IDEALIZAÇÃO
3 APITOS

LADO A LADO

TRANSFORMANDO COMUNIDADES JUNTOS

FONTES DE RECURSOS PARA PROJETOS CULTURAIS

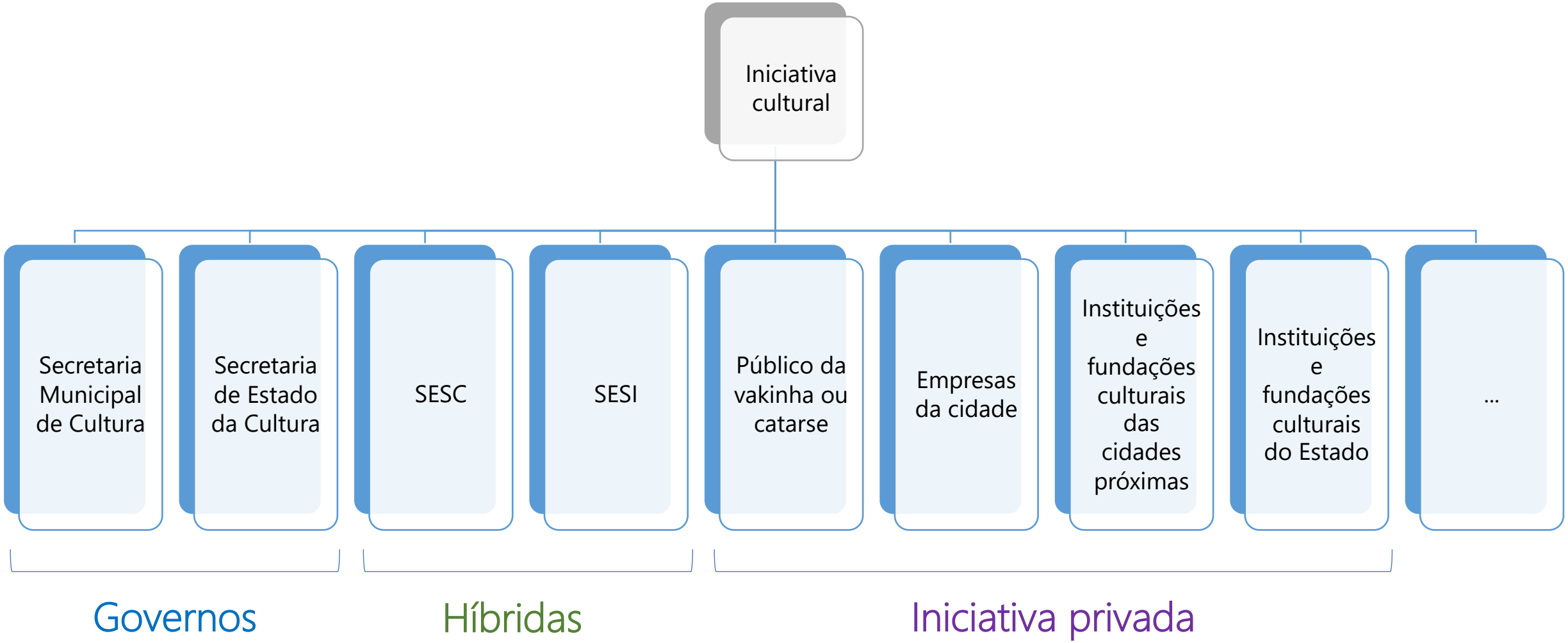
Facilitação: André Dib e Leonardo Birche

Para começar

- De onde pode vir o dinheiro para que a iniciativa cultural realize suas ações?
- O que é necessário para ter acesso às fontes de recurso?
- O que a iniciativa pode oferecer para angariar recursos? (quais produtos/projeto?)

Lembrando de um momento do encontro passado...

