

TRILHA 03

Lideranças de Pontos e Pontões

Financiamento da Cultura e Captação de Recursos

Jonathan Silva



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA
CULTURA



Minha trajetória



Jonathan Silva

Formação Acadêmica

Administração UFAL/Campus Arapiraca

Especialização em Gestão Estratégica de Negócios e Mercados - USP

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para inovação
- UFAL

Doutorando em ciência da propriedade intelectual - UFS

Mestrando em administração e controladoria com - Turma especial do Itaú
Cultural com ênfase em Gestão Cultural – UFC

Áreas de atuação

Afroempreendedorismo

Gestão de afronegócios

Inovação

Propriedade Intelectual

Negócios de Impacto Social

Diversidade e inclusão organizacional

Economia Criativa

Tecnologias Sociais

O caminho desta aula

00

Panorama em números

Mundo, Brasil e regiões

01

O que é financiamento

Quem apoia e de que jeitos

02

Do sonho ao projeto

Objetivos, público, justificativa e equipe

03

Orçamento sem medo

Contas claras, preço justo e plano B

04

Editais e Cultura Viva

Como ler, se inscrever e acompanhar

05

Parcerias e vaquinha

Apoio local, empresas e vaquinha

06

Cuidar do recurso

Comprovantes, prestação de contas e ética

PAUSA

Intervalo de 10 minutos depois do Bloco 3

Por que falar de dinheiro na cultura

Recurso não é o fim da cultura: é o meio para que ela continue acontecendo.

1

Sustentar o que já existe

Oficinas, festas e saberes que o ponto mantém vivos

2

Remunerar quem faz

Mestres, oficineiros e equipe merecem pagamento justo

3

Ganhar autonomia

Mais fontes, menos dependência de um único apoio

Três ideias que atravessam a aula

IDEIA 1

Captar é organizar

Um projeto claro, com contas e prazos, gera confiança em quem apoia.

IDEIA 2

Captar é relação

O apoio nasce de conversa, escuta e compromisso cumprido.

IDEIA 3

Captar é rede

Espaço cedido, transporte e mutirão também são apoio — e a rede multiplica.

A cultura no mundo

3,1%

do PIB mundial vem das indústrias culturais e criativas

6,2%

de todos os empregos do mundo estão no setor

10 milhões

de empregos culturais perdidos só em 2020, na pandemia

Ao mesmo tempo...

As exportações de bens e serviços culturais dobraram entre 2005 e 2019, chegando a US\$ 389,1 bilhões — mas o investimento público em cultura vem caindo na última década.

Fonte: UNESCO, ReShaping Policies for Creativity: addressing culture as a global public good (2022).

A cultura no Brasil: quem trabalha nela

5,9 mi

pessoas ocupadas
no setor cultural
em 2024 (5,8% do
total)

44,6%

trabalham na
informalidade
(40,6% na
economia toda)

43%

trabalham por
conta própria
(25,2% na
economia toda)

3,59%

do PIB vem da
indústria criativa:
R\$ 393,3 bilhões
(2023)

Muita gente trabalha com cultura, mas de forma mais informal que a média: organizar projetos e captar é também proteger quem faz.

Fonte: IBGE, Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2013–2024 (dez. 2025); Firjan, Mapeamento da Indústria Criativa (2025).

Quanto o poder público investe em cultura

Municípios



R\$ 12,3 bi

1,09% dos seus gastos

Estados



R\$ 5,7 bi

0,39% dos seus gastos

União



R\$ 0,86 bi

0,04% dos seus gastos

Despesa pública com cultura nas três esferas, em 2023: **R\$ 18,9 bilhões**, ou 0,38% de todo o gasto público.

O QUE ISSO MOSTRA

Os municípios são os maiores financiadores públicos da cultura.

Acompanhar a secretaria e o conselho de cultura da sua cidade é estratégico.

Fonte: IBGE, Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2013–2024 (dez. 2025). Valores de 2023.

As grandes fontes federais hoje

R\$ 3 bi por ciclo

PNAB (Lei nº 14.399/2022): no 1º ciclo, 167.817 agentes contemplados em 5.097 municípios

