

# ELABORAÇÃO, GESTÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS DE PROJETOS CULTURAIS

Trilha 03: Agentes Culturais em Pontos e Pontões de Cultura

GUILHERME RAMOS



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA



# O QUE VAMOS COMPARTILHAR?

01

## Fundamentos

Conceitos,  
agentes,  
territórios,  
financiamento e  
cadeia de valor

02

## Concepção

Diagnóstico,  
objetivos,  
justificativa,  
metodologia e  
plano de trabalho

03

## Editais e orçamento

Leitura de editais,  
orçamento,  
cronograma e  
inscrição

04

## Execução

Equipe,  
contratações,  
controle, riscos e  
comunicação

05

## Prestação de contas

Documentos  
fiscais, relatório,  
avaliação e  
guarda

## PARTE 1

# FUNDAMENTOS DOS PROJETOS CULTURAIS

*Conceitos, agentes, territórios, fontes de financiamento  
e cadeia de valor*



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA



# O QUE CARACTERIZA UM PROJETO CULTURAL

*Planejamento  
sistematizado, com escopo,  
prazos, orçamento e  
objetivos definidos, sempre  
orientado a uma finalidade  
pública.*

**Produção · Difusão ·  
Preservação · Formação**

| Critério     | Ação isolada                    | Projeto cultural                               |
|--------------|---------------------------------|------------------------------------------------|
| Planejamento | Pontual, informal               | Em etapas: pré, produção, pós                  |
| Finalidade   | Desejo momentâneo ou comercial  | Interesse cultural, social e público           |
| Recursos     | Sem prestação de contas pública | Orçamento detalhado; editais, leis, patrocínio |
| Mensuração   | Sem indicadores formais         | Metas acompanhadas e comprovadas               |

# OS QUATRO PILARES DO PROJETO

## 1 Produto cultural

A entrega concreta: livro, espetáculo, festival, álbum, exposição, série de oficinas.

## 2 Impacto

Transformações geradas: formação, renda e emprego, fortalecimento simbólico, democratização.

## 3 Território

Não só o endereço: o contexto social, econômico e cultural em que a proposta se insere.

## 4 Acesso

Acessibilidade física e atitudinal, econômica (gratuidade, preço popular) e comunicacional.

*O produto é a entrega; o acesso e o impacto no território justificam a finalidade pública.*

# AS 5 PERGUNTAS MÁGICAS

O quê?

Objeto. Produto cultural e atividades principais

Por quê?

Justificativa baseada nas necessidades do território

Para quem?

Público-alvo e estratégias de mediação

Quanto?

Escala do orçamento

Quem?

Equipe responsável

# AGENTES DO SETOR CULTURAL

## Proponente

Responsável legal (PF ou PJ).  
Garante as obrigações contratuais.

## Artistas e criadores

Concepção estética, linguagem e conteúdo: dão identidade à proposta.

## Produtores e técnica

Gestão, montagem, som, luz e logística: viabilidade operacional.

## Instituições

Espaços, escolas, centros comunitários: abrigo, estrutura e mediação local.

## Patrocinadores

Empresas, fundos e órgãos que aportam recursos ou bens.

## Comunidades

Moradores e grupos locais: validam a relevância e participam.

# PÚBLICOS E TERRITÓRIOS

## Público direto

Participa ativamente: espectadores, alunos de oficina, visitantes.

## Público indireto

Impactado pelos desdobramentos: entorno, leitores de catálogos, transmissões.

## Território geográfico

Infraestrutura, transporte, segurança e adequação do local.

## Território simbólico

Identidade, memória, saberes e práticas da comunidade.