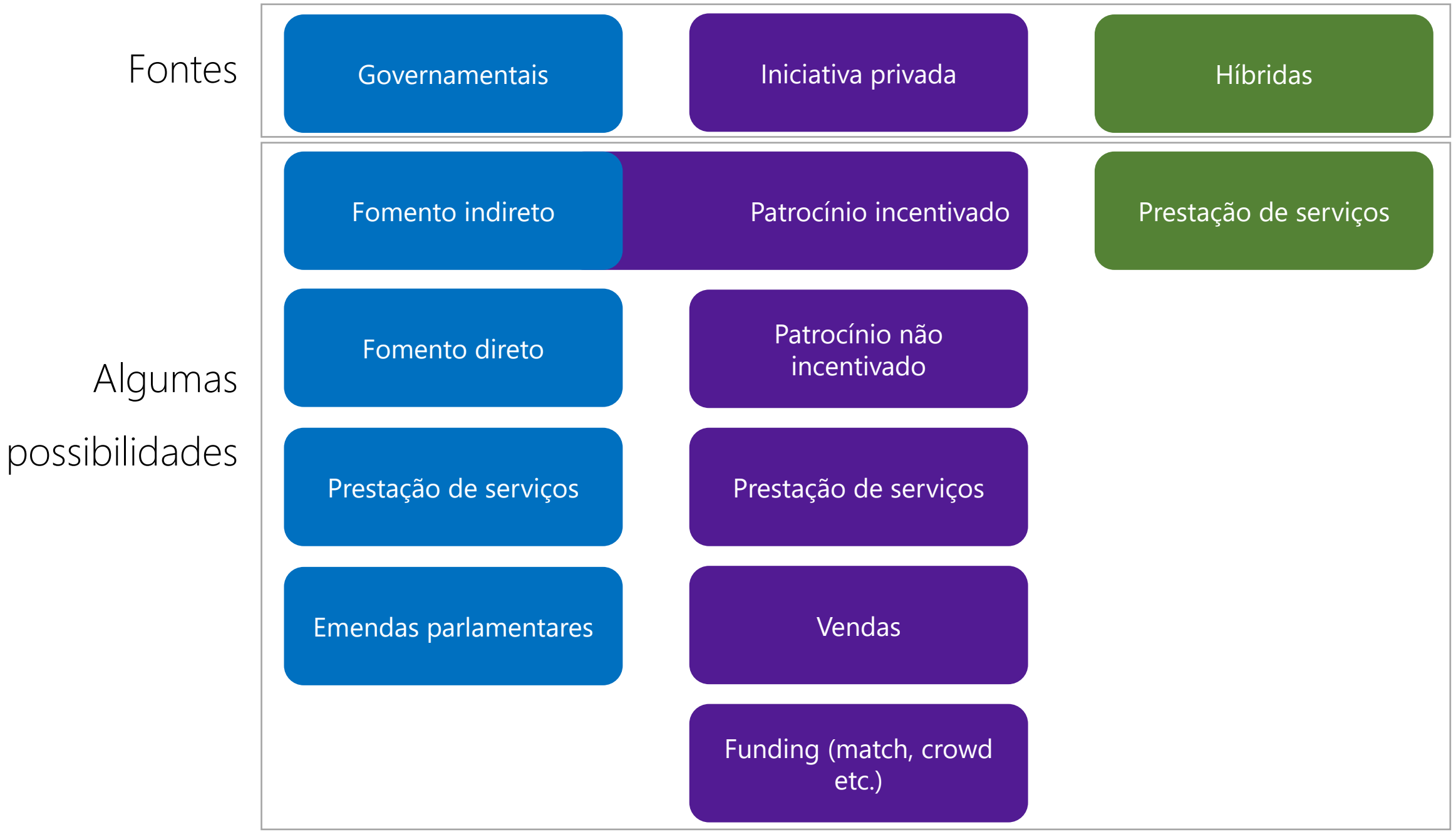
Quem são essas pessoas que podem investir ou subvencionar ações da minha iniciativa?



Entendendo as fontes de recursos

De modo geral, podemos agrupar as fontes de recursos de acordo com suas origens ou com quem está envolvido nelas:

- Fontes governamentais: o dinheiro é do governo (municipal, estadual, federal ou mesmo internacional).
- Fontes de empresas híbridas: como o Sistema S, que é gerido e mantido por federações empresariais e não é ligado a nenhuma esfera governamental (ex: Sesc, SESI, Senac, Sebrae...), ou ONGs.
- Iniciativa privada: pessoas físicas e pessoas jurídicas.


Fontes
Governamentais
Iniciativa privada
Híbridas
Algumas possibilidades
Fomento indireto
Patrocínio incentivado
Prestação de serviços
Fomento direto
Patrocínio não incentivado
Prestação de serviços
Prestação de serviços
Emendas parlamentares
Vendas
Funding (match, crowd etc.)

Fontes governamentais

Fomento direto

Governos (secretarias, agências, fundações etc.) **decidem para onde vai o dinheiro** público.