R\$ 3,9 bi

Lei Paulo Gustavo: repassados a estados e municípios em 2023

R\$ 3,41 bi

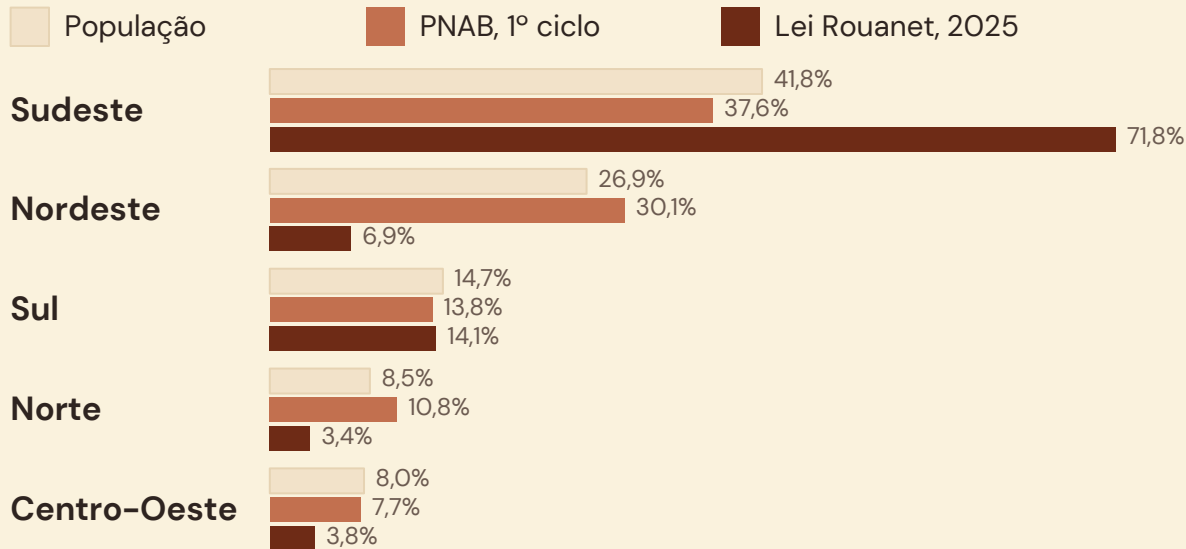
Lei Rouanet: captação recorde em 2025 (R\$ 2,35 bi em 2023)

1 em 4

projetos aprovados na Rouanet consegue captar, segundo dados de 2025 do Salic

Fonte: MinC, SNIIC Avalia PNAB ed. 2 (2026); IBGE, SIIC (2025); MinC/Salic (jan. 2026); Diário do Grande ABC (jan. 2026).

Onde o dinheiro chega: as cinco regiões



Leitura

A PNAB acompanha o tamanho da população. A Rouanet, que depende de empresas, concentra 72% no Sudeste.

Fonte: IBGE, Censo 2022; MinC, SNIIC Avalia PNAB ed. 2 (2026); MinC/Salic (jan. 2026). Percentuais calculados dos valores publicados.

Região a região: Norte, Nordeste e Centro-Oeste

Norte

R\$ 324,3 mi
da PNAB no 1º ciclo

R\$ 117,2 mi
da Rouanet em 2025

+81%
na captação Rouanet desde
2023

Nordeste

R\$ 901,9 mi
da PNAB no 1º ciclo

R\$ 233,9 mi
da Rouanet em 2025 (+57%
desde 2023)

31,8%
do gasto municipal com
cultura do país (2023)

Centro-Oeste

R\$ 232,3 mi
da PNAB no 1º ciclo

R\$ 128,2 mi
da Rouanet em 2025 (+96%
desde 2023)

+310%
no gasto municipal com
cultura, 2013–2023

Fonte: MinC, SNIIC Avalia PNAB ed. 2 (2026); MinC/Salic via Agência Gov (jan. 2026); IBGE, SIIC 2013–2024 (2025).

Região a região: Sudeste e Sul

Sudeste

R\$ 1,13 bi
da PNAB no 1º ciclo

R\$ 2,45 bi
da Rouanet em 2025 (cerca
de 72% do total)

61,1%
dos profissionais criativos do
país

Sul

R\$ 413,6 mi
da PNAB no 1º ciclo

R\$ 479,7 mi
da Rouanet em 2025 (+36%
desde 2023)

4,2%
do PIB de Santa Catarina
vem da indústria criativa

Tendência

O Sudeste ainda
concentra recursos, mas
perde peso: sua fatia do
gasto municipal com
cultura caiu de 51,9%
(2013) para 44,7% (2023).

Fonte: MinC, SNIIC Avalia PNAB ed. 2 (2026); MinC/Salic (jan. 2026); Firjan, Mapeamento da Indústria Criativa (2025); IBGE, SIIC (2025).

Cultura Viva em números

10 mil

pontos e pontões de cultura certificados no país (out. 2025)

25%

mínimo da PNAB para a Cultura Viva nos municípios que recebem mais de R\$ 360 mil

R\$ 586 mi

da PNAB chegaram a 52% dos pontos certificados no 1º ciclo

Há recurso perto: municípios, estados e a PNAB são a principal porta de entrada para pontos e pontões.

Fonte: MinC/Agência Gov (out. 2025); MinC, SNIIC Avalia PNAB ed. 2 (2026).

Cultura é direito e é trabalho

DIREITO

O Estado deve garantir

A Constituição (art. 215) garante a todos o exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura. Por isso existem políticas públicas de fomento.

TRABALHO

Alguém faz acontecer

Ensinar, produzir, cuidar do espaço, registrar: por trás de cada atividade há trabalho, que precisa ser reconhecido e pago.

Buscar recurso para a cultura não é pedir favor: é exercer um direito e valorizar um trabalho.

