



ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS

A **Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB)**, órgão vinculado à Secretaria de Cultura, tem como missão promover o desenvolvimento das Artes Visuais, Dança, Música, Teatro, Circo e demais manifestações culturais do Estado, por meio do incentivo à produção, pesquisa, formação, gestão, intercâmbio e difusão.

Uma das principais políticas desta instituição é a seleção pública de projetos através de editais de fomento à cultura. Estes representam uma forma democrática de distribuição dos recursos públicos, diversificando e aumentando o número de projetos, produtores e municípios apoiados pelo Governo do Estado.

Buscando capacitar agentes culturais, artistas e produtores, assim como informá-los sobre formas e possibilidades existentes de financiamento da cultura, foi criado este manual com orientações básicas para elaboração de projetos.

A elaboração de um projeto é essencial tanto para a solicitação de apoios e patrocínios a instituições públicas e privadas, como também para a produção de uma atividade artístico-cultural. O proponente, ou seja, o responsável pelo projeto, deve ter o cuidado de indicar, sempre de maneira clara e objetiva, que atividade pretende realizar, como, quando e onde ela irá acontecer, quem a desenvolverá e quanto custará.

Boa leitura e bom trabalho!

/// TÓPICOS DE UM PROJETO

Apresentação / descrição / objeto

O que é: Descrição do objeto do projeto. O objeto pode ser uma ação, uma atividade ou um produto cultural.

Como fazer: A apresentação ou descrição é uma síntese do seu projeto. Comece com um histórico do objeto, descreva como surgiu a ideia de realizá-lo, qual a sua importância e seus principais objetivos, o número de pessoas envolvidas, a qual público ele se destina e, finalmente, em que período e local ocorrerá.

Muita atenção: A apresentação deve ser revisada após finalizados os outros itens do projeto ou então deverá ser o último item a ser escrito.

Perguntas norteadoras:

- O que é o projeto?
- Qual seu objetivo geral?
- Quais são os principais envolvidos?
- Qual o público-alvo?
- Quando e onde será realizado?

JUSTIFICATIVA

O que é: Apresentação das razões para a realização do projeto.

Como fazer: Além de explicitar as razões pelas quais se tomou a iniciativa de realizar o projeto proposto, é preciso enfatizar quais circunstâncias favorecem a sua execução, o justificam e o diferenciam, e também quais suas contribuições para o desenvolvimento cultural do público ao qual se destina ou da localidade/região na qual se insere.

Muita atenção: Este é o momento de convencimento da importância do projeto e da capacidade do proponente em realizá-lo. Cuidado para não se perder em detalhes que não estão diretamente vinculados ao projeto. Lembre-se que o projeto deve ser justificado culturalmente. Dê ênfase a seus principais atributos tais como, criatividade, contemporaneidade, tradição, irreverência, popularidade, entre outros.

Perguntas norteadoras:

- Em que contexto se insere o projeto?
- Qual sua importância neste contexto?
- Por que foi pensado e proposto?
- Qual seu histórico (se houver)?
- Qual seu diferencial?
- Qual a experiência do proponente?
- Já foram desenvolvidas outras ações para o público-alvo do projeto pelo proponente?

OBJETIVOS

O que é: Indicação dos resultados que se pretende atingir, dos produtos finais a serem elaborados, bem como dos benefícios da ação ou atividade cultural, se possível a curto, médio e longo prazo.

Como fazer: Faça um pequeno parágrafo com o objetivo geral e organize em tópicos os específicos. Os objetivos específicos geralmente iniciam com um verbo e devem ser claros e sucintos.

Muita atenção: O objetivo geral corresponde ao produto final do projeto. Já os objetivos específicos se configuram como ações que contribuirão para alcançar e complementar o objetivo geral.

Perguntas norteadoras:

- O que pretende com o projeto?
- Para que foi pensado e proposto?
- Quais são os benefícios culturais, sociais e econômicos derivados do projeto?

METAS A ATINGIR/ RESULTADOS PREVISTOS

O que é: Apresentação dos resultados a serem atingidos pelo projeto.

Como fazer: Volte ao item “objetivos” e tente traduzi-lo em resultados práticos ou produtos, que possam ser vistos ou experimentados. Busque resultados, se possível, quantificáveis, para cada objetivo específico, analisando os que, de fato, são viáveis de se concretizarem.

Muita atenção: Os resultados devem ser mensuráveis e revelar o alcance dos objetivos específicos. Sempre que possível apresente dados quantitativos, tais como: número de espetáculos ou mostras, público atingido, cidades abrangidas etc. Eles serão os indicadores para a verificação do cumprimento do projeto e sua avaliação.

Perguntas norteadoras:

- Quais são as metas a serem atingidas a partir dos objetivos do projeto?
- Quais os resultados finais do projeto?

AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

O que é: Apresentação de indicadores para avaliação do projeto.

Como fazer: Volte ao item “resultados previstos” e tente identificar que ações auxiliam na checagem dos resultados. Pode ser através de questionários de pesquisa de público, de clipagens de materiais de imprensa, de entrevistas, da quantidade de ingressos ou produtos vendidos etc.

Muita atenção: Os indicadores servem para comparar os “resultados previstos” com os resultados reais do projeto e permitem avaliar se o projeto foi bem sucedido. Eles podem ser quantitativos: número de participantes, espetáculos, beneficiados etc; ou qualitativos: análise da divulgação, da satisfação do público e da verba total do projeto.

Perguntas norteadoras:

- O que precisa ser avaliado?
- Como pode ser avaliado?
- Como será apresentada esta avaliação? E para quem?

PÚBLICO ALVO

O que é: Identificação do público, ou públicos, ao qual o projeto se destina, presumindo, sempre que possível, uma quantidade direta e indireta do público a ser atingido.

Como fazer: Alguns aspectos podem auxiliar na definição do público: onde o projeto será desenvolvido, a linguagem a que se refere (artes visuais, dança, música, teatro etc), sua proposta (experimental, popular, massiva, erudita etc), entre outros. Se o proponente conhecer seu público pode ainda detalhar aspectos como faixa etária, área de atuação, condições de vida etc.

Muita atenção: As características do projeto ou mesmo a trajetória do proponente podem já ter ou indicar um determinado público, que já possua um envolvimento com a ação ou atividade cultural proposta ou, ao contrário, a desconheça ou não tenha acesso e possa dela se beneficiar de alguma forma.

Perguntas norteadoras:

- Para quem o projeto foi pensado e proposto?
- Quais são os perfis do público que pretende atingir?
- Qual a estimativa de público?

ETAPAS DE EXECUÇÃO / BASES METODOLÓGICA E OPERACIONAL / ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O que é: Detalhamento das etapas de realização do projeto.

Como fazer: Para elaborar a estratégia de ação volte aos itens “objetivos” e “resultados previstos” e liste todas as atividades que serão necessárias para atingi-los. Ordene as ações por etapas de realização e preveja o tempo de duração de cada uma. Liste também os serviços a serem desenvolvidos em cada etapa.

Muita atenção: A estratégia de ação do projeto deve ser coerente com os itens “orçamento” e “cronograma”. Ela demonstra a capacidade de administração do proponente.

Perguntas norteadoras:

- Qual a programação do projeto?
- Como ele será realizado? Existem etapas distintas? Quais?
- Quem são os responsáveis por cada etapa? Que atividades desenvolverão?

ATIVIDADES FORMAÇÃO e/ou INTERCÂMBIO / RETORNO DE INTERESSE PÚBLICO

O que é: Indicação de atividades culturais a serem realizadas como contrapartida social do projeto.

Como fazer: Proponha ações ou atividades que estimulem a participação do público no projeto, seja de formação ou de intercâmbio, e que tenham resultados mensuráveis.

Muita atenção: Toda ação ou atividade cultural se insere em um contexto econômico, social e político. Por esta razão, o proponente deverá pensar em como atuar neste contexto, tendo como princípio o compromisso cidadão. As atividades culturais indicadas devem estar articuladas com as diretrizes da política cultural da instituição em que o projeto será inscrito.

Perguntas norteadoras:

- Quais são as atividades?
- Como serão realizadas?
- Quando e onde?

cronograma

O que é: O cronograma situa no tempo as ações ou procedimentos necessários para a realização do projeto. Deve ser apresentado em forma de tabela, por itens e não em texto.

Como fazer: O cronograma é consequência da “estratégia de ação”. Desenhe uma tabela contendo as etapas do projeto e seu período de execução (semana, quinzena ou mês). O cronograma geralmente é dividido em pré-produção (ou preparação), produção e pós-produção, que significam, respectivamente, o momento prévio da execução do projeto, a sua execução de fato e o momento posterior.

Muita atenção: Algumas ações são comuns a vários projetos, como: reserva do local de realização do projeto, impressão das peças gráficas, divulgação, inscrições, ensaios, montagem, estreia, pagamento de serviços e profissionais, prestação de contas, entre outros. Em algumas ocasiões os editais e mecanismos de financiamento indicam o período para a realização do projeto, o que significa que não se pode propor um cronograma que o ultrapasse. Também é importante estar atento ao cronograma de festas e comemorações na cidade/região onde será realizado o projeto, para que não haja coincidências que causem prejuízos.

Perguntas norteadoras:

- Em que período as ações/etapas do projeto serão realizadas?
- Quanto tempo durará cada etapa?