Regulamentado por leis e operacionalizado por editais (licitações públicas). Exemplos:

- Federais: Editais do FNC (Fundo Nacional de Cultura), Editais da Funarte (Myriam Muniz, Carequinha, editais de ocupação) etc.
- Estaduais: ProAC Editais, ProAC Direto, ProAC LAB (SP).
- Municipais: Fomento ao Teatro, Fomento à Dança, Fomento ao Cinema (São Paulo).

Fontes governamentais

Fomento indireto

Iniciativa privada **decide para quais projetos culturais o dinheiro público (impostos) deve ir**.

Regulamentado e organizado por Leis de Incentivo à Cultura. Exemplos:

- Federais: Lei de Incentivo à Cultura (ex-Lei Rouanet) e Lei do Audiovisual. *Imposto de renda*.
- Estaduais: ProAC-ICMS (SP) [atualmente suspenso], Lei Goyazes (GO), Fazcultura (BA). *ICMS*.
- Municipais: Pro-Mac (SP). *ISS e IPTU*.

Fontes governamentais

Fomento indireto

Exemplo: **Lei Federal de Incentivo à Cultura** (ex-Lei Rouanet)

A Lei permite que empresas invistam até 4% do Imposto de Renda devido em projetos culturais que ela quiser, desde que os projetos estejam aprovados para captação pela Secretaria Especial da Cultura.

Se uma empresa terá que pagar R$ 1.000.000,00 em Imposto de Renda, ela pode utilizar até R$ 40.000,00 desse valor para colocar em um projeto.

Procedimento para realizar projetos através da Lei Federal de Incentivo à Cultura

Fontes governamentais

Prestação de serviços

Os governos, por meio de suas secretarias e fundações, podem **contratar serviços prestados** pelas iniciativas culturais sem necessidade de licitação pública. Os valores pagos são compatíveis com o mercados.

A negociação e contração pode ser iniciada, de modo geral, de duas formas:

- Pelo governo, ao buscar determinada ação ou projeto que ele deseja realizar (como a maior parte das apresentações da Virada Cultural Paulista ou Circuito Cultural);
- Pela **iniciativa cultural que oferece ao governo determinado serviço**.

Fontes governamentais

Emendas parlamentares

Membros do poder legislativo (vereadores, deputados estaduais e federais e senadores) dispõem de cota anual de verba parlamentar que pode ser destinada a projetos (sociais, culturais, educacionais, de saúde etc) que cada um quiser.

Por todo o país, há diversas iniciativas culturais que realizaram projetos através das emendas parlamentares.

Fontes da iniciativa privada

Patrocínio incentivado

As empresas ou pessoas físicas escolhem **projetos inscritos e aprovados nas leis de incentivo** para patrocinar, investindo parte do que elas pagariam de Imposto de Renda.

Para isso, é necessário que o projeto esteja aprovado em alguma lei de incentivo (Lei Federal de Incentivo à Cultura, Lei do Audiovisual, ProAC-ICMS ou qualquer outras lei que possa ser criada).

Negociação com empresas ou pessoas físicas é feita pela iniciativa cultural ou através de editais. *(importância da apresentação institucional, apresentação do projeto oferecido e das* ***contrapartidas ao patrocinador****: o que ele vai ganhar ao colocar dinheiro no projeto?)*

Por que uma empresa patrocina um projeto?

Entende-se patrocínio – na perspectiva da organização patrocinadora – como uma ferramenta organizacional, com **benefícios particulares exclusivos** à sua prática, ligados à **associação de valores** do objeto patrocinado ao patrocinador.

Serve aos princípios corporativos, de marketing e de comunicação de uma empresa, especialmente na **construção e na implementação de suas estratégias – corporativa, de marketing e de comunicação**.

Ainda é fundamental para esta pesquisa a **compreensão de ser o patrocínio uma relação comercial mutuamente benéfica** e, portanto, com relacionamento de interesses estabelecido entre as partes.

JORDÃO, Gisele. A contribuição do patrocínio da cultura para a estratégia de marketing em empresas de grande porte no Brasil. Dissertação de mestrado. São Paulo: ESPM, 2013, p. 33-45.

Fontes da iniciativa privada

Patrocínio não incentivado

As empresas ou pessoas físicas escolhem **projetos** para patrocinar sem ter benefício fiscal. O dinheiro, então, sai diretamente do bolso da empresa ou pessoa física.

É menos vantajoso para as empresas e pessoas físicas, mas é uma prática exercida para projetos de diversos portes.