Quem financia a cultura

ESTADO

Poder público

Editais,
prêmios,
fundos e leis
de incentivo

MERCADO

Empresas

Patrocínio,
produtos e
serviços

TERCEIRO SETOR

Institutos e fundações

Editais
próprios e
parcerias

TERRITÓRIO

Comunidade

Doações,
vaquinha,
presença

REDE

Pontos e coletivos

Espaço,
equipamento
e saberes

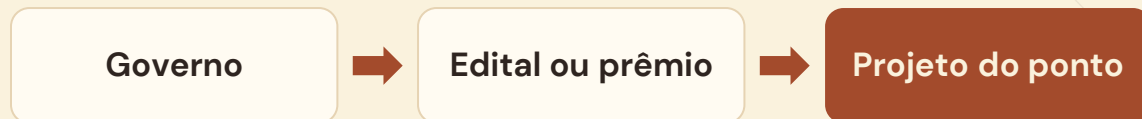
Apoio não é só dinheiro: espaço cedido, transporte e divulgação também reduzem custos.

O que cada apoiador busca

QUEM	O QUE BUSCA	O QUE O PONTO OFERECE
Poder público	Garantir o direito à cultura onde há menos acesso	Atividades gratuitas e alcance no território
Empresas	Imagem e relação com a comunidade	Visibilidade e contato com o público
Institutos	Impacto social que dure	Resultados mostrados e continuidade
Comunidade	Se ver na cultura do lugar	Pertencimento e participação
Rede	Fortalecer o território	Troca, parceria e mobilização

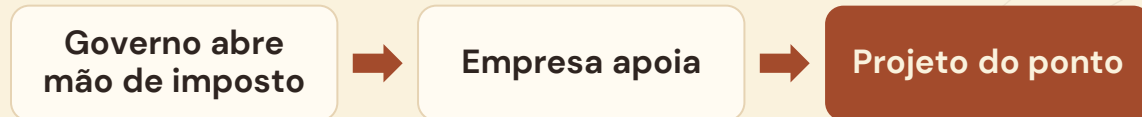
Fomento direto e fomento indireto

Direto



O dinheiro sai do orçamento público e vai direto para o projeto selecionado.

Indireto



O governo deixa de cobrar parte do imposto para que a empresa apoie a cultura.

Oito jeitos de financiar a cultura

Recursos próprios

Dinheiro e trabalho do próprio grupo

Liberdade total

Vendas e bilheteria

Ingresso, bazar, comida, camiseta

Liberdade total

Doações

De pessoas ou empresas, sem troca

Liberdade alta

Vaquinha online

Muita gente apoiando um pouco

Liberdade alta

Patrocínio

Empresa apoia em troca de divulgação

Liberdade média

Leis de incentivo

Empresa usa parte do imposto

Liberdade média

Editais públicos

Seleção com recurso do governo

Mais regras

Fundos de cultura

Recurso público da cidade ou do estado

Mais regras

Liberdade e regras andam juntas

Mais liberdade

Recursos próprios, vendas,
doações, vaquinha

Liberdade média

Patrocínio e leis de
incentivo

Mais regras

Editais públicos e fundos de
cultura

Quanto mais à direita, mais prestação de contas e menos espaço para mudar o plano

Mais regras não é ruim: costuma vir junto com valores maiores e mais continuidade.

Cada dinheiro tem seu tempo

Editais e fundos

Inscrição → Avaliação → Resultado → Pagamento

Meses

Leis de incentivo

Aprovação → Achar empresa → Depósito

Pode não vir

Vaquinha online

Campanha → Mobilização → Repasse

Semanas

Festa, bazar, ingresso

Divulgação → Venda → Caixa

Na hora

Não comece a gastar contando com dinheiro que ainda não chegou: um edital pode levar de 3 a 10 meses.

Não dependa de uma fonte só

Exemplo ilustrativo: como as oficinas de maracatu poderiam ser financiadas



Se uma fonte atrasar ou falhar, o projeto não para inteiro.

Da vontade ao projeto

01 · A VONTADE

“Queremos ensinar maracatu para a juventude do bairro.”

Falta: quando, quanto custa, quantas pessoas.



02 · A AÇÃO

Oficina aos sábados, com instrumentos emprestados.

Falta: organização e dinheiro garantido.



03 · O PROJETO

Um plano escrito

O quê, por quê, para quem, quem faz, quando, onde, quanto custa e como mostrar o resultado.

Quem apoia não financia só a vontade: financia a confiança de que o projeto vai acontecer.

Sete perguntas de todo projeto

O quê?

Objeto

A atividade ou o produto principal

Por quê?

Justificativa

Por que importa aqui e agora

Para quem?

Público

Quem participa e quem se beneficia

Como?

Metodologia

O passo a passo

Quando?

Cronograma

O calendário das atividades

Quanto?

Orçamento

O custo de cada coisa

Quem?

Equipe

Quem faz e sua experiência

TUDO COMBINA
Prometeu 40
jovens? O
orçamento paga
material para 40.

O projeto em uma frase

O MODELO

Realização de **[o que]**, com **[quantas atividades]**, de **[mês]** a **[mês]**, em **[lugar]**, para **[quem e quantas pessoas]**, de forma **[gratuita ou paga]**.