ORÇAMENTO

O que é: Indicação dos recursos financeiros necessários para execução do projeto, com valores unitários e totais.

Como fazer: O orçamento também deve ser apresentado em forma de tabela, por itens e não em texto. Sugere-se que o orçamento pelo menos indique: item, valor unitário, quantidade e valor total. O valor total do projeto é a soma de todos os itens anteriores. Remeta-se às ações indicadas no cronograma e veja quais gastos estão implícitos em cada uma delas. Geralmente os projetos preveem recursos para: pessoal e serviços; infra-estrutura e montagem; material de consumo; material gráfico; custos administrativos; comunicação e divulgação; impostos e taxas.

Muita atenção: A maioria dos editais possui uma cota limite de financiamento. Caso o projeto ultrapasse o valor determinado, deverá comprovar a existência de outras fontes de financiamento. Neste caso, divida os totais em valor solicitado ao edital e valor total do projeto.

Perguntas norteadoras:

- Qual o custo de cada etapa do cronograma?
- Quais valores unitários e totais?
- Quais são as fontes previstas?
- Quanto será solicitado a cada fonte?
- Qual o valor total do projeto?

PLANO DE COMUNICAÇÃO / PLANO DE MÍDIA / PLANO DE DIVULGAÇÃO

O que é: são as estratégias que devem ser traçadas para a eficiente divulgação das atividades, incluem os veículos de comunicação, material gráfico e ações para expor o projeto aos públicos-alvos. Em outras palavras, o plano descreve que tipo de publicidade, assessoria de imprensa e/ou marketing estão previstos. É possível formular um plano alternativo, mais barato e eficiente, se o proponente conhecer bem o seu público.

Como fazer: Quando o custo de um projeto é fechado, gastos com assessoria de imprensa, peças de divulgação e material gráfico devem constar no orçamento.

Tendo em vista o público previsto no projeto e os meios de comunicação disponíveis, deve-se relacionar e quantificar nº de cartazes, inserções na TV e rádio, quantidade de outdoors, carros de som etc. Lembre-se que a escolha correta dos veículos de comunicação é fundamental para atingir o público desejado.

Muita atenção: É importante saber que ao patrocinar um projeto, a empresa busca o retorno de imagem, ou seja, a empresa deseja ter visibilidade, portanto exigirá a exposição de sua marca, divulgação de seu nome, dentre outros. É preciso ter regras e jogo de cintura para lidar com estas questões.

¹ Este item é aplicável aos projetos em que o orçamento total é superior aos limites do edital ou a projetos em que a captação de recursos é feita diretamente às fontes financiadoras.

COTAS DE PATROCÍNIO¹

O que é: Sistema que possibilita uma empresa patrocinar uma ou mais faixas de valor ou a totalidade do projeto cultural.

Como fazer: Inclua no projeto cotas diferenciadas de valor, acompanhadas por vantagens que deverão ser concedidas às empresas patrocinadoras, ou seja, como e quando as marcas serão expostas, espaço para divulgação dos patrocinadores, cotas de ingressos ou de produtos, por exemplo.

Muita atenção: Empresas que ofereçam valor inferior a menor cota de patrocínio ou forneçam apoio em serviços/ produtos são consideradas apoiadores.

OUTRAS INFORMAÇÕES E ANEXOS

Fique atento a outras informações e anexos que podem ser solicitados.

Ficha técnica: Número e nomes dos profissionais envolvidos e respectivas funções.

Carta de anuência: Comprova a participação dos profissionais envolvidos indicados na ficha técnica. Estas cartas devem ser assinadas pelos titulares.

Clipagem: Reunião de folders, matérias de jornal, dvd's, entre outros materiais que comprovem a experiência do proponente, indicando as suas realizações na área cultural.

Currículo: Resumido do proponente e dos principais envolvidos no projeto, com ênfase na área cultural. É interessante ressaltar a experiência do proponente em temas relacionados aos editais, quando for o caso.

Plano de Acesso: Descreva as estratégias de promoção do acesso da população ao projeto.

Estimativa de arrecadação: Multiplique o valor unitário do ingresso ou produto cultural pela quantidade de pessoas que poderão adquiri-lo – esta estimativa pode ser feita, por exemplo, a partir do número de lugares do local onde será realizado o projeto.

Plano de Cotas: Quando você for adaptar seu projeto para a captação de recursos, deverá indicar cotas de patrocínio para que a empresa possa escolher. As cotas são níveis hierárquicos de parcerias: patrocínio, co-patrocínio, apoio, promoção, colaboração etc. Para cada cota determine um custo e uma divulgação da marca diferenciados.

Quadro de distribuição do produto: No caso de projetos que tenham produtos concretos, como CDs, livros, jornais, ou mesmo espetáculos e apresentações, o proponente deve indicar a tiragem de seu produto e sua distribuição. Em alguns editais e leis de incentivo, a instância financiadora solicita que 20% do produto seja distribuído de maneira gratuita, neste caso o proponente também deve listar quais entidades são beneficiadas, como bibliotecas, escolas públicas, videotecas etc.

/// OPORTUNIDADES - MEIOS DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Na Bahia

FUNCEB www.funceb.ba.gov.br		
Artes Visuais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Portas Abertas para as Artes Visuais	Seleção de propostas de exposições, individuais ou coletivas, nas galerias da FUNCEB na capital e no interior.
	Salões Regionais de Artes Visuais	Seleção de trabalhos para participação nos Salões Regionais e posterior premiação dos mesmos.
	Montagem e Curadoria de Exposição	Seleção de projetos de curadoria e montagem de exposições, individuais ou coletivas.
Dança		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Quarta que Dança	Seleção de projetos de espetáculos de dança, intervenções urbanas de dança, apresentações de dança de rua e trabalhos em processo de criação.
	Montagem de Dança	Seleção de projetos de montagem de espetáculos inéditos de dança, solos, duos ou de grupos.
2º semestre	Circulação de Dança	Seleção de projetos de circulação de espetáculos de dança, solos, duos ou de grupos.
Música		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Produção de Conteúdo em Música	Apoio para gravação e/ou reprodução de conteúdo digital na área musical através de fonogramas e vídeos.
2º semestre	Circulação de Música	Seleção de projetos de circulação com apresentações musicais em qualquer gênero musical, no interior baiano e em capitais do nordeste.
Teatro e Circo		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Montagem de Teatro	Seleção de projetos de montagem de espetáculos inéditos de teatro de sala ou de rua.
	TCA. Núcleo	Seleção de projeto de montagem de espetáculo teatral e realização de temporada.
2º semestre	Circulação de Teatro	Seleção de projetos de circulação de espetáculos de teatro de sala ou de rua, no interior baiano e em capitais do nordeste.
	Montagem e circulação de Circo	Seleção de projetos de circulação e montagem de espetáculos e números circenses de circos de lona, escolas de circo, companhias, trupes ou artistas circenses.

Audiovisual		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Festival Nacional de Vídeo – Imagem em 5 minutos	Realização de mostras de vídeo competitivas e não competitivas, além de seminários, palestras, exposições e oficinas com acesso gratuito. Premia 5 vídeos com até 5 minutos.
Cultura Digital		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Cultura Digital	Seleção e concessão de apoio a projetos cujo objeto ou suporte envolvam as tecnologias digitais e as novas mídias (sites, portais, softwares livre, bancos de dados, entre outros).
Transversais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Formação e Qualificação Artístico-cultural	Seleção de projetos de formação artística ou qualificação técnica, nas áreas de Artes Visuais, Audiovisual, Circo, Dança, Música e Teatro.
	Cultura e Direitos Humanos	Seleção de projetos artístico-culturais, de caráter eventual ou contínuo, que promovam os direitos humanos.
Ano inteiro	Calendário de Apoio a Projetos Culturais	Apoio de projetos culturais através de recursos financeiros diretos ou serviços de impressão, compra de passagens aéreas nacionais e internacionais e hospedagem na cidade de Salvador, por meio de contratos entre a FUNCEB e empresas da área.
SECULT [www.cultura.ba.gov.br]		
Transversais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Edital de Residência Artística no Exterior	Apoio à residência artística no exterior para artistas de todas as linguagens.
	Edital de Intercâmbio Cultural	Apoio a viagens de intercâmbio cultural no Brasil ou exterior.
	Carnaval Ouro Negro	Apoio ao trabalho das organizações que atuam o ano inteiro, através de projetos culturais em comunidades, e que encontram no Carnaval a visibilidade dessas ações.
Leis e programas de incentivo		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
Ano inteiro	Fundo de Cultura	Patrocínio de projetos culturais realizado de forma direta ao proponente. Preferência por projetos de baixo apelo mercadológico. Além da demanda espontânea, o Fundo de Cultura abre inscrição em editais durante o ano.
Ano inteiro	Fazcultura	Lei estadual de incentivo ao patrocínio cultural. Os projetos aprovados pelo Fazcultura devem buscar um patrocinador privado que terá até 80% do valor pago no projeto abatido no pagamento do ICMS.
	Credibahia Cultural	Programa de microcrédito. Concede empréstimos para viabilizar pequenos negócios na área cultural no Centro Histórico. A verba pode ser utilizada para reformas, ampliações e compra de materiais.