*Conheça o perfil (idade, escolaridade, moradia, acessibilidade). Sem infraestrutura, o projeto prevê custos extras; alinhado às vocações locais, ganha relevância e parcerias.*

# POLÍTICAS CULTURAIS E FOMENTO PÚBLICO

**Fomento direto** O Estado repassa recursos ao proponente: editais e fundos.

**Fomento indireto** O Estado renuncia a impostos para empresas patrocinarem: leis de incentivo.

| Mecanismo                | Origem e acesso                                          | Perfil ideal                                             |
|--------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Editais públicos</b>  | Orçamento público; concurso com análise de mérito        | Comunitários, pesquisa, formação; pequeno e médio porte  |
| <b>Fundos de cultura</b> | Recursos da área; seleção contínua ou edital (ex.: FNC)  | Ações contínuas, manutenção de espaços, difusão regional |
| <b>Leis de incentivo</b> | Renúncia de IR, ICMS ou ISS; aprovação e depois captação | Grande porte, festivais, circulação com visibilidade     |

# RECURSOS PRIVADOS E ESCOLHA DA FONTE

CROWDFUNDING: ARRECADA, VALIDA A IDEIA E FORMA PÚBLICO

## Patrocínio direto

Recursos próprios da empresa, sem renúncia fiscal. Foco em imagem e marca; exige proposta comercial e contrapartidas.

## Tudo ou nada

Só recebe se bater a meta; senão, devolve.

## Flexível

Fica com o valor arrecadado, mesmo abaixo da meta.

## Contínuo

Assinatura mensal para entregas recorrentes.

## Pesquisa em comunidade local

baixo custo, alto impacto → edital municipal ou fundo

## Festival com transmissão nacional

alto custo, visibilidade → lei de incentivo + patrocínio

*Na escolha, pese exigências formais, tempo de captação e tipo de contrapartida.*

# A CADEIA DE VALOR CULTURAL

## Criação

Pesquisa, concepção, escrita, dramaturgia, ensaios iniciais

### Exemplo

*Texto de uma peça ou arranjo de um álbum*

## Produção

Recursos, equipe, gravação, montagem e infraestrutura

### Exemplo

*Locação de equipamentos, cenografia, cachês*

## Circulação

Distribuição, exibição, publicação, turnês, difusão digital

### Exemplo

*Espectáculo em praças de três municípios*

## Formação de público

Ações educativas, oficinas, mediação e debates

### Exemplo

*Oficina de apreciação teatral na rede pública*

# IMPACTO E JUSTIFICATIVA

## Artístico

Linguagens, aperfeiçoamento técnico, inovação, memória e patrimônio imaterial.

## Econômico

Empregos, economia local movimentada, remuneração justa.

## Social

Vínculos, diversidade, acesso democrático, inclusão.

## PARA A JUSTIFICATIVA, CONECTE PRODUÇÃO E EFEITO NO TERRITÓRIO

- 1 Mapeie recursos locais** contrate fornecedores do território
- 2 Desenhe mediação** vincule apresentações a oficinas e conversas
- 3 Evidencie indicadores** profissionais locais, alunos atendidos, diversidade do público

## PARTE 2

# CONCEPÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DA PROPOSTA

*Diagnóstico, objetivos, justificativa, metodologia,  
acessibilidade e plano de trabalho*



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA



# DIAGNÓSTICO: O QUE E ONDE INVESTIGAR

## Infraestrutura

Equipamentos culturais públicos e privados.

## Acesso e circulação

Programação, preço, transporte.

## Atividade artística

Artistas, coletivos, mestres, produtores.

## Perfil do público

Idade, escolaridade, renda.

## Histórico e memória

Tradições e identidades locais.

## Barreiras

Físicas, geográficas, econômicas, simbólicas.

## FONTES

IBGE e secretarias

Mapeamentos culturais

Escuta direta

Visitas de campo

# CAUSAS, PROBLEMA CENTRAL E EFEITOS

## Causas

Escassez de espaços estruturados no bairro; ausência de oficinas de formação técnica em teatro; falta de recursos para manter acervos.

## Problema central

Concentração da oferta de espetáculos no centro da cidade: pouca fruição e formação técnica em teatro para jovens da periferia norte.

## Efeitos

Esvaziamento dos espaços comunitários; baixa formação de novo público; descontinuidade das trajetórias de jovens artistas periféricos.

*O diagnóstico não serve para dizer que a cultura é importante, mas para provar uma demanda real e delimitada no território.*

# DA MATRIZ AO TEXTO DO DIAGNÓSTICO

| Dimensão        | Situação atual                                | Direcionamento da proposta                       |
|-----------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Formação</b> | Artistas sem domínio de ferramentas de gestão | Oficinas gratuitas de gestão e produção cultural |
| <b>Difusão</b>  | Só 5% dos eventos na zona rural               | Mostra itinerante nas comunidades rurais         |
| <b>Memória</b>  | Mestres sem registro audiovisual              | Documentário e acervo digital com depoimentos    |

## NA REDAÇÃO

### Território

Delimite e contextualize.