O EXEMPLO

Realização de oficinas de maracatu, com dois encontros por semana durante oito meses, na sede do Ponto de Cultura [nome], no bairro [nome], para 40 jovens de 12 a 18 anos, de forma gratuita.

Sem palavras vagas como “incrível” ou “transformador”: só o que dá para contar.

Objetivos: aonde queremos chegar

OBJETIVO GERAL

O grande resultado, em uma frase.

“Realizar oficinas de maracatu para 40 jovens do bairro, com uma apresentação aberta à comunidade.”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os passos que dá para contar:

- Oferecer 64 encontros de oficina em 8 meses
- Comprar 20 instrumentos que ficam no ponto
- Fazer 1 apresentação gratuita, com Libras
- Registrar tudo em fotos e vídeo

Use verbos de ação — realizar, oferecer, formar, registrar — e evite os vagos sem número.

Para quem é — e o que muda

QUEM PARTICIPA

Direto

Os 40 jovens e quem assiste à apresentação

Indireto

Famílias, vizinhança, escolas e comércio

Conte sobre essas pessoas:

- Idade, renda e escolaridade
- De que bairro ou comunidade vêm
- O que dificulta o acesso à cultura

O QUE FICA DEPOIS

Na cultura

Tradição viva e novos brincantes formados

Nas pessoas

Acesso gratuito e inclusão de quem fica de fora

No território

Praça ocupada, comércio local movimentado

Troque frases bonitas por fatos

EM VEZ DE

“O bairro precisa de cultura.”



O bairro tem [nº] mil moradores e nenhum espaço cultural público; o mais próximo fica a [nº] km.

“Vamos valorizar a cultura popular.”



O ponto reúne [nº] mestres sem registro do seu trabalho; o projeto grava e publica esse acervo.

“A oficina transforma vidas.”



No último ano, [nº] jovens passaram pela oficina e [nº] hoje tocam em grupos da cidade.

Quem faz o quê, e quando

ANTES

Combinar o espaço, chamar a equipe, comprar material, abrir inscrições.

Prova: contratos e lista de inscritos.

DURANTE

Oficinas, ensaios, apresentação, acolhimento do público.

Prova: listas de presença, fotos e vídeos.

DEPOIS

Guardar materiais, pagar tudo, juntar comprovantes, escrever o relatório.

Prova: relatório e prestação de contas.

QUEM CUIDA DE CADA PARTE

Coordenação

Prazos, dinheiro e apoiadores

Mestres e oficineiros

Conteúdo e condução

Produção

Espaço, transporte e compras

Comunicação

Divulgação e registro

Cada gasto tem um motivo

Se está no orçamento, tem uma atividade que precisa dele — e vice-versa.

Preparação	Material, reuniões, inscrições, reserva do espaço
-------------------	---

Atividades	Oficineiros, mestres, instrumentos, transporte, lanche
-------------------	--

Divulgação	Cartazes, redes sociais, carro de som
-------------------	---------------------------------------

Fechamento	Contador, relatório, edição de fotos e vídeos
-------------------	---

Gasto fixo

Não muda com o número de pessoas: coordenação, contador, aluguel.

Gasto variável

Cresce com o público: lanche, camisetas, certificados.

A conta que o avaliador quer ver

$$\text{Quantos} \times \text{Por quanto tempo} \times \text{Valor de cada} = \text{Total}$$

O QUÊ	QUANTOS	QUANTO TEMPO	VALOR DE CADA	TOTAL
Oficineiro de maracatu	2 pessoas	8 meses	R\$ 800,00	R\$ 12.800,00
Lanche das oficinas	40 lanches	64 encontros	R\$ 6,00	R\$ 15.360,00
Intérprete de Libras	1 pessoa	1 apresentação	R\$ 600,00	R\$ 600,00

Valores ilustrativos: use sempre os preços da sua região.

Pesquisa de preços e pagamento justo

PASSO 1

Peça três orçamentos

Para serviços e compras maiores: som, transporte, gráfica.

PASSO 2

Consulte tabelas

Sindicatos, associações e editais anteriores trazem valores de referência.

PASSO 3

Guarde comprovantes

Recibos e contratos de trabalhos anteriores mostram o valor de mercado.

Pagamento justo é princípio: se faltar dinheiro, diminua o projeto — não o valor do trabalho de quem faz.

Gastos que costumam ficar de fora

Impostos

Pagar pessoa física por recibo (RPA) tem descontos e encargos.

Contador

Ajuda com recibos, impostos e fechamento.

Acessibilidade

Libras e audiodescrição, com tempo de preparo.

Transporte

Ida e volta de pessoas e instrumentos.

Alimentação

Lanche das oficinas e da equipe.

Banco e papéis

Tarifas da conta e certidões.

Leia os limites do edital: alguns limitam divulgação ou custos administrativos a uma parte do total.

E se vier menos dinheiro?

Tudo · 100%

Todas as oficinas, a apresentação e os instrumentos

Uma parte · 70% a 80%

Mantém as oficinas e compra menos instrumentos

O essencial · 50% a 60%

Menos meses de oficina, com o mesmo cuidado

Reserva

Guarde de 5% a 10% para imprevistos, quando o edital permitir.