Fundação Pedro Calmon www.fpc.ba.gov.br		
Literatura		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Apoio às Bibliotecas Comunitárias	Apoio às bibliotecas comunitárias com o objetivo de estimular e ampliar a capacidade de leitura da população baiana. Os projetos a serem selecionados deverão contemplar a aquisição de equipamentos, acervo de livros e periódicos destinados ao estudo, à pesquisa e à consulta.
	Apoio à edição de livros de autores baianos	Apoio à edição de livros de autores baianos, nas categorias Poesia, Romance, Contos e Literatura Infanto-Juvenil.
	Apoio às editoras para publicação de livros	Apoio às editoras para edição de coleção de livros com o objetivo de incentivar o mercado editorial e a criação literária na Bahia.
	Apoio à pesquisa para criação literária de escritores baianos	Apoio à pesquisa para criação literária de escritores baianos, nas categorias correspondentes aos gêneros lírico e narrativo (poesia, romance, conto, crônica e novela).
	Editais de incentivo a leitura	Seleção de projetos de estímulo ao hábito da leitura no Estado da Bahia.
Transversais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Culturas LGBT	Seleção e concessão de apoio a projetos culturais que promovam o respeito à diversidade sexual e/ou a afirmação das identidades LGBT na Bahia.
	Cultura Negra	Seleção e concessão de apoio a projetos com objetivo de fomentar ações culturais voltadas para valorização das expressões da cultura negra no Estado da Bahia.

OUTRAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS		
Transversais		
1º semestre	Viva Cultura - Fundação Gregório de Mattos [www.cultura.salvador.ba.gov.br]	Lei municipal de incentivo ao patrocínio cultural. Os projetos aprovados pela Fundação Gregório de Mattos devem buscar um patrocinador privado que terá abatimento no pagamento do ISS e IPTU.
	Bahiagás [www.bahiagas.com.br]	Edital com objetivo de difundir e estimular a produção cultural baiana, atividades esportivas em suas diferentes modalidades e projetos sociais.
2º semestre	Prêmio Braskem de Cultura e Arte [www.braskem.com.br]	Seleção de projetos inéditos de produção de CD's, exposição de artes plásticas, livros e curta metragem.
	Energia Para Crescer – Cultura – Coelba [www.coelba.com.br]	Seleção de projetos culturais de diversas áreas para patrocínio pela Coelba.

Brasil

Ministério da Cultura [www.cultura.gov.br]		
Artes Visuais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Edital Conexão Artes Visuais	Seleção de projetos de circulação e intercâmbio de artistas.
	Prêmio Projéteis Funarte de Arte Contemporânea	Seleção de projetos de exposição coletiva que contemplem todas as áreas artísticas.
	Prêmio Atos Visuais	Seleção de projetos de exposição.
	Prêmio de Artes Plásticas Marcantonio Vilaça	Instituições museológicas de cada região do país receberão verba para adquirir obras de arte que complementem seu acervo.
	Rede Nacional Funarte Artes Visuais	Instituições culturais poderão receber verba para produzir eventos de debate e reflexão sobre artes visuais em todo o país.
Audiovisual		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Prêmio Roquette-Pinto – I Concurso de Fomento à Produção de programas Radiofônicos	Concurso inédito estará premiando a produção de obras para rádio em quatro gêneros: rádio-documentário, rádio-dramaturgia, programas infanto-juvenis e rádio-arte. A Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB) abre inscrições a partir do dia 01 de abril.
	Revelando os Brasis	Seleção de 40 histórias de moradores de cidades com até 20 mil habitantes para participar de oficinas e produzir curtas-metragens.
	Programa DOCTV	Para produção e teledifusão de documentários.
	FICTV/ Mais Cultura - Dramaturgia Seriada	Seleção de projetos de produção de minisséries que proponham uma visão original sobre a juventude brasileira das classes C, D e E. As minisséries serão exibidas nas emissoras da Rede Pública de Televisão.
2º semestre	ETNODOC	Para produção de documentário etnográfico.
	Produção e Finalização	Para produção e finalização de longas-metragens inéditos, de produção independente, no gênero ficção, documentário ou animação.
	Curta Metragem – Vários Gêneros	Para produção de obras audiovisuais inéditas de curta metragem, com duração entre 5 e 15 minutos.
	Roteiros Cinematográficos	Para produção de roteiros cinematográficos de longa metragem, gênero ficção.
	Séries de Animação para TV	Para produção de séries de animação para televisão.
	Longa Metragem	Para obras de ficção de baixo orçamento.

Cultura Popular		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Asas Cultura Viva	Premiação de Pontos de Cultura que apresentaram as melhores práticas de implantação na execução dos projetos apoiados e que tiveram seus convênios finalizados ou recebido todas as parcelas referentes ao convênio firmado.
2º semestre	Concurso Sílvia Romero de Monografias sobre cultura popular	Premiação de monografias sobre cultura popular.
	Bolsas de Incentivo Griô (Programa Cultura Viva – Ação Griô)	Concessão de bolsas para mestres e aprendizes Griô e da tradição oral.
	Prêmio Culturas Populares	Premiação de iniciativas de cultura popular nas categorias “Grupos tradicionais”, “Propostas da sociedade civil” e “Instituições públicas que desenvolvem políticas públicas que valorizem as expressões e manifestações das culturas populares”.
Dança		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Prêmio Funarte de Dança Klauss Vianna	Para o desenvolvimento das atividades de grupos e companhias de dança.
Teatro		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
2º semestre	Prêmio de Teatro Myriam Muniz	Realização de projetos voltados para o desenvolvimento de atividades artísticas na área de teatro, em todas as suas modalidades, com patrocínio da Petrobrás.
Música		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Programa Nacional Bandas de Música	Para aquisição de instrumentos de sopro.
2º semestre	Projeto Pixinguinha – Prêmio Produção	Inscrição de compositores, intérpretes, instrumentistas e grupos que atuem em todos os gêneros da música popular brasileira. Os contemplados terão seis meses para produzir um CD e apresentar espetáculos em pelo menos três municípios de seu estado.
Literatura		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Bolsas da Fundação Biblioteca Nacional	Concessão de bolsas de pesquisa, tradução e especiais para autores com obra incompleta.
	Prêmio Vivaleitura	Seleção de projetos que incentivem e desenvolvam a leitura.
2º semestre	Prêmios Literários	Premiação de obras literárias inéditas nas categorias Romance (narrativa ficcional longa), Conto (narrativa ficcional curta), Poesia, Ensaio Literário, Ensaio Social, Tradução, Projeto Gráfico, e Literatura Infantil e Juvenil.
	Concurso de Literatura de Cordel	Seleção de trabalhos de literatura de cordel com tema pré-determinado.
	Bolsas Funarte de Estímulo à Criação Literária	Concessão de bolsas para criação de textos literários nos gêneros lírico e narrativo (poesia, romance, conto, crônica, novela).

Patrimônio Cultural		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Edital Mais Museus	Seleção de projetos de cidades de até 50 mil habitantes que não possuam museu para aquisição de equipamentos e mobiliário para implantação de instituição museológica.
	Prêmio Mário de Andrade	Premiação de dissertações, teses e roteiros de vídeo relacionados à temática Museus, memória social e patrimônio cultural.
	Prêmio Darcy Ribeiro	Seleção de projetos de práticas de ação educativa em museus.
	Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade de Preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro	Seleção de projetos de preservação do Patrimônio Cultural.
2º semestre	Edital de Modernização de Museus	Seleção de projetos de modernização de museus com aquisição de acervos, equipamentos e material permanente.
Transversais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Prêmio Roquette-Pinto – I Concurso de Fomento à Produção de programas Radiofônicos	Concurso para produção de obras para rádio em quatro gêneros: rádio-documentário, rádio-dramaturgia, programas infanto-juvenis e rádio-arte.
	Concurso Público de Apoio a Paradas de Orgulho GLBT	Apoio a Paradas de Orgulho GLBT.
	Concurso Público Prêmio Cultural GLBT	Premiação de iniciativas exemplares de natureza cultural de afirmação de orientação sexual, identidade de gênero e da cultura de paz.
	Prêmio Culturas Indígenas	Premiação de iniciativas que fortaleçam as ações de identidade cultural dos povos indígenas.
	Programa de Extensão Universitária e Cultura – Proext	Seleção de programas de extensão universitária para instituições públicas, voltados à inclusão social.
	Programa Cultura e Pensamento	Seleção de projetos de debates públicos nacionais.
	Edital PRÓ-CULTURA Capes/MinC - apoio à pesquisa em cultura	Concessão de bolsas de ensino para estudantes de mestrado (stricto sensu) e para pesquisas na área cultural.
2º semestre	Prêmio Inclusão Cultural da Pessoa Idosa	Premiação de iniciativas de inclusão cultural de pessoas idosas.
	Prêmio Interações Estéticas - Residências Artísticas em Pontos de Cultura	Oferece a artistas de diversos segmentos a possibilidade de desenvolver um trabalho integrado a ações de Pontos de Cultura de todo o país.
	Edital Capoeira Viva	Seleção de projetos relacionados à capoeira nas categorias de “Acervos documentais”, “Estudos e pesquisas”, “Ações para mídias” e “Socioeducativos”.
	Prêmio Culturas Ciganas	Premiação de iniciativas culturais do povo cigano.

