto? É inovador? Há concorrentes? ...

**Ponto ou praça:** Onde estará disponível? Para quem estou direcionando-o? ...

**Preço:** Qual o preço de custo? Preço de venda? Quanto pagariam por ele? ...

**Promoção:** Como vou divulgá-lo? Distribuí-lo? ...

# Fase II. Estrutura

## Título

Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Direto; Objetivo; Interessante;

Focando passar uma idéia clara e concisa acerca do que será tratado no projeto.

Geralmente é o nome do produto a ser desenvolvido, o nome do livro, do espetáculo, do CD, da escultura, da oficina, etc...

# Fase II. Estrutura

Título

## Capa

Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Deve conter:

- Título
- Nome, contato e assinatura do proponente
- A quem se destina
- (Caso já esteja contemplado em algum programa cultural e busque patrocínio pode conter os logotipos em questão)



# Fase II. Estrutura

Título

Capa

## **Índice**

Introdução

Resumo

Contexto

Antecedentes

Ficha Técnica

Problema

Justificativa

Público alvo

Objetivo Geral

Metas

Metodologia

Cronograma

Orçamento

Contrapartida

Anexos

O índice é o último trabalho a ser feito na escrita de um projeto. Depois de pronto, o documento deve ser paginado e então organizado o índice.

Lembre-se que o projeto escrito é um documento de consulta, ou seja, não deve ser necessário reler o documento na íntegra quando se busca uma informação específica, por isso você deve disponibilizar os capítulos organizados por temas.

# Fase II. Estrutura

Título

Capa

Índice

## **Introdução**

Resumo

Contexto

Antecedentes

Ficha Técnica

Problema

Justificativa

Público alvo

Objetivo Geral

Metas

Metodologia

Cronograma

Orçamento

Contrapartida

Anexos

Define brevemente:

- O contexto do trabalho;
- Os objetivos;
- A justificativa;
- E a valorização da proposta.

# Fase II. Estrutura

Título

Capa

Índice

Introdução

## **Resumo**

Contexto

Antecedentes

Ficha Técnica

Problema

Justificativa

Público alvo

Objetivo Geral

Metas

Metodologia

Cronograma

Orçamento

Contrapartida

Anexos

É simplesmente um resumo do projeto.

Como se fosse descrevê-lo em poucas palavras.

Resumir a idéia, no contexto proposto, e as ações.

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução

## **Resumo**

Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

É simplesmente um resumo do projeto.

Como se fosse descrevê-lo em poucas palavras.

Resumir a idéia, no contexto proposto, e as ações.

**“Ressalta-se que os itens citados até então, os 5 primeiros do projeto (Título, Capa, Índice, Introdução e Resumo) devem ser elaborados depois do projeto escrito.”**

# Fase II. Estrutura

Título

Capa

Índice

Introdução

Resumo

## **Contexto**

Antecedentes

Ficha Técnica

Problema

Justificativa

Público alvo

Objetivo Geral

Metas

Metodologia

Cronograma

Orçamento

Contrapartida

Anexos

Não mais do que uma página, contendo:

- Cenário onde a proposta se insere;
- Quais conhecimentos provenientes desse contexto levam à proposição das atividades;
- Histórico da comunidade, município, região, grupos;
- Identificação da região geográfica do público-alvo e da realização;
- Informações sobre atividades econômicas, organização social e política que se relacionam com o projeto.

# Fase II. Estrutura

Título

Capa

Índice

Introdução

Resumo

Contexto

## **Antecedentes**

Ficha Técnica

Problema

Justificativa

Público alvo

Objetivo Geral

Metas

Metodologia

Cronograma

Orçamento

Contrapartida

Anexos

Apresenta em que outras ações semelhantes o grupo que está elaborando o projeto já esteve envolvido;

E que outras organizações tratam do assunto;

Posteriormente, discute acerca de resultados alcançados com projetos anteriores.

**No caso da 2ª edição de um projeto, desenvolver este capítulo baseado sobre a 1ª edição.**

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
**Ficha Técnica**  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

- Por quem será feito? (integrantes)
- Currículo dos mesmos
- Se o projeto for realizado por um grupo, relatar que grupo é esse, o que faz e um breve histórico do mesmo.

**“Os Antecedentes e os currículos presentes na Ficha Técnica demonstram o domínio do assunto por parte dos envolvidos no projeto.”**

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica

## **Problema**

Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Deve ser objetivo e detalhado;

O que pretende-se resolver, ou transformar com o projeto?

Diagnóstico do problema, onde ele se encontra? Quem é afetado por ele?

Breve histórico do problema e suas conseqüências.

Já existem esforços realizados ou em curso para a resolução desse problema?



# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
**Justificativa**  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Questão: **Por quê?**

Qual a necessidade do projeto?

Por que o projeto é importante e justificável no problema identificado? Quais serão as contribuições do mesmo para a resolução desse problema?

Quais serão os benefícios (sociais, econômicos, ambientais,...) do mesmo para a comunidade?

Se estiver visando financiamento empresarial, que benefícios (financeiros, de imagem, aumento do mercado consumidor,...) essa empresa terá?

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
**Público alvo**  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

## Questão: Para quem?

Mapear a região atingida pelo produto cultural final (CD, show, livro, espetáculo, filme,...).

Fazer uma análise qualitativa (classe social, faixa etária, etnia, escolaridade,...) e quantitativa (utilizar estatísticas, e fontes de dados como o IBGE) das pessoas que serão atingidas direta ou indiretamente pelo projeto.

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
**Objetivo Geral**  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

## Questão: O que? Para que?

Um projeto deve ter somente um objetivo geral;  
Caso veja-se a necessidade de expor mais objetivos,  
estes devem ser tratados como objetivos secundários;

O objetivo geral é o ideal que se pretende alcançar, o  
ponto de partida do projeto, que pode ser o próprio  
produto cultural final de uma maneira ampla;

Na formulação do objetivo geral, deve-se considerar uma  
solução ao problema e o aproveitamento de uma  
oportunidade;

Deve ter clareza, precisão e verbos de ação no infinitivo;

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
**Objetivo Geral**  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

O objetivo do projeto pode ser de curto, médio e longo prazo:

**Curto prazo:** vinculação a alguma data ou evento específico, realização do produto cultural em si;

**Médio prazo:** o produto não se esgota na sua apresentação ao público, no médio prazo o produto é consumido, criticado e divulgado (ex.: filmes);

**Longo prazo:** produtos de patrimônio cultural, que se eternizam, resistem após a divulgação, são clássicos.

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral

## **Metas**

Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Aonde se quer chegar com o projeto;

São os resultados esperados até o fim do projeto, a fim de atingir o objetivo geral;

Ações específicas relatadas por itens começando, de preferência, com verbos no infinitivo, ex.: criar consciência ambiental; Estimular jovens artistas;...

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
**Metodologia**  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

É a seleção dos métodos (das linhas estratégicas)

Como serão alcançados os objetivos e as metas?

São as etapas a seguir no projeto. É a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no caminho do trabalho de pesquisa ou elaboração do projeto.

É a explicação minuciosa das ações, do material ou infraestrutura necessários, do tempo previsto, da equipe necessária, da divisão de trabalho... Enfim, tudo aquilo que será necessário para a realização do projeto.

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
**Cronograma**  
Orçamento  
Contrapartida  
Anexos

Linha do tempo organizado em ações ou etapas, para a realização do projeto

Ajuda a nós certificar que o projeto terá início, meio e fim;

Com ele é possível visualizar o tempo total para execução do projeto, ou parcial de uma determinada tarefa;

Pode ser atemporal (não ter datas pré-fixadas. Ex.; mês 1, mês 2, mês 3...);

Com o cronograma também podemos prever mês a mês os gastos com o projeto.







# Fase II. Estrutura

## Cronograma de Trabalho não indicado:

| DESCRIÇÃO DO TRABALHO  | INÍCIO  | TÉRMINO  |
|--|---|----------|
| <i>Pesquisa – Texto Original</i>   | 03/11/08  | 21/11/08 |
| <i>Pesquisa – Autor Eurípedes</i>  | 24/11/08  | 19/12/08 |
| <i>Recesso – Final de Ano</i>  | 20/12/08  | 05/01/09 |
| <i>Pesquisa – Mitologia Grega</i><br><i>Pesquisa – Relação Social Atual x Mitologia Grega x Mundo Suburbano e Entendimento do Texto Adaptado em relação as pesquisas e aplicação de Exercícios Práticos</i>      | 05/01/09  | 30/01/09 |
| <i>Ensaaios, Concepção de Percussão e Iluminação, Pesquisa e Concepção – Figurinos / Adereços / Cenário</i>  | 02/02/09  | 02/04/09 |
| <i>Temporada - Estréia</i>   | 03/04/09  | 03/05/09 |
| <i>Apresentações Apoiadas e Workshops</i>  | Mediante indicação da Secretaria de Estado da Cultura |          |
| <b>(*) Durante a finalização do processo, a Produção Executiva estará viabilizando a captação de outros recursos para a continuidade da carreira do espetáculo, após o término da temporada aqui estipulada.</b> |   |          |

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
**Orçamento**  
    Contrapartida  
    Anexos

São os custos para a realização do projeto

Estes podem ser agrupados por ações, modalidades ou tempo;

Todo e qualquer gasto deve ser considerado, desde a compra de material, abastecimento, aluguéis de imóveis, pagamento de pessoal, e etc.;

Não esquecer de calcular os impostos sempre que incidirem sobre os pagamentos;

Indicar a forma de financiamento do projeto (Ex. auto financiamento; prêmio de programas culturais; Intenção de patrocínio através de incentivos fiscais; etc...)