Cortar sem perder a alma

- Diminua a quantidade, não o pagamento
- Use espaços e equipamentos da rede
- Mantenha gratuidade e acessibilidade

O ponto está pronto para captar?

Público

Sabemos quem e quantas pessoas?

Lugar

O espaço está garantido?

Metas

O que prometemos cabe no valor?

Custos

Sabemos quanto custa cada coisa?

Contrapartidas

Conseguimos cumprir o que oferecemos?

Riscos

Se um dinheiro atrasar, seguimos?

SEMÁFORO

Dê uma cor a cada pergunta:



Verde: resolvido



Amarelo: ajustar



Vermelho: não sabemos

Mais vermelho que verde? Primeiro organize, depois se inscreva.

Exemplo: o projeto do ponto, de ponta a ponta

FICHA DO PROJETO

O quê: oficinas de maracatu e apresentação na praça

Para quem: 40 jovens de 12 a 18 anos

Quando: 8 meses, 2 encontros por semana

Onde: sede do ponto, bairro [nome]

Fontes: edital Cultura Viva, vaquinha, comércio local

ORÇAMENTO RESUMIDO (R\$)

Oficineiros (2 × 8 meses × R\$ 800)	12.800
Lanche (40 × 64 encontros × R\$ 6)	15.360
Instrumentos (20 × R\$ 400)	8.000
Intérprete de Libras	600
Divulgação	1.500
Contador e tarifas	2.400
Reserva para imprevistos (5%)	2.033
Total	42.693

Fonte: exemplo ilustrativo, com valores fictícios — use sempre os preços da sua região.

PAUSA

INTERVALO

10 minutos

Na volta: Bloco 4 · Editais, Cultura Viva e leis de incentivo



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA



Cultura Viva: a política dos pontos

A Política Nacional de Cultura Viva (Lei nº 13.018/2014) reconhece e apoia quem já faz cultura no território.

PONTO DE CULTURA

Faz cultura na comunidade

Grupo, coletivo ou entidade sem fins lucrativos que desenvolve e articula ações culturais.

PONTÃO DE CULTURA

Liga pontos em rede

Entidade que articula pontos por tema ou território: formação, troca e mobilização.

CERTIFICAÇÃO

Reconhecimento oficial

O Cadastro Nacional de Pontos e Pontões abre a porta para os editais da política.

Os caminhos do recurso na Cultura Viva

PREMIAÇÃO

Reconhece o que o ponto já fez

Pagamento único pela trajetória. Em geral, sem prestação de contas financeira; alguns editais aceitam coletivos sem CNPJ.

PROJETOS CONTINUADOS

Apoia o que o ponto vai fazer

Plano de trabalho de cerca de um ano, assinado no Termo de Compromisso Cultural (TCC). Exige CNPJ e relatório no fim.