Ano inteiro	Prêmio Cultura Viva	Premiação de iniciativas culturais dentro das modalidades de “Escola Pública de Ensino Médio”, “Fundação e Instituição Empresarial”, “Gestor Público”, “Grupo Informal”, “Organização da Sociedade Civil” e “Ponto de Cultura”.
	Programa de Intercâmbio e Difusão Cultural	Concessão de recursos para o custeio de despesas com transporte para artistas, técnicos e estudiosos convidados a participar de eventos culturais.
Período indefinido	Seleção para Pontos de Cultura	Seleção de projetos para implementar pontos de cultura.

Leis e programas de incentivo

Ano inteiro	Fundo Nacional de Cultura	Mecanismo de financiamento que possibilita ao Ministério da Cultura investir diretamente nos projetos culturais, mediante a celebração de convênios e outros instrumentos similares, tais como Editais específicos lançados pelo MinC, Demanda Espontânea e o Programa de Intercâmbio e Difusão Cultural. O FNC possibilita o financiamento de até 80% do projeto, sendo os 20% restantes contrapartida do proponente.
	Lei Rouanet	Lei federal de incentivo ao patrocínio cultural. Os projetos aprovados devem buscar um patrocinador, que pode ser pessoa jurídica (empresas tributadas através do lucro real) ou física (pagadoras de Imposto de Renda), que por sua vez terão benefícios fiscais sobre o valor incentivado.
	Lei do Audiovisual	Apresenta o mesmo princípio da Lei Rouanet, porém é destinada a projetos de audiovisual e pode render lucros sobre a comercialização dos filmes ao patrocinador.

OUTRAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS

Música

Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Rumos Itaú Cultural – Música [www.itaucultural.org.br]	Seleção de trabalhos de músicos de todas as regiões do Brasil.

Literatura

Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Rumos Itaú Cultural – Literatura [www.itaucultural.org.br]	Seleção de autores interessados em desenvolver textos reflexivos sobre literatura e crítica literária brasileira contemporânea.

Teatro

Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Rumos Itaú Cultural – Teatro [www.itaucultural.org.br]	Seleção de propostas que promovam o intercâmbio entre teatros de grupo com práticas contínuas de pesquisa, de todas as regiões do Brasil.

Transversais		
Período	Mecanismos de Financiamento	Resumo
1º semestre	Ocupação dos Centros Culturais Banco do Brasil e CCBB Itinerante [www44.bb.com.br/appbb/portal/bb/ctr2/index.jsp#]	Seleção de projetos que comporão a programação dos Centros Culturais Banco do Brasil, bem como a realização de eventos culturais em cidades do país onde não há sede do Centro Cultural.
	Rumos Itaú Cultural – Pesquisa [www.itaucultural.org.br]	Seleção de projetos de pesquisa e a divulgação de monografias, dissertações e teses acadêmicas voltadas para o setor cultural.
	Rumos Itaú Cultural - Jornalismo Cultural [www.itaucultural.org.br]	Seleção de projetos de pesquisa relacionados a jornalismo cultural para estudantes e professores.
	Rumos Itaú Cultural - Educação, Cultura e Arte [www.itaucultural.org.br]	Seleção de projetos que desenvolvam metodologias e estratégias diferenciadas no contexto da educação não-formal, nos campos da cultura e da arte.
	Votorantim – Democratização Cultural [www.democratizacaocultural.com.br]	Seleção de projetos culturais que estimulem o interesse e ampliem o acesso do público jovem, com idade entre 15 e 29 anos, às manifestações artísticas das diversas áreas.
	Furnas [www.furnas.com.br/cultura_patrocinios.asp]	Seleção de projetos culturais cujo foco contribui para a construção de identidade cultural brasileira, valorização da cultura popular e inclusão social.
	Petrobrás Cultural – Preservação, Memória e Formação [www.petrobras.com.br]	Seleção de projetos nas linhas de preservação, memória e formação.
2º semestre	Petrobrás Cultural – Produção e Difusão [www.petrobras.com.br]	Seleção de projetos nas áreas de audiovisual, cultura digital, música, artes cênicas e literatura.
	Programa Oi de Patrocínios Culturais [www.oifuturo.org.br]	Patrocínio de projetos culturais.
	Programa Caixa de Adoção de Entidades Culturais [www.caixacultural.com.br]	Seleção de projetos de entidades culturais sem fins lucrativos que ofereçam atividades culturais regulares à comunidade, além de coleções e/ou acervos de natureza cultural.
	BrazilFoundation [www.brazilfoundation.org]	A seleção busca identificar iniciativas sociais nas áreas de educação, saúde, direitos humanos, cidadania e cultura. O processo de seleção é aberto a todas as organizações de direito privado sem fins lucrativos, de todas as regiões do país.
	Programa Criança Esperança [www.criancaesperanca.globo.com]	Podem candidatar-se organizações sem fins lucrativos que apresentem projetos com o objetivo de promover a inclusão social e o desenvolvimento humano, por meio de ações de educação, cultura, comunicação e meio ambiente.
	Programa Artesanato Brasil [www.caixacultural.com.br]	Seleção de projetos de produção de artesanato, proporcionando cursos de capacitação para os artesãos.
	Programa de Revitalização do Patrimônio Histórico e Cultural Brasileiro [www.caixacultural.com.br]	Seleção de projetos de revitalização do patrimônio histórico e cultural brasileiro.
	Programa BNB de Cultura - Banco do Nordeste [www.bnb.gov.br]	Seleção de projetos culturais de diversas áreas para patrocínio pelo Banco do Nordeste na área de atuação da instituição.
	Edital de Programação dos CCBNBs [www.bnb.gov.br]	Edital de seleção de propostas que comporão a programação dos Centros Culturais Banco do Nordeste em Fortaleza, Cariri e Sousa.
	Ocupação dos Espaços Caixa Cultural [www.caixacultural.com.br]	Seleção de projetos de ocupação dos espaços culturais da Caixa nas modalidades de espetáculos, exposições, exhibições, palestras, encontros, cursos, workshops, oficinas e lançamento de livros.
	Patrocínio para Festivais de Teatro e Dança [www.caixacultural.com.br]	Seleção de projetos de festivais de teatro e dança.
Ano Inteiro	Eletobras [www.eletobras.gov.br]	Patrocínio de projetos culturais.
Ano Inteiro	Correios [www.correios.com.br]	Patrocínio de projetos culturais.

EXERCÍCIO

Reúna um grupo de pessoas que tenha experiência ou interesse na mesma área cultural – música, teatro, dança, artes visuais ou cultura popular. O grupo deve escolher um projeto para elaborar (pode ser baseado em uma ideia que já exista ou o grupo pode criar um novo projeto). Veja as possibilidades de cada área na tabela a seguir.

SUGESTÕES

- Discuta a ideia do projeto em conjunto com seu grupo e, em seguida, distribua funções entre os participantes e forme alguns subgrupos que serão responsáveis pela: 1) apresentação, justificativa, objetivos, resultados previstos e avaliação de resultados; 2) estratégias de ação, cronograma e orçamento; 3) público-alvo, retorno de interesse de público e plano de comunicação. Dessa maneira contemplamos todos os itens necessários em um projeto cultural.
- Trabalhe a partir de uma ideia simples, de preferência em uma única área cultural, com um único produto – isso facilitará o entendimento do processo de elaboração.

Linguagem	Área
Artes Cênicas Dança Teatro Circo Ópera	Montagem
	Circulação
	Manutenção de grupos
	Formação e Pesquisa
Música Filarmônica Orquestra Grupo	Gravação de CD e DVD
	Gravação Digital
	Recital, Concerto e Shows
	Formação e Pesquisa
Artes Visuais Fotografia Pintura Desenho Escultura Gravura	Exposição e Instalação
	Edição
	Galeria Virtual
	Digitalização
	Formação e Pesquisa
Manifestações Culturais Populares Festa Popular Folguedos Artesanato	Aquisição de adereços
	Festa Local
	Circulação
	Formação e Pesquisa
Audiovisual Vídeo Cinema Animação	Roteiro
	Produção
	Finalização
	Festivais
	Formação e Pesquisa
Literatura Livro Revista	Impressão
	Digitalização
	Formação e Pesquisa

/// MODELO DE PROJETO

I FESTIVAL DE CULTURA POPULAR DO RECÔNCAVO BAIANO

APRESENTAÇÃO / DESCRIÇÃO

As ricas manifestações artístico-culturais do Recôncavo da Bahia ainda são pouco conhecidas e valorizadas, tanto pela população do Estado como por seus próprios moradores. Expressões culturais perpetuadas através de gerações desde tempos imemoriais, como o samba-de-roda, o artesanato e a culinária, por exemplo, constituem bens culturais que merecem e precisam de reconhecimento.

A partir desta realidade a Associação de Artistas Populares da Bahia tomou a iniciativa de promover o acesso e dar visibilidade a esses conteúdos culturais, através de uma ação que pretende atingir a população dos 20 municípios que integram o Território de Identidade Recôncavo.

Esta ação se constitui na realização do *I Festival de Cultura Popular do Recôncavo Baiano*, que reunirá grupos e artistas de todos os municípios atingidos e de diversas expressões culturais locais, e será realizado no campus da UFRB (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia), em Cachoeira, no último final de semana de setembro de 2010.

A programação do Festival é o grande diferencial do evento. Junto às apresentações, a tecnologia estará presente através da transmissão digital em tempo real, via internet para todo o mundo. Também farão parte do evento a exposição e venda de produtos artesanais, barracas de comidas típicas, palestras e exposições fotográficas.