Negociação com empresas ou pessoas físicas é feita pela iniciativa cultural.
(importância da apresentação institucional, apresentação do projeto oferecido e das ***contrapartidas ao patrocinador****: o que ele vai ganhar ao colocar dinheiro no projeto?)*

Fontes da iniciativa privada

Prestação de serviços

Empresas e pessoas físicas podem **contratar serviços prestados** pelas iniciativas culturais, como **espetáculos realizados para funcionários, aulas de musicalização para grupos de amigos, treinamentos em empresas, oficinas em escolas etc**.

A negociação e contração é iniciada, de modo geral, com a prospecção feita pela **iniciativa cultural, oferecendo seus serviços ao público que ela desejar**.

Para isso, é importante **pensar quais produtos a iniciativa pode oferecer e quem são os públicos possíveis** desses produtos. Qual é o benefício do produto ao público?

Fontes da iniciativa privada

Vendas

Vendas de ingressos, de livros, de vídeos, de produtos de artesanato, de telas, esculturas etc. produzidos pela iniciativa cultural são também fonte de recursos.

Apesar de parecem menores que as outras fontes, há diversas iniciativas que **viabilizam suas ações com as vendas** daquilo que elas geram.

Fontes da iniciativa privada

Funding

Os diversos tipos de Funding (match, crowd etc.) são **novos formatos para a tradicional vaquinha, em que um grupo de pessoas se une para viabilizar financeiramente alguma coisa.**

Na cultura, os Fundings têm sido utilizados para realizar **estreias de peças, gravações e lançamentos de CDs e filmes, produção de livros, produção de webséries, manutenção e geração de conteúdos para sites etc.**

Fontes híbridas

Prestação de serviços

As instituições do Sistema S, como **Sesc e SESI**, são muito atuantes na cultura no Estado de São Paulo, com diversas unidades espalhadas por cidades paulistas e uma intensa programação cultural (Palco Giratório, Viagem Teatral, Circuito Cultural etc.). **Elas são grandes responsáveis das fontes de recursos de muitos iniciativas culturais.**

Fontes híbridas

Prestação de serviços

A negociação com o **Sesc-SP** é feita diretamente pela iniciativa cultural, que entra em contato com cada unidade para oferecer seus produtos. Para isso, é importante que a iniciativa tenha **apresentação institucional e apresentação do produto que está oferecendo**.
No caso o Palco Giratório, o convite à iniciativa é feito pela Central do Sesc.
Alguns Sescs de outros estados possuem editais de chamamento de projetos para integrarem suas programações.

Já no caso do **SESI**, a maior parte das contratações é feita através de editais, que são abertos anualmente. Há editais locais, regionais e estaduais.

Algumas outras fontes

Podemos pensar também em outras fontes de recursos para iniciativas culturais como:

- Salões de artes visuais;
- Premiações;
- Mostras de audiovisual, artes visuais, artes cênicas, música etc;
- Festivais de audiovisual, artes visuais, artes cênicas, música etc;
- Residências artísticas.

Na maioria dos casos, há um edital em que a iniciativa deve se inscrever para ser selecionada.

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

As três fontes apresentadas possuem em alguns mecanismos **os editais**, que é a forma pela qual projetos são apresentados pelas iniciativas culturais, para que os governos, iniciativas privas ou híbridas selecionem os projetos em que desejam investir.

Então vamos entender um pouco mais sobre essa parte importante da produção cultural, que podem estar presentes em:

- Fomento direto
- Fomento indireto/Patrocínio incentivado
- Prestação de serviço (ao governo e às híbridas)
- Outras fontes

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

Algumas dicas importantes:

- Cada edital é diferente do outro, então cada um tem **critérios específicos** e exige determinadas informações;
- Nos editais são inscritos **projetos**, e não iniciativas (retomando encontro passado);
- Um edital é um chamamento público, então é necessário **demonstrar o diferencial** do projeto;
- O edital tem todas "as regras do jogo", então é necessário ler e compreender para saber se o projeto que você deseja inscrever **se enquadra**.

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

Apesar de terem **critérios específicos** e exigirem determinadas informações, de modo geral os editais pedem:

- Apresentação
- Objetivos
- Justificativa
- Público-alvo
- Histórico do grupo ou currículos dos participantes
- Cronograma
- Orçamento

São itens parecidos com os da apresentação institucional que falamos no encontro passado, mas lembre-se que nos editais vocês deve falar sobre o **projeto**.