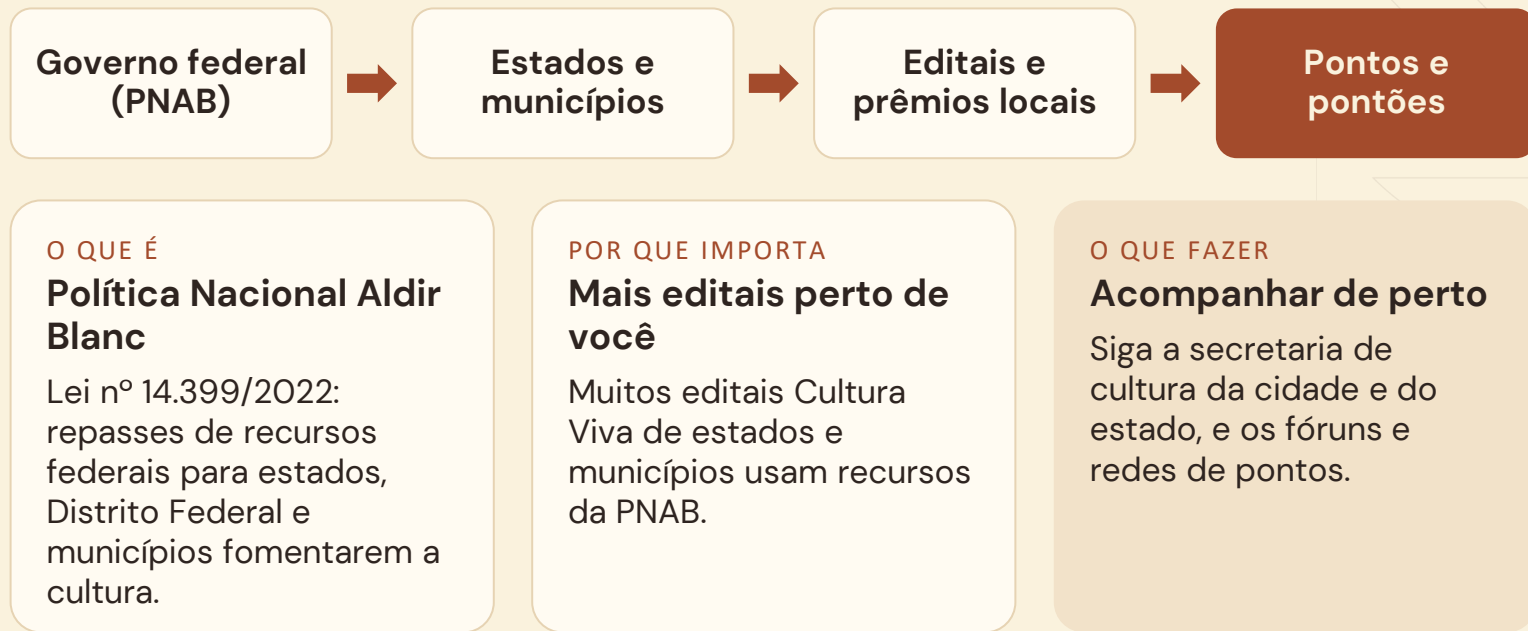
BOLSAS E REDES

Apoia pessoas e articulação

Bolsas para agentes e mestres, ações de pontões e encontros da rede, conforme cada edital.

As regras mudam de edital para edital: leia sempre o seu.

A PNAB e os editais locais



Como ler um edital sem medo

1

O que apoia?

O tipo de atividade financiada

2

Quem pode?

CNPJ, certificação, tempo de atuação, território

3

Como é a nota?

O que vale mais pontos

4

Quanto e como?

Valor máximo e gastos proibidos

5

Quando?

Prazos de inscrição, execução e relatório

A pergunta-chave: este edital combina com o nosso ponto e com o que conseguimos fazer?

O que a comissão costuma avaliar

Relevância

História do ponto
e dados do
território

Viabilidade

Plano, equipe e
orçamento
combinando

Acesso

Gratuidade,
bairros e
acessibilidade

Trajetória

Fotos, matérias e
cartas de apoio

METAS OBRIGATÓRIAS

Alguns editais já dizem o que o projeto precisa ter — por exemplo, formação, mostra artística e registro.

COTAS

Vagas reservadas para pontos liderados por pessoas negras, indígenas e com deficiência, com regras próprias.

Vale a pena se inscrever?

- ✓ O que o edital apoia é o que o ponto faz?
- ✓ Temos os documentos pedidos — e a certificação?
- ✓ Conseguimos mostrar nossa trajetória?
- ✓ O valor dá para fazer bem o essencial?
- ✓ Conseguimos cumprir contrapartidas e prazos?

Tudo sim?

Siga para a inscrição.

Algun não?

Se for algo que elimina, guarde energia para o próximo edital — e já comece a se organizar.

Papelada em dia, radar ligado

A pasta do ponto

Do ponto

CNPJ, estatuto, ata, certificado de ponto

De quem representa

RG, CPF e comprovante de residência

Certidões

Federal, estadual, municipal, trabalhista, FGTS

Portfólio

Fotos, matérias, cartas de apoio, com datas

Onde achar editais

Secretarias de cultura

Sites e redes da cidade e do estado

Mapas Culturais

Cadastro atualizado e inscrições

Rede Cultura Viva

Plataforma, fóruns e encontros

Diários oficiais e grupos

Publicações e listas de produtores

Inscrição, diligência e recurso

ANTES DE CLICAR EM “ENVIAR”

- 1 Arquivos em PDF, no tamanho pedido
- 2 Nomes claros: 01_Estatuto.pdf
- 3 Valor do formulário = valor do orçamento
- 4 Links abrem sem senha
- 5 Enviar antes do último dia e guardar o comprovante