A Associação de Artistas Populares da Bahia, que vem acumulando experiência em quase dez anos de atividades voltadas para o estudo e a difusão sobre as manifestações populares, pretende com o Festival ampliar seu raio de ação e de conhecimento, fazendo, durante a realização do projeto, cadastramento de artistas e grupos da região, responsáveis pela manutenção e transmissão das manifestações populares.

JUSTIFICATIVA

Os saberes e fazeres populares do Recôncavo vêm ao longo dos últimos anos perdendo espaço e vez no seio das comunidades que sempre os abrigaram, seja pela migração maciça para a capital, ou pela concorrência da TV, rádio e modismos, que acabam afastando os jovens e adultos dos traços que definem suas identidades.

A realização do Festival será um momento de celebração das culturas populares e servirá como meio de registro e memória das mesmas, já que será feito o mapeamento cultural das manifestações dos municípios do Recôncavo. Esta atividade é muito importante para o reavivamento e a preservação das manifestações populares, patrimônio imaterial da Bahia, e servirá para levantar em que situação se encontra tais manifestações.

O evento também tem sua importância residida no fato de ser um meio de promoção do intercâmbio entre os grupos culturais, unindo os iguais e os diferentes e difundindo a possibilidade da montagem de redes de apoio entre os artistas da região.

O público, carente de eventos e projetos de agitação cultural, terá a oportunidade de conhecer melhor a própria cultura e fortalecer o vínculo com a região.

OBJETIVOS

Geral:

- Promover o reconhecimento e a valorização do patrimônio imaterial da região, através da realização do *I Festival de Cultura Popular do Recôncavo Baiano*, que reunirá manifestações culturais de 20 municípios.

Específicos:

- Conferir maior destaque às produções artístico-culturais da região do Recôncavo;
- Promover o intercâmbio entre os grupos culturais e artistas envolvidos;
- Reforçar a importância da preservação das manifestações populares como bem imaterial do Estado;
- Utilizar a tecnologia como meio de registro e divulgação do evento;
- Fazer do Festival um marco referencial para a celebração das manifestações populares.

METAS / RESULTADOS PREVISTOS

O público será de aproximadamente 2.000 pessoas, para cada um dos dois dias de evento.

A realização do mapeamento dos grupos artísticos/ folclóricos que desenvolvem suas atividades nas 20 cidades participantes, alcançando o número de 60 grupos cadastrados.

Contar, na programação do festival, com mais de 30 atrações artísticas.

AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E RESULTADOS

- O público será contabilizado através de contagem por metro quadrado de ocupação do espaço, em horários distintos;
- Os resultados do mapeamento serão divulgados nos meios de comunicação dos municípios atingidos e no site do evento, além de ser incorporado ao acervo de pesquisa da Associação de Artistas Populares da Bahia;
- A comprovação do nº de artistas envolvidos no projeto será avaliada através de cópias de contrato/termos de compromisso e material gráfico;
- O evento também será avaliado através dos registros em foto e vídeo;
- Quantidade de produtos vendidos nas barracas de artesanato e comidas típicas.

PÚBLICO ALVO

O público-alvo do *I Festival de Cultura Popular do Recôncavo Baiano* é composto pela população dos 20 municípios que integram o Território de Identidade. O projeto é indicado para todas as faixas etárias, já que busca aproximar as crianças e jovens das manifestações populares vivenciadas e realizadas pelos pais e avós.

ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

Pré-Produção:

Contratação da equipe de realização do projeto:

Coordenador, Diretor Artístico, Produtor, Assistentes, Apoio, Mobilizadores, Designer e Assessor de Imprensa;

- Criação da identidade visual:

Desenvolver o layout de cartazes, banner, panfletos e do site;

- Parceria com a UFRB (campus Cachoeira) para concessão do espaço:

Estabelecimento da parceria com a Universidade e definição dos espaços a serem utilizados;

- Parceria com as prefeituras:

Estabelecimento de parceria com as prefeituras para o apoio aos grupos locais através da cessão de transporte, hospedagem e alimentação dos grupos;

- Contato com os grupos artísticos do Território de Identidade:

Pesquisa, contato, convite para participar do evento e cadastramento dos grupos;

- Confirmação e divulgação da programação do evento:

Início da divulgação nos meios de comunicação locais, como rádios, tevês e jornais impressos.

Produção:

- Contratação de equipe técnica e locação de equipamentos de som e iluminação:

Equipe formada por: iluminador e assistente, técnico de sonorização e assistente, rodies e montadores;

- Contratação de empresa de segurança e de sanitários químicos;
- Locação de gerador;

- Aluguel de toldos, barracas e do palco;
- Impressão do material gráfico e divulgação nas cidades:
Distribuição de material gráfico e reforço na divulgação nos meios de comunicações locais;
- Translado dos grupos artísticos e da equipe de produção:
Contratação de empresa e equipe de transporte;
- Reserva de hospedagem e alimentação:
Contato com hotéis, pousadas e restaurantes;
- Contratação das equipes de apoio, que irão trabalhar no palco, na feira de artesanato e nas demais atividades;
- Montagem e desmontagem das estruturas do evento;
- Palco, segurança, sanitários, toldos e barracas.

REALIZAÇÃO DO I FESTIVAL DE CULTURA POPULAR DO RECÔNCAVO BAIANO

Pós-Produção:

- Prestação de contas;
- Clipagem;
- Relatórios de atividades aos patrocinadores.

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA	
ATIVIDADES	PERÍODO DE REALIZAÇÃO
Pré-Produção	
Contratação da equipe de realização do projeto	01 a 05 de Junho 2010
Criação da identidade visual	01 a 05 de Junho 2010
Parceria com a UFRB (campus Cachoeira)	07 a 11 de Junho 2010
Parceria com as prefeituras	14 de Junho a 01 de Julho 2010
Contato com os grupos artísticos do Território de Identidade	05 a 17 de Julho 2010
Confirmação e divulgação da programação do evento	02 a 06 de Agosto 2010
Produção	
Impressão do material gráfico e divulgação nas cidades	09 a 13 de Agosto 2010
Contratação das equipes de apoio	09 a 20 de Agosto de 2010
Reserva de hospedagem e alimentação	22 de Setembro 2010
Contratação de equipe técnica e de equipamentos de som e iluminação	20 de Setembro 2010
Contratação de empresa de segurança e de sanitários químicos	20 de Setembro 2010
Locação de gerador, toldos, barracas e do palco	22 de Setembro 2010
Montagem e desmontagem das estruturas do evento	22 a 30 de Setembro de 2010
Translado dos grupos artísticos e produção	24 a 27 de Setembro 2010
Realização do <i>I Festival de Cultura Popular do Recôncavo Baiano</i>	25 e 26 de Setembro de 2010
Pós-Produção	
Clipagem	04 a 08 de Outubro 2010
Relatórios de atividades aos patrocinadores	08 a 12 de Outubro 2010
Prestação de contas	Até 26 de Outubro de 2010

PLANO DE ACESSO

O público tomará conhecimento das atividades através da divulgação, da distribuição de material gráfico e dos meios de comunicação locais, e terá acesso gratuito às apresentações, feira, palestras e exposições.

FICHA TÉCNICA

Coordenador

Diretor Artístico

Produtor

Assistentes

Mobilizadores

Designer

Assessor de Imprensa/Divulgador

ORÇAMENTO

1-Etapas/ Fases	2 - Descrição das etapas/fases	3-Quantidades	4-Unidade	5-Quantidade de unidades	6-Valor unitário	7-Total da linha	8 - Total
A	PRÉ-PRODUÇÃO/PREPARAÇÃO		DATA:	INÍCIO:	01/06/10	FIM:	06/08/10
1	Coordenador	1	Serviço	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	
2	Diretor Artístico	1	Serviço	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	
3	Produtor	2	Serviço	1	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00	
4	Assistentes	4	Serviço	1	R\$ 800,00	R\$ 3.200,00	
5	Mobilizadores	20	Serviço	1	R\$ 1.000,00	R\$ 20.000,00	
6	Designer	1	Serviço	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
7	Assessor de Imprensa/Divulgador	1	Serviço	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
TOTAL PRÉ-PRODUÇÃO/PREPARAÇÃO							R\$ 32.400,00
B	PRODUÇÃO/EXECUÇÃO		DATA:	INÍCIO:	09/08/10	FIM:	26/09/10
8	Iluminador	1	Serviço	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	
9	Apresentador/Locutor	1	Diária	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00	
10	Assistente do iluminador	1	Serviço	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00	
11	Técnico de sonorização	1	Serviço	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	
12	Assistente de som	1	Serviço	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00	
13	Rodies e Montadores	6	Serviço	1	R\$ 250,00	R\$ 1.500,00	
14	Monitores	6	Serviço	1	R\$ 250,00	R\$ 1.500,00	
15	Aluguel de som e luz	1	Diária	2	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00	
16	Empresa de segurança	1	Serviço	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	
17	Sanitários químicos	20	Diária	2	R\$ 50,00	R\$ 2.000,00	
18	Locação de gerador	4	Diária	2	R\$ 600,00	R\$ 4.800,00	
19	Toldos	10	Diária	2	R\$ 500,00	R\$ 10.000,00	
20	Barracas - artesanato	1	Diária	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	
21	Palco	1	Diária	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	
22	Cadeiras	500	Diária	2	R\$ 0,40	R\$ 400,00	
23	Cachês dos grupos artísticos	30	Serviço	1	R\$ 1.000,00	R\$ 30.000,00	