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

Apresentação

Breve resumo sobre o projeto, para introduzir os avaliadores ao universo que você contará.

Objetivos

O que é o projeto? O que pretende fazer? Exposição presencial, online, itinerante? Catálogo? Livro? Quantas esculturas? Quantos dias? Quantas bandas? Quantas apresentações? Qual é o conceito artístico? Quantos espectadores terá?

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

Justificativa

Por que ele deve ser realizado? Qual é a importância do projeto para seu grupo, para a carreira do grupo, para a produção artística? Por que o seu projeto “merece” ser selecionado? Qual o diferencial do seu projeto?

Público-alvo

A quem ele se destina? É possível determinar um público para o seu projeto? Quem é o público da sua obra, geralmente? Com quem você acha que o projeto dialoga?

Histórico do grupo ou currículos dos participantes

Item necessário para demonstrar a capacidade técnica e artística de execução de um projeto.

Ponto recorrente em todas as fontes

Editais

Cronograma

Em quanto tempo vai acontecer? Qual é o fluxo ou encadeamento de acontecimentos? O que acontecerá a cada dia, semana, mês?

Orçamento

Quanto vai custar? Dá para fazer o projeto com a verba disponível?
Tema da primeira oficina do Lado a Lado.

Exemplo de edital
ProAC 13/2021
Artes Visuais

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
| Secretaria de Cultura e Economia Criativa

EDITAL PROAC EXPRESSO Nº 13/2021
PROGRAMA DE AÇÃO CULTURAL - ProAC

PARÂMETROS ESPECÍFICOS

CONSOLIDADO

ARTES VISUAIS / PRODUÇÃO (PRESENCIAL E/OU ONLINE)

A Secretaria de Cultura e Economia Criativa torna público o concurso para a seleção de projetos de **ARTES VISUAIS/ PRODUÇÃO (PRESENCIAL E/OU ONLINE)**, com observância da Lei Federal nº 8.666/1993, da Lei Federal nº 9.610/1998 (no que couber), da Lei Estadual nº 6.544/1989 (e alterações posteriores) e da Lei Estadual nº 12.268/2006, bem como de toda legislação complementar relacionada ao ProAC e em conformidade com as condições e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

Aqui é dito o que será contemplado pelo edital

I. OBJETO DESTE CONCURSO

1.1. O presente Edital tem por finalidade apoiar financeiramente projetos (presencial e/ou *on-line*) que tenham por objeto à produção de exposições inéditas de artes visuais a serem realizados no Estado de São Paulo por proponentes sediados no Estado de São Paulo.

Aqui é dito o valor disponível a cada projeto

1.3. **Prazo de execução do projeto**: o prazo para realização de todas as ações do projeto consiste em 12 (doze) meses a contar da data de depósito do aporte.

II. VALOR DISPONIBILIZADO

2.1. O valor disponibilizado para cada projeto selecionado será conforme escolha do proponente de acordo com os seguintes Módulos:

a) **Módulo I - R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).**
b) **Módulo II - R$ 100.000,00 (cem mil reais).**

2.1.1. Tendo em vista tratar-se de Edital realizado com recursos estaduais o proponente deverá usar o recurso recebido deste Edital preferencialmente para despesas realizadas no Estado de São Paulo.

2.2. O valor total de recursos para este Edital será de **R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).**

2.3. Após a seleção dos projetos, de acordo com o item 1.2, havendo recursos remanescentes e não havendo outros projetos que se enquadrem nos percentuais estabelecidos, tais recursos poderão ser destinados a projetos enquadrados em outras categorias do presente Edital, hipótese em que não mais será necessária a observância dos percentuais mínimos nele definidos.

Aqui é dito o que significada cada item do edital. Parte muito importante porque é onde estão a maioria das regras.

III. DEFINIÇÕES

3.1. Para os efeitos deste Edital, entende-se por:

a) **Artes Visuais**: representam um conjunto de manifestações artísticas contempladas em sua diversidade, como a pintura, a escultura, a gravura, o desenho, a fotografia, a videoarte, a performance, a instalação, a arte em mídias eletrônicas e digitais e outros experimentos artísticos.

b) **Produção e Exposições Inéditas de Artes Visuais**: é aquele que contempla a produção de um trabalho artístico com sua exposição pública, individual ou coletiva, ainda não realizada, por um período de, no mínimo, 02 (duas) semanas. O trabalho poderá compreender, de acordo com seus objetivos e conceitos, uma ou mais obras de arte, que poderá ser produzida individualmente ou coletivamente.