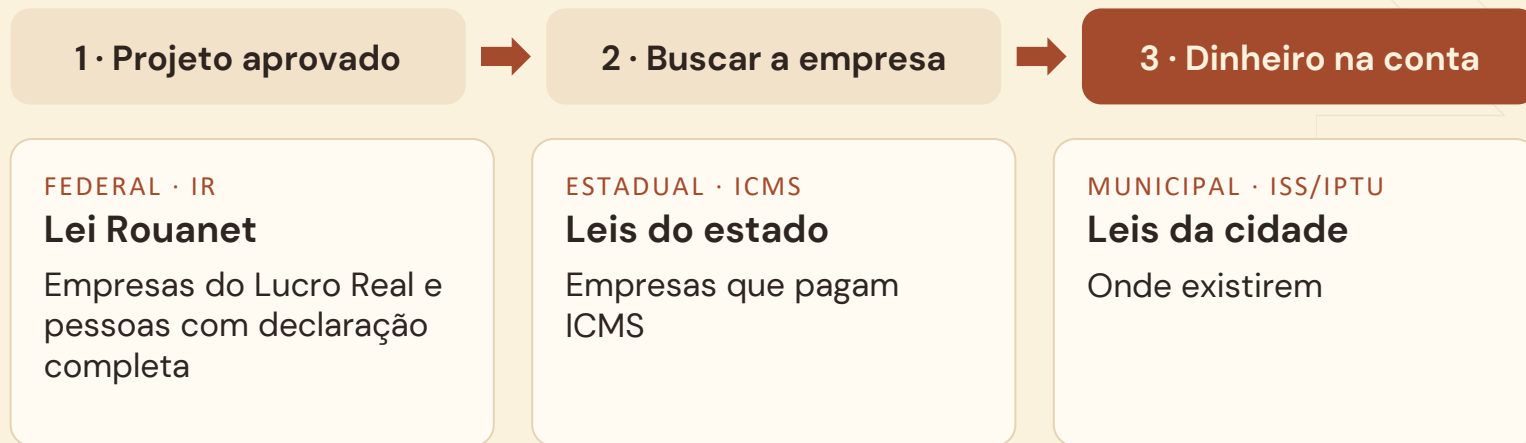
Diligência

Pedido de correção ou de documento. Responda no prazo e só ao que foi perguntado.

Recurso

Pedido para rever o resultado. Diga qual regra o ponto cumpriu e onde está a prova.

Leis de incentivo: quando usar



Aprovação não é dinheiro: ainda é preciso convencer uma empresa. Costuma combinar mais com projetos maiores.

O apoio que mora ao lado

Comece pelo território

- Comércio do bairro
- Escolas e universidades
- Associações e lideranças
- Outros pontos e coletivos
- Rádios comunitárias

NA PRÁTICA

Padaria doa o lanche das oficinas

Escola cede a quadra para os ensaios

Rádio comunitária divulga a apresentação

Apoio local é mais fácil de conseguir e abre portas para apoios maiores.

Como escolher empresas maiores

Território

Atua onde o ponto atua?

Valores

Apoia causas parecidas?

Público

Nosso público é o dela?

Histórico

Já apoiou cultura antes?

PRIORIDADE

Combina com a gente (1 a 5) + Tem condição de apoiar (1 a 5)

Comece pelas notas mais altas.

Onde pesquisar

- Notícias e redes da empresa
- Relatórios anuais e de sustentabilidade
- Quem apoia projetos parecidos

Uma proposta curta e clara

01

Quem somos

02

O projeto

03

Público e território

04

Quando e onde

05

Quanto precisamos

06

O que oferecemos

Para empresas, até 10 a 12 páginas. Para o comércio do bairro, uma folha basta. Inclua sempre um contato direto.

Contrapartidas: o que oferecer

DIVULGAÇÃO

Nome e marca

Em camisetas, cartazes, redes e no agradecimento durante o evento.

RELACIONAMENTO

Aproximação

Convites para funcionários, oficina na empresa, fala na abertura.

COMUNIDADE

Retorno social

Apresentação em escola, ensaio aberto, sessão com Libras.

Toda contrapartida custa algo: coloque no orçamento.

Cotas de apoio, sem prometer demais

APOIO PRINCIPAL

Maior valor

Mais destaque na divulgação e nos convites.

APOIO

Valor médio

Marca nos materiais e agradecimento.

AMIGO DO PONTO

Em produtos

Lanche, transporte, gráfica, espaço.

ANTES DE PROMETER, CONFIRA

Gráfica

Dá tempo de pôr a marca?

Espaço

O local permite faixa?

Imagem

Mestres autorizaram fotos?

Custo

Quanto custa cumprir?

A conversa com o apoiador

Apresentar

5–10 min

Contar o projeto

10–15 min

Ouvir

10–15 min

Combinar

5 min

DÁ PARA COMBINAR

- Tamanho e lugar da marca
- Convites e ingressos
- Datas de pagamento
- Uma fala na abertura

NÃO SE NEGOCIA

- O conteúdo e quem escolhe
- Os saberes e a identidade da comunidade
- O nome do projeto virar propaganda

Exemplo: mensagem de primeiro contato

Assunto: Oficinas de maracatu no bairro [nome] — conversa de 15 minutos?

Olá, [nome]. Sou [nome], do Ponto de Cultura [nome]. Vi que a [empresa] apoia projetos com jovens aqui no bairro e acredito que temos tudo a ver.

Há [nº] anos oferecemos oficinas gratuitas de maracatu. Agora queremos atender 40 jovens durante oito meses, com uma apresentação aberta na praça.

Podemos conversar 15 minutos na próxima semana? Envio em anexo uma apresentação de duas páginas.

Personalizada

Cita o que a empresa já faz

Curta

Três parágrafos, sem anexos pesados

Um só pedido

Marcar uma conversa, não pedir dinheiro

Fonte: modelo ilustrativo — adapte à linguagem do seu ponto.

Vaquinha online em três decisões

1 · A META SOMA

Custo do projeto

+ recompensas

+ envio pelo correio

+ taxa da plataforma (6% a 13%) e impostos

2 · RECOMPENSAS

R\$ 15–30: nome no mural do ponto

R\$ 50–120: ingresso ou vídeo exclusivo

R\$ 150–500: camiseta, livro, CD

Acima de R\$ 500: roda com os mestres

3 · CALENDÁRIO

Antes: avise quem é próximo

1ª semana: chegue a 20–30% da meta

Meio: bastidores e depoimentos

Fim: “faltam só 3 dias!”