24	Hospedagem - produção	50	Diária	2	R\$ 30,00	R\$ 3.000,00	
25	Alimentação - produção	50	Diária	2	R\$ 30,00	R\$ 3.000,00	
26	Transmissão Digital	1	Serviço	1	R\$ 11.300,00	R\$ 11.300,00	
27	Translado - artista e produção	1	Serviço	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
TOTAL PRODUÇÃO/EXECUÇÃO							R\$ 93.200,00
SUB- TOTAL ITEM A E B							R\$ 125.600,00
C	DIVULGAÇÃO		DATA:	INÍCIO:	09/08/10	FIM:	26/09/10
28	Camisas	1	Unidade	200	R\$ 5,00	R\$ 1.000,00	
29	Banners	2	Unidade	2	R\$ 200,00	R\$ 800,00	
30	Outdoors	1	Unidade	5	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00	
31	Cartazes	1	Unidade	400	R\$ 1,30	R\$ 520,00	
32	Panfletos (10.000 un)	1	Pacote	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	
33	Webdesigner (criação e manutenção do site)	1	Unidade	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	
34	Vídeos institucionais	2	Pacote	1	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00	
TOTAL DIVULGAÇÃO							R\$ 19.020,00
D	IMPOSTOS / RECOLHIMENTOS		DATA:	INÍCIO:	01/06/09	FIM:	26/09/10
35	INSS (20% sobre pagamento de pessoa física, por pessoa jurídica)					R\$ 7.860,00	
TOTAL IMPOSTOS/RECOLHIMENTOS							R\$ 7.860,00
TOTAL DO PROJETO (somatório de a+b+c+d)							R\$ 152.480,00

PLANO DE DIVULGAÇÃO E RETORNO DE IMAGEM

- De acordo com as cotas de patrocínio, a logomarca dos patrocinadores, co-patrocinadores e apoiadores será veiculada nas seguintes peças de divulgação:
- Camisas: 200 camisas de algodão, impressão colorida frente e verso, com a marca dos patrocinadores nas costas;
- Banners: 4 banners (impressão colorida, formato 2m por 1,40m), sendo 2 banners na entrada do evento e 2 banners no palco das apresentações;
- Outdoors: Divulgação do evento em 05 outdoors da cidade de Cachoeira, durante 15 dias;
- Cartazes: Logomarca dos patrocinadores em 400 cartazes (tamanho A3, papel couché, colorido), que serão distribuídos em pontos estratégicos dos 20 municípios que participarão do evento;
- Panfletos: Logomarca dos patrocinadores em 10.000 panfletos coloridos (tamanho 10cm x 15cm), que serão distribuídos em pontos estratégicos dos 20 municípios que participarão do evento;
- Mailing Digital: Divulgação de banner eletrônico do evento para mailing com mais de 10.000 e-mails cadastrados;
- Site: Logomarca dos patrocinadores no site do evento, com link para o site da empresa. O site estará no ar a partir do período de pré-produção (junho).
- Locução: Narração do nome da empresa no início e no final de todos os dias de evento;
- Vídeos institucionais: Exibição de vídeo institucional com duração máxima de 15 minutos antes das apresentações artísticas, em todos os dias do evento;
- Banners institucionais: Colocação de banner da empresa no local onde ocorrerá o evento, em espaço escolhido pela organização e previamente acordado com os patrocinadores;
- Reportagens: Citação das empresas patrocinadoras em possíveis reportagens concedidas pela organização do evento;
- Meios de comunicação locais.

COTAS DE PATROCÍNIO

Patrocinador Único:

- Marca nas camisas do evento em tamanho maior;
- Marca nos banners do evento em tamanho maior;
- Marca nos outdoors do evento em tamanho maior;
- Marca nos cartazes do evento em tamanho maior;
- Marca nos panfletos do evento em tamanho maior;
- Marca no site do evento em tamanho maior;
- Link para o site da empresa no site oficial do evento;
- Exibição de vídeo institucional em todos os dias do evento;
- Colocação de banner da empresa no local onde ocorrerá o evento;
- Narração do nome da empresa no início e no final de todos os dias de evento;
- Citação em reportagens.

Valor por cota: 100% do valor total do projeto (em R\$).

Co-patrocinador:

- Marca nas camisas do evento;
- Marca nos banners do evento;
- Marca nos cartazes do evento;
- Marca no site do evento;
- Link para o site da empresa no site do evento;
- Exibição de vídeo institucional em todos os dias do evento;
- Narração do nome da empresa no início e no final de todos os dias de evento.

Valor por cota: De 25% até 50% do valor total do projeto (em R\$).

Co-patrocinador:

- Marca nos banners do evento;
- Marca nos cartazes do evento;
- Marca no site do evento;
- Narração do nome da empresa no início e no final de todos os dias de evento;

Valor por cota: De 10% até 25% do valor total do projeto (em R\$).

Apoio (valor inferior à cota dos Co-Patrocinadores ou apoio em serviços/produtos):

- Divulgação da logomarca através dos serviços e produtos disponibilizados pelo apoiador;
- Citação da empresa como apoiadora nos cartazes e no site do evento.

CONTATOS

produtor responsável: Fulano de Tal

Telefone: 71 1111-1111

Email: fulanodetal@gmail.com

Site: www.fcpreconcaibaiano.com.br

CARTILHA DE INSCRIÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS

Esta cartilha foi elaborada para auxiliar e incentivar a inscrição dos participantes do Workshop de Elaboração de Projetos Culturais nos Editais da Fundação Cultural do Estado da Bahia.

passo 1: LEITURA DO EDITAL

Onde encontrar o edital?

Os editais são distribuídos nos principais estabelecimentos de educação e cultura de Salvador e em cerca de 200 cidades do interior do Estado. Na própria Fundação Cultural é possível adquiri-los.

Além da versão impressa, é possível baixar os editais e os formulários no site da FUNCEB: www.funceb.ba.gov.br.

O que pode ser apoiado?

Leia atentamente o item “Objeto” dos editais. Está neste item a indicação de quais projetos serão contemplados pelo edital e quantos apoios serão concedidos.

O que são as categorias?

As categorias são formas de dividir os apoios por faixas de valor e/ou por especificações de projetos. Cada projeto só pode ser inscrito em uma categoria e irá concorrer também apenas com os projetos inscritos nela.

Quem pode concorrer nos editais?

a) Pessoas Físicas, maiores de 18 (dezoito) anos, brasileiros natos ou naturalizados, ou estrangeiros com residência permanente, domiciliadas no Estado da Bahia há pelo menos 03 (três) anos.;

b) Pessoas Jurídicas do campo artístico-cultural, sediadas no Estado da Bahia há pelo menos 03 (três) anos;

Quem não pode concorrer?

- a) Integrantes da Comissão de Seleção do Edital;
- b) Integrantes das Comissões do Fundo de Cultura;
- c) Integrantes da Comissão Gerenciadora do Fazcultura ;
- d) Servidores públicos estaduais, de qualquer categoria, natureza ou condição.

Como será avaliado?

No item “Seleção” dos editais é explicado como será o processo de seleção, quantas pessoas compõem a comissão de seleção e, principalmente, quais serão os critérios utilizados por elas para avaliar os projetos.

Quais são as obrigações do proponente?

É importante que o proponente saiba quais são suas obrigações caso seja aprovado. Para isso, leia os itens “Obrigações” e “Prestação de Contas”.

passo 2: ELABORAÇÃO DO PROJETO

O Formulário de Inscrição de Projetos, um dos anexos de todos os editais, é o documento mais importante que os proponentes devem atender para concorrer ao apoio. O formulário deve ser respondido a mão ou digitado e entregue em formato impresso. Para o Fundo de Cultura, somente são aceitos formulários digitados.

Onde encontro o Formulário de Inscrição:

O Formulário de Inscrição de Projetos pode ser baixado no site da Fundação Cultural (www.funceb.ba.gov.br) ou ser adquirido na própria sede da FUNCEB.

Como preencher o Formulário:

Preencha todos os campos do Formulário, utilizando as orientações deste Manual (disponível também no site da FUNCEB).

Fique atento aos critérios de seleção que serão utilizados para avaliar todos os projetos inscritos. Verifique se o seu projeto atende a todos eles.

Quantos projetos um proponente pode inscrever?

Cada pessoa ou instituição só pode inscrever um projeto por edital. No caso de cooperativas e associações que abriguem grupos e companhias, é possível inscrever mais de um projeto desde que representando propostas de diferentes grupos.

Quais documentos entregar?