**PROJETO FICTÍCIO**

Nome:

Proponente:

| Item                                   | Unidade | Quantidade | Ocorrência | Valor Unitário | Valor Total |
|--|---------|------------|------------|----------------|-------------|
| <b>1. Etapa Pré-produção</b>           |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
| Sub-total de Pré-produção              |         |            |            |                |             |
| <b>2. Etapa Produção</b>               |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
| Sub -total de Produção                 |         |            |            |                |             |
| <b>3. Etapa Divulgação</b>             |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
| Sub-total Divulgação                   |         |            |            |                |             |
| <b>4. Etapa Custos Administrativos</b> |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
|  |         |            |            |                |             |
| Sub-total de Custos Administrativos    |         |            |            |                |             |
| <b>TOTAL GERAL</b>                     |         |            |            |                |             |

**PROJETO VI VER O MUSEU**

Proac edital 25/2013

| Item   | Unidade | Quantidade | Ocorrência | Valor Unitário | Valor Total   |
|--|---------|------------|------------|----------------|---------------|
| <b>1. Etapa Planejamento</b>                                   |         |            |            |                |               |
| Consultoria especializada                                      | cachê   | 01         | 08         | 750,00         | R\$ 6.000,00  |
| Treinamento equipe do MCB                                      | serviço | 01         | 01         | 1.800,00       | R\$ 1.800,00  |
| Sub-total de PLANEJAMENTO                                      |         |            |            |                | R\$ 7.800,00  |
| <b>2. Etapa Treinamento</b>                                    |         |            |            |                |               |
| Bolsa auxílio para formação dos jovens cegos (mensal)          | verba   | 10         | 04         | 200,00         | R\$ 8.000,00  |
| Auxílio transporte dos jovens cegos p/ treinamento por reunião | verba   | 16         | 10         | 15,00          | R\$ 2.400,00  |
| Impressão material didático em formato universal - braile      | verba   | 01         | 01         | 4.000,00       | R\$ 4.000,00  |
| Produção de mapa tátil do Museu                                | verba   | 01         | 01         | 6.000,00       | R\$ 6.000,00  |
| Produção etiquetas em alumino em braile para expografia        | verba   | 01         | 01         | 1.100,00       | R\$ 1.100,00  |
| Gravação áudio guia (locução, estudio e gravação)              | verba   | 01         | 01         | 1.800,00       | R\$ 1.800,00  |
| Compra dos aparelhos audio guia (mp4 - 4gb)                    | quant   | 30         | 01         | 195,00         | R\$ 5.850,00  |
| Divulgação das visitas especiais                               | verba   | 03         | 02         | 700,00         | R\$ 4.200,00  |
| Sub -total de TREINAMENTO                                      |         |            |            |                | R\$ 33.350,00 |
| <b>3. Etapa Atendimento</b>                                    |         |            |            |                |               |

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
**Contrapartida**  
Anexos

Contrapartida, ou contrapartida social:

São os benefícios tangíveis que seu projeto oferecerá a alguém quando em fase de realização.

As contrapartidas são as ações que o proponente se compromete a realizar caso aquele projeto venha a acontecer.

Em alguns editais as contrapartidas já são pré-estabelecidas, e devem constar no projeto.

No caso de captação de recursos, a contrapartida é tudo aquilo que se vai oferecer ao patrocinador em troca do financiamento.

# Fase II. Estrutura

Título  
Capa  
Índice  
Introdução  
Resumo  
Contexto  
Antecedentes  
Ficha Técnica  
Problema  
Justificativa  
Público alvo  
Objetivo Geral  
Metas  
Metodologia  
Cronograma  
Orçamento  
Contrapartida  
**Anexos**

Tudo aquilo que é informação adicional no projeto vai para o capítulo dos anexos;

Cada capítulo pode ter um anexo diferente;

Caso esteja na dúvida se tal dado é irrelevante para constar no projeto, coloque-o como Anexo.

Ex. de anexos: Documentação; pesquisas; fotos; panfletos; capas de cd; e etc...

## **OFICINA DE PROJETOS CULTURAIS E LEIS DE INCENTIVO III**

MUSEU DA CASA BRASILEIRA

**Obrigada!**

**Claudia Ferrarresso – [eventos@mcb.org.br](mailto:eventos@mcb.org.br)**