Comunicação com o parceiro

ANTES

Logo após o acordo

Calendário, como a marca vai aparecer, convite para a estreia.

DURANTE

A cada 1 ou 2 semanas

Fotos de bastidores, convites, quantas pessoas vieram.

DEPOIS

Até 30 dias após o fim

Relatório com fotos e números, carta de agradecimento.

Cumpra o combinado

Mostre as peças antes de imprimir e fotografe a marca onde aparecer.

Mudou algo? Avise já

Conte o motivo, a solução e como o principal continua garantido.

Organizando a busca: o funil

1 · Pesquisar

Editais, empresas e parceiros que combinam

2 · Primeiro contato

Mensagem para marcar uma conversa

3 · Conversa

Apresentar, ouvir e ajustar

4 · Acordo

Contrato ou termo assinado

5 · Dinheiro na conta

Recebido e com recibo

10 a 15

conversas começadas para
fechar 2 ou 3 apoios

Caderno de contatos

- Com quem falei e quando
- O que ficou combinado
- Próximo passo e quem cuida

Conta do projeto e comprovantes

FAÇA

- Use uma conta só para o projeto
- Pague por transferência ou PIX dessa conta
- Peça nota fiscal ou recibo de cada gasto
- Guarde tudo no mesmo dia

EVITE

- Pagar pela conta pessoal de alguém
- Comprar o que não está no plano
- Nota com data fora do período
- Recibo sem os descontos obrigatórios

Gasto sem comprovante pode ser glosado — recusado — e o valor ter de ser devolvido.

Registrar enquanto acontece

CONTAR NÚMEROS

- Quantas pessoas participaram
- Quantos encontros e apresentações
- Quantas atividades com Libras

CONTAR HISTÓRIAS

- Depoimentos de quem participou
- O que mudou para as famílias
- Como a comunidade recebeu

Listas de presença

Fotos e vídeos com data

Depoimentos gravados

Matérias e postagens

O que não foi registrado durante a atividade não dá para recuperar depois.

Prestação de contas sem susto

Ler o manual
do edital

Conferir as
metas

Juntar as
provas

Fechar as
contas

Entregar no
prazo

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Nos projetos com Termo de Compromisso Cultural, o ponto mostra, com provas, que cumpriu as metas.

O prazo de entrega vem no edital — por exemplo, até 90 dias após o fim.

Pastas desde o primeiro dia

- 01 · Documentos e contratos
- 02 · Dinheiro e comprovantes
- 03 · Atividades e listas
- 04 · Divulgação e fotos
- 05 · Contrapartidas

Ética e transparência no dia a dia

Cumprir o combinado

Prazos, pagamentos e horários divulgados

Acessibilidade de verdade

Com o mesmo cuidado artístico do resto

Escolhas impessoais

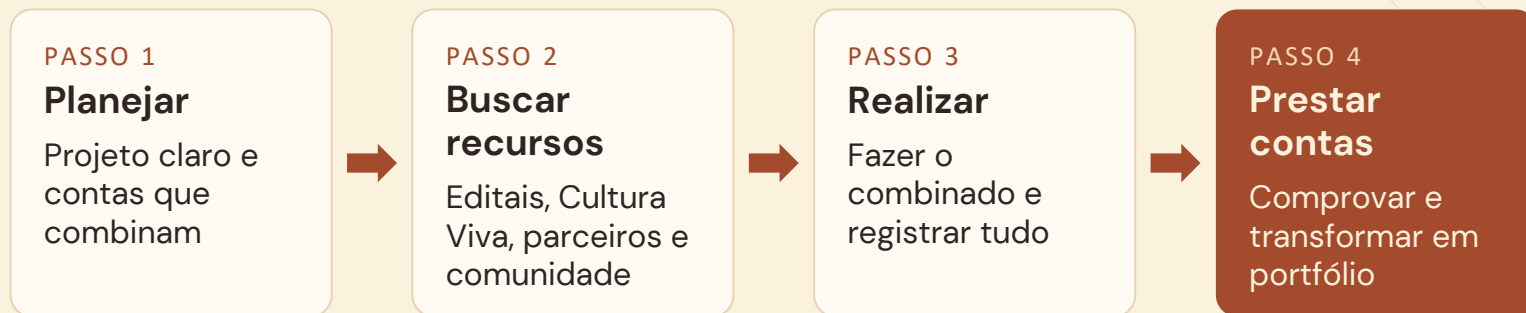
Comparar preços antes de contratar conhecidos

Contar à comunidade

Como o dinheiro foi usado e o que foi feito

Confiança é o maior patrimônio de um ponto: inconsistências hoje fecham portas amanhã.

Avaliar e recomeçar



Perguntas para avaliar o projeto

Gastamos o que planejamos? · Chegamos a quem queríamos? · Que apoio valeu mais o esforço? · Os parceiros ficaram satisfeitos?

OBRIGADO

Jonathan Silva

jonathansilva.arap@gmail.com

Trilha 03 · Lideranças de Pontos e Pontões



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA
CULTURA