Além do formulário é obrigatório que o proponente envie também os documentos e anexos solicitados nos editais. Veja a tabela abaixo:

DOCUMENTOS OBRIGATÓRIOS PARA INSCRIÇÃO	
Do Projeto	Currículo do proponente e do(s) principal(is) envolvido(s)
	Material de divulgação do grupo ou artistas envolvidos no projeto, em CD-ROM ou impresso, contendo cópia de matéria(s) publicada(s) na imprensa, fotografia(s), vídeo(s), programa(s) e/ou cartaz(es)
Do Proponente Pessoa Física	Cópia de RG e CPF do proponente
	Cópia de comprovante de residência do proponente
	Declaração do proponente atestando que reside no Estado da Bahia há mais de 03 (três) anos
	Carta de anuência, devidamente assinada, do(s) principal(s) envolvido(s)
	Autorização de representante(s) legal(is) de menor(es) de idade envolvido(s) no projeto, se houver
Do Proponente Pessoa Jurídica	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e cópia de RG e CPF do representante legal
	Cópia de Contrato Social ou Estatuto, devidamente registrados (JUCEB ou cartório), e demais alterações, incluindo ata de designação do representante legal
	Cópia de comprovante de sede do proponente
	Declaração do proponente atestando que é sediado no Estado da Bahia há mais de 03 (três) anos
	Carta de anuência, devidamente assinada, do(s) principal(is) envolvido(s)
	Autorização de representante(s) legal(is) de menor(es) de idade envolvido(s) no projeto, se houver
DAS ÁREAS ESPECÍFICAS	
Artes Visuais	Fotografias das obras, identificadas com nome do autor e títulos (opcionais), impressas em papel fotográfico ou gravadas em CD-ROM com 300 dpi de resolução e formato "PDF", para projetos nas modalidades assemblage, cerâmica, colagem, desenho, escultura, fotografia, grafitti, gravura, objeto e pintura
	DVD de registro das obras, para projetos nas modalidades arte e tecnologia, instalação, intervenção urbana, performance e vídeo-arte
	Projeto Gráfico e Memorial Descritivo
Dança	Autorização do coreógrafo para apresentação do espetáculo
Música	CD de demo contendo 03 (três) faixas musicais e documento com suas letras, para projetos de gravação musical
Teatro	Texto ou roteiro detalhado do espetáculo
	Autorização da SBAT ou do autor para encenação do texto

PASSO 3: INSCRIÇÃO

Onde se inscrever?

Depois de elaborado o projeto, incluindo a documentação necessária e os anexos, o proponente deverá:

- a) Entregar o projeto na sede da Fundação Cultural do Estado, de segunda a sexta-feira, das 14 às 18h;
- a) Enviar o projeto por correio para CAIXA POSTAL 2485, CEP 40.025-000, Salvador-BA, via SEDEX ou serviço similar de entrega, com Aviso de Recebimento (A.R.).

Até quando as inscrições podem ser feitas?

Tanto no preâmbulo do edital como no item “Inscrição” é indicado o período de inscrição dos editais. No mínimo cada edital fica aberto por 45 dias.

Para quem enviou o projeto pelo **correio**, a data do selo ou do carimbo do correio vai ser considerada a data de envio da proposta. Então não podem ser enviadas propostas depois do último dia de inscrição.

PASSO 4: SELEÇÃO

A partir daqui não depende mais do proponente. A seleção será feita por uma comissão que avaliará todos os projetos inscritos nos editais.

Caso o seu projeto seja selecionado, você deverá entregar em 10 dias após a publicação do resultado, os seguintes documentos complementares.

DOCUMENTOS COMPLEMENTARES	
Do Proponente Pessoa Física	Comprovação de regularidade com as Fazendas Federal e Estadual - ver sites www.receita.fazenda.gov.br e www.sefaz.ba.gov.br
	Comprovante de abertura de conta corrente específica para o projeto, contendo nome do proponente, CPF, nº da conta e agência e data de abertura
	Comprovante de reserva de pauta do(s) local(is) de realização
Do Proponente Pessoa Jurídica	Comprovação de regularidade com o INSS/ Certidão Negativa de Débito (CND), ver site www.previdenciasocial.gov.br
	Comprovação de regularidade com o FGTS/ Certidão de Regularidade Fiscal (CRF), ver site www.caixa.gov.br
	Comprovação de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal - ver sites www.receita.fazenda.gov.br , www.sefaz.ba.gov.br e na Prefeitura de sua cidade
	Cadastro de Contribuinte Municipal e/ou Estadual
	Cópia de balanço patrimonial e de demonstrações contábeis do último exercício
	Comprovante de abertura de conta corrente específica para o projeto, contendo nome do proponente, CNPJ, nº da conta e agência e data de abertura
	Comprovante de reserva de pauta do(s) local(is) de realização

GLOSSÁRIO

Proponente: pessoa que apresenta uma proposta, no caso, um projeto cultural. O proponente é o responsável legal pelo projeto e pode ser pessoa física ou jurídica.

Pessoa Física: é todo indivíduo que possui RG e CPF, e não tem CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), ou seja, não possui uma empresa.

Pessoa Jurídica: é a entidade com existência e responsabilidade jurídicas, como por exemplo, uma associação, empresa ou companhia, legalmente autorizadas. Podem ser de direito público (União, Unidades Federativas, Autarquias etc.), ou de direito privado (empresas, sociedades simples, associações etc.). Toda Pessoa Jurídica possui CNPJ.

Linguagem: termo utilizado para definir as áreas do campo artístico. Teatro, dança, música, artes visuais e manifestações da cultura popular são exemplos de linguagens artísticas.

Projeto: empreendimento planejado que consiste em um conjunto de ações interrelacionadas para alcançar objetivos específicos, dentro dos limites de orçamento e tempo delimitados. É através deste documento que o proponente projetará a realização do produto cultural.

Programa: conjunto de projetos e ações articulados, orientados para um objetivo de impacto abrangente.

Produto cultural: bem cultural resultante da execução de projeto cultural, pode ser um festival, um livro ou atividades de formação, como oficinas de teatro, por exemplo.

Lei de Incentivo: É um mecanismo governamental que oferece benefício fiscal a pessoas física ou jurídica como atrativo para que façam investimento em cultura. Existem leis de incentivo federais, estaduais e municipais. A Lei de Incentivo beneficia projetos artístico-culturais nas várias linguagens ou eixos de atuação, tais como: produção, circulação, formação, leitura, memória, difusão, conservação, criação e eventos, que podem ser de dança, música ou artes visuais, por exemplo.

Fazcultura: é o programa da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia que visa o incentivo ao patrocínio cultural por parte das empresas. As linguagens contempladas são nas áreas de artes cênicas, música, cinema, literatura, artes plásticas e gráficas, artesanato e tradições populares, museus, bibliotecas e arquivos, bens móveis e imóveis. O Fazcultura prevê o abatimento de até 5% do imposto a recolher (ICMS), e patrocina até 80% do valor total do projeto cultural. Para receber o abatimento é necessário que a empresa patrocinadora contribua com recursos próprios equivalentes a, no mínimo, 20% dos recursos totais transferidos ao projeto. Desde 2007, 50% da verba do Fazcultura está voltada para projetos realizados no interior do Estado.

Lei Rouanet: a lei federal de incentivo fiscal permite que os projetos aprovados pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) recebam patrocínios e doações de empresas e pessoas, que poderão abater os benefícios concedidos do Imposto de Renda. O valor total a ser abatido do imposto devido não pode ultrapassar a 4% do valor total no caso das pessoas jurídicas, este percentual se eleva a 6% no caso das pessoas físicas.

CNIC: órgão do Ministério da Cultura, responsável por analisar as propostas encaminhadas ao Ministério da Cultura (MinC) para obter apoio via Lei Rouanet.

PRONAC: Programa Nacional de Apoio à Cultura, instituído pela Lei 8.3131/91, com o objetivo de promover e fomentar ações para o desenvolvimento do setor cultural, através dos mecanismos de financiamento Fundo Nacional da Cultura (FNC), Incentivos Fiscais e Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART).

Fundo de Cultura: um dos programas de apoio a projetos da Secretaria de Cultura da Bahia tem como objetivo incentivar e estimular a produção artístico-cultural baiana, custeando total ou parcialmente projetos estritamente culturais, de iniciativa de pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado. Para obter o incentivo cultural os proponentes podem enviar projetos através de demanda espontânea ou dos editais que são financiados pelo Fundo de Cultura. São apoiadas ações culturais com base na diversidade de expressão, na ampliação do acesso da população às atividades e serviços culturais, bem como aos projetos que valorizem os modos de fazer, criar e viver dos diferentes grupos formadores da sociedade.

Demanda Espontânea: são os projetos que não se encaixam nos editais promovidos pelo Fundo de Cultura e podem ser apresentados à Secult, ao longo do ano, no período em que as inscrições ficam abertas.

Fundo Nacional de Cultura (FNC): é um fundo público constituído por recursos destinados exclusivamente à execução de programas, projetos ou ações culturais. O Ministério da Cultura pode conceder este benefício através de editais ou apoiando propostas que, por sua singularidade, não se encaixam em linhas específicas de ação, as chamadas propostas culturais de demanda espontânea.

Editais: forma de divulgação oficial para tornar público os processos seletivos de financiamento para projetos, programas ou ações culturais. O edital funciona como um concurso: os interessados apresentam sua proposta através de projetos culturais, de acordo as regras de cada edital, que serão analisados e selecionados por uma comissão composta por profissionais, de reconhecida experiência na área. Principal mecanismo para seleção de projetos culturais, os editais existem nos âmbitos federal, estadual e municipal, além dos editais de empresas privadas.

Formulário: é o documento através do qual o proponente apresenta a proposta cultural. É constituído por campos impressos com textos que indicam quais informações deverão constar na proposta, e por campos em branco para que sejam preenchidos com as informações solicitadas. O uso de formulários é comum nos mecanismos públicos de seleção de projetos e podem ser impressos ou eletrônicos.