c) **Formato *on-line:*** feito via transmissão ao vivo (*live*).

d) **Projeto**: formalização da proposta de espetáculo através de informações e documentos apresentados à Secretaria de Cultura e Economia Criativa, conforme item 6.1.

e) **Contrapartida**: ação que o proponente deverá realizar em retribuição pelo financiamento de seu projeto com recursos públicos, conforme estabelecido no artigo 17 do Decreto nº 54.275/2009.

f) **Proponente**: a **pessoa jurídica** que inscreve projeto neste Edital, observadas as condições descritas no item IV, e que assume a responsabilidade legal junto à Secretaria de Cultura e Economia Criativa pelo projeto, ou seja, por sua inscrição, execução e conclusão.

g) **Secretaria de Cultura e Economia Criativa**: denominada neste Edital simplesmente **Secretaria**.

Aqui é dito quem pode participar.

IV. DA PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá se inscrever neste concurso:

a) **Proponente pessoa jurídica** que comprove sede há mais de 02 (dois) anos no Estado de São Paulo, contados do último dia do período de inscrição, e área de atuação compatível com o objeto deste Edital.

O que é?/Objetivo

O que pretende fazer? Exposição presencial, online, itirenante? Catálogo? Livro? Quantas esculturas? Quantos dias? Qual é o conceito artístico? Texto que cruze a racionalidade dos objetivos e a concepção artística.

Por que ele deve ser realizado?/Justificativa

Qual é a importância do projeto para você, para sua carreira, para a produção artística? Por que o seu projeto "merece" ser selecionado? (a palavra merece reduz muito as coisas, mas vamos pensar nela para nos direcionar).

VI. DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA A INSCRIÇÃO

6.1. PROJETO: No sistema online, conforme item 5.1, o proponente deverá preencher os campos obrigatórios conforme os itens abaixo e realizar o *upload* dos anexos.

a) Apresentação do projeto.
   1) A apresentação também pode ser acrescida de um vídeo explicativo do projeto, no entanto, não é obrigatório.

b) Relevância: descrever o impacto e diferencial do projeto.

c) Descrição das ações/atividades.

d) Especificações, esboço(s) do(s) trabalho(s) a ser(em) produzidos(s) na forma de croquis, texto, entre outros.

e) Previsão da(s) cidade(s) que receberá(ão) as ações do projeto.

f) Expectativa de público alcançado com o projeto.

g) Cronograma de execução.

h) Plano de divulgação.

i) Orçamento detalhado, conforme modelo de planilha no **Anexo I**.
   1) O projeto deverá apresentar o valor fixo, conforme definido no item 2.1., ou seja, não poderá apresentar valor menor do estabelecido.
   2) O projeto que apresentar orçamento maior do que o previsto neste Edital deverá obrigatoriamente especificar as fontes complementares de recursos.
   3) Em caso de compra de equipamento de qualquer natureza, deverá ser expressamente justificado o motivo da compra e o destino do equipamento adquirido após a conclusão do projeto.

j) Currículo do proponente.
   1) No caso de Cooperativa, deve-se apresentar apenas o currículo do cooperado responsável pelo projeto.

k) Ficha técnica com a relação dos participantes, incluindo a identificação do CPF e a descrição da função no projeto.

l) Breve currículo dos principais integrantes do projeto (máximo de 20 linhas para cada currículo).

m) Proposta de contrapartida.

Ponto recorrente em todas as fontes

Prestação de serviços

Empreendedorismo cultural!

Existem muitas possibilidades de **oferecer serviços ou produtos culturais** para a iniciativa privada, pessoas físicas, governos, instituições etc., estabelecendo negociação direta.

Para isso, a iniciativa cultural pode pensar os produtos que ela pode oferecer, aqueles produtos que têm a ver com a proposta cultural que ela já exerce, e também **pensar os públicos potenciais desses produtos**.

Este material pode ser compartilhado livremente, mas lembre-se que ele foi pensado e elaborado especificamente para as iniciativas participantes do Lado a Lado.

Instagram @ladoaladobr
https://www.3apitos.com.br/

Lei de Incentivo à CULTURA

Patrocínio: WestRock

Produção audiovisual: NIMBOO'S

Realização: 3APITOS

SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA
MINISTÉRIO DO TURISMO

PÁTRIA AMADA BRASIL GOVERNO FEDERAL