Ficha técnica: relação dos profissionais das áreas artísticas e técnicas que estão envolvidos no projeto e suas respectivas funções.

Carta de anuência: documento, devidamente assinado por artistas e profissionais envolvidos no projeto cultural, cujos nomes estão indicados na ficha técnica. A carta tem a finalidade de comprovar a participação dos artistas e profissionais no projeto.

Currículo: documento que possui os principais dados e formação do proponente, com ênfase na área cultural. O currículo deve ser resumido e ressaltar as experiências culturais do proponente (elaboração de projetos, aprovação de editais, produção de eventos etc). O currículo pode ser tanto de pessoa física quanto de jurídica.

Sinopse: consiste na descrição resumida de uma ação ou projeto cultural. A sinopse possibilita ter uma visão geral do projeto, sem explicitar todos os detalhes e/ou características.

Roteiro: é a forma escrita do passo-a-passo para a execução de um projeto cultural.

Rider Técnico: relação que contém todas as informações necessárias para a realização de um espetáculo/ ação cultural. No rider técnico deve constar, por exemplo, mapa de palco, mapa de luz, cenário, som, equipamentos etc, devidamente quantificados.

Contrapartida: termo que significa ação ou valor de retorno do projeto cultural para a empresa ou instituição patrocinadora. Em geral, a contrapartida pode ser uma atividade sócio-cultural, cota de ingressos para a empresa patrocinadora, veiculação da logomarca no material gráfico, ações gratuitas com o público alvo, espaço no evento destinado para exposição de serviços ou produtos etc. A contrapartida deve ser economicamente mensurável e pode possibilitar tanto um retorno de visibilidade para a empresa ou instituição, como pode ser um retorno para a sociedade.

Impacto social: resultado gerado por determinado projeto de caráter cultural ou social, a partir de uma análise das transformações geradas na comunidade.

Plano de acesso: definição de estratégias que promovam o acesso da população ao projeto, com ações que busquem a igualdade de oportunidades ao acesso e fruição de bens, produtos e serviços culturais. No plano deve constar por quais meios o público alvo terá acesso a informações sobre o evento e como poderá participar do mesmo.

Acessibilidade: intervenções que objetivem proporcionar a pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência física, sensorial ou cognitiva, e idosos, condição para utilização, com segurança e autonomia, de espaços onde se realizam atividades culturais ou espetáculos artísticos.

Retorno de imagem: possibilidade que um projeto cultural tem de agregar valor de imagem à marca ou ao produto do patrocinador. O retorno de imagem institucional tem efeito imediato e impacto a curto, médio e longo prazo.

Anexo: todo documento e informação que é colocado ao final do projeto cultural, solicitados ou não pelo patrocinador. Exemplos de anexos: currículos, cartas de anuências, clípagem, fotos, cd's etc.

Clípagem ou clipping: é a extração de notícias, notas e informações publicadas nos meios de comunicação, que estejam relacionadas à ação ou atividade cultural. A pesquisa pode ser feita na internet, jornais, revistas, emissoras de rádio e TV e agências de notícias. A clípagem/clipping funciona como um instrumento de avaliação e, ainda, como material de consulta e comprovação das atividades realizadas.

Veículos de comunicação e divulgação: os veículos são os meios de comunicação de massa e podem ser rádio, tevê, carro de som, internet, dentre outros disponíveis nas localidades. A divulgação também pode ser através de material gráfico, como cartazes, panfletos e folder, além da utilização da publicidade paga ou espontânea, através da contratação de assessorias de imprensa.

Folder: tipo de material gráfico destinado a divulgação, que possui dobras. O folder é utilizado para inserir as informações sobre determinada ação ou projeto cultural. Em geral, o folder possui uma apresentação do evento, ficha técnica, logomarca dos patrocinadores etc.

Análise documental: após a inscrição, um projeto cultural passa pela primeira etapa da tramitação, quando o formulário e toda a documentação encaminhada pelo proponente são analisados. O objetivo é verificar se os documentos estão em conformidade com as exigências dos editais. Deve-se ser bastante cuidadoso e não esquecer de colocar nenhum dos documentos solicitados.

Análise técnica: é a etapa da tramitação em que as propostas culturais passam por comissões de seleção, formadas por profissionais renomados. Estes são responsáveis por fazer a análise do projeto e podem ser indicados pela própria instituição, pela comunidade ou por instituições vinculadas. Nesta etapa são verificadas a clareza, pertinência e coerência da proposta, bem como o mérito artístico e a exequibilidade do projeto.

Parecer: documento elaborado após a atuação da comissão de seleção de projetos culturais. O parecer é um pronunciamento que expressa julgamento a respeito do projeto cultural submetido à avaliação.

Captação de recursos: é o momento em que o proponente expõe seu projeto, aprovado ou não em leis de incentivo, às empresas ou instituições potencialmente patrocinadoras. A captação de recursos se realiza com o depósito dos recursos financeiros do patrocinador na conta do projeto ou mediante recursos não financeiros, ou seja apoio através de serviços e bens.

Organização patrocinadora: Entidade que patrocina os segmentos culturais por iniciativa própria ou através de leis de incentivos. Podem ser entidades públicas, privadas ou pessoa física.

Contrato: documento que celebra a parceria entre dois lados, neste caso, entre o patrocinador e o proponente da iniciativa cultural, definindo as regras que regerão as ações e as responsabilidades de cada parte.

Patrocínio: transferência de dinheiro ou de bens e serviços, com finalidade promocional, cobertura de gastos ou utilização de bens móveis ou imóveis do patrocinador.

Distribuidores e fornecedores: entrepostos, lojas, canais de distribuição e comercialização virtual ou tradicional. São fundamentais para execução de projetos culturais, fornecendo materiais ou serviços necessários.

Prestação de Contas: momento em que o beneficiário do patrocínio deve comprovar ao patrocinador o cumprimento do objeto do projeto, com todos os gastos e etapas de execução previstos no orçamento. Para tal, é preciso observar as regras de uso da verba, por parte do patrocinador, e não esquecer de reunir documentos como notas fiscais, recibos e contratos.

Direitos Autorais: direito que o artista/autor têm de controlar o uso que se faz de sua obra, é a garantia dos direitos morais e patrimoniais sobre o que criou. As obras passam a ser de domínio público após 70 anos do óbito do artista/autor.

Direitos conexos: direitos reconhecidos no plano do autor, a determinadas categorias que auxiliam na criação, na produção ou na difusão da obra intelectual, tais como artistas, intérpretes e executantes.

SBAT: A Sociedade Brasileira de Autores Teatrais destina-se a exercer, mediante simples ato de filiação dos interessados, a defesa dos direitos autorais de criadores de obras literárias, artísticas e audiovisuais, bem como os de seus herdeiros ou sucessores. <http://www.sbat.com.br>

ECAD: é uma sociedade civil, de natureza privada, administrada por associações de música para realizar a arrecadação e a distribuição de direitos autorais decorrentes da execução pública de músicas nacionais e estrangeiras. <http://www.ecad.org.br>

Espaços culturais: espaços ou equipamentos destinados ao uso ou freqüência coletivos, orientados principalmente para a produção, criação, prática, acolhimento, divulgação e/ou comercialização de bens e serviços culturais, geridos por instituições públicas ou particulares.

Patrimônio Cultural: conjunto de bens materiais e imateriais de interesse para a memória do Brasil e de suas correntes culturais formadoras, abrangendo os patrimônios arqueológico, arquitetônico, arquivístico, artístico, bibliográfico, científico, ecológico, etnográfico, histórico, museológico, paisagístico, paleontológico e urbanístico, entre outros.

Patrimônio Cultural Material: patrimônio material protegido pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) com base em legislações específicas. É composto por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza nos quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e artes aplicadas. Estão divididos em bens imóveis, como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e bens móveis, como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos.

Patrimônio Cultural Imaterial: conjunto de práticas, representações, expressões, conhecimentos, saberes e fazeres, técnicas e também instrumentos, objetos, artefatos e lugares que a eles estão associados; comunidades, os grupos e, em alguns casos, indivíduos que se reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

Economia da Cultura: refere-se à criação, produção, circulação, difusão e consumo de bens e serviços culturais com sua dimensão produtora de riquezas, de renda, de emprego, de negócios e de divisas, nas diversas cadeias produtivas como, por exemplo, da música, do audiovisual ou editorial.

Artista: quem cria, transformando sua ideia em arte (músicos, atores, dançarinos, artistas visuais, poetas e escritores e artistas populares).

Gestor / Agente / Produtor Cultural: são os responsáveis pela elaboração de projetos, captação de recursos, promoção dos artistas, fazendo a ponte entre o artista e o público, entre o artista e o mercado.

Gestores públicos: são agentes que trabalham na gestão pública governamental, atuando em áreas estratégicas de fomento às ações culturais. Dentre as estratégias estão a criação e aplicação das leis de incentivo e o estímulo ao investimento público e privado em cultura.

Memória de cálculo: detalhamento dos valores financeiros de cada etapa ou fase prevista no projeto. A planilha deve ser preenchida a partir das necessidades detectadas nas Estratégias de Ação, e comumente são solicitados os valores unitários, totais e as quantidades.