### Demanda

Comprove com dados.

### Sujeitos

Quem é impactado e como.

### Solução

Que oportunidades se abrem.

# OBJETIVOS, METAS, ENTREGAS E RESULTADOS

| Componente                          | Exemplo                                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Objetivo geral · o que transformar  | Preservar a memória do samba de terreiro no bairro           |
| Objetivos específicos · os caminhos | Mapear mestres; oficinas de percussão; registrar depoimentos |
| Meta · quanto, quando, onde         | Capacitar 40 jovens em 12 oficinas gratuitas em 3 meses      |
| Entrega · o que é produzido         | 1 documentário de 45 min e 1 e-book com ISBN                 |
| Resultado · efeito no público       | Mais interesse pela tradição; acervo comunitário ampliado    |

Quantidade

+

Objeto / ação

+

Público-alvo

+

Período / local

# DO PROBLEMA AO RESULTADO

|                |                                                                              |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Problema       | Baixo acesso de estudantes da rede pública ao teatro no município X          |
| Objetivo geral | Ampliar a formação de plateia e a fruição teatral desses estudantes          |
| Específico     | Circular espetáculo infantil em escolas rurais                               |
| Meta           | 10 apresentações gratuitas para 1.500 estudantes de 5 escolas no 2º semestre |
| Entrega        | 10 sessões e 1.500 mediações pedagógicas impressas                           |
| Resultado      | Teatro na rotina escolar; repertório cultural ampliado                       |

*Teste de rastreabilidade: toda meta tem atividade no cronograma e rubrica no orçamento.*

# JUSTIFICATIVA E METODOLOGIA

## JUSTIFICATIVA: POR QUE FAZER

### Relevância

Valor e originalidade.

### Demanda

Dados do território.

### Adequação

Formato certo para o público.

### Impacto

Mudanças concretas.

## METODOLOGIA: COMO FAZER

### Pré-produção

Equipe, pautas, materiais, espaços

### Produção

Montagem, oficinas,  
apresentações, mediação

### Pós-produção

Desmontagem, pagamentos,  
clipping, relatórios

*Evite “a região carece de cultura”: use evidências concretas do território.*

# ACESSIBILIDADE DESDE O PLANEJAMENTO

## Arquitetônica

Rampas, banheiros adaptados, assentos reservados, rotas táteis.

### Na prática

*Vistoria prévia, rampas provisórias, espaço na 1ª fileira.*

## Comunicacional e sensorial

Libras, audiodescrição, legendagem (LSF), Braille, mediação tátil.

### Na prática

*Dois intérpretes de Libras; audiodescrição e visita tátil ao cenário.*

## Atitudinal

Acolhimento e letramento da equipe para públicos diversos.

### Na prática

*Equipe preparada para pessoas neurodivergentes ou com deficiência intelectual.*

*Só é efetiva quando orçada, contratada e divulgada com a mesma prioridade da atração principal.*

# PLANO DE TRABALHO E ALINHAMENTO AO EDITAL

| Objetivo específico     | Atividade                         | Responsável       | Comprovante                    |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| <b>Formação técnica</b> | 4 oficinas de cenografia          | Coord. pedagógico | Listas, fotos, certificados    |
| <b>Difusão local</b>    | 2 sessões gratuitas do espetáculo | Dir. de produção  | Vídeo, clipping, relatório     |
| <b>Acessibilidade</b>   | Libras nas apresentações          | Prod. executivo   | Notas fiscais, fotos, gravação |

## Vocabulário

Use os termos do regulamento.

## Escopo

Metas dentro dos limites permitidos.

## Contrapartidas

Diga onde e como serão cumpridas.

## PARTE 3

# EDITAIS, ORÇAMENTO E CRONOGRAMA

*Leitura estratégica, planilha orçamentária, fluxo de  
caixa e envio da inscrição*



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE  
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA  
CULTURA



# LEITURA ESTRATÉGICA DE EDITAIS

*O edital é o contrato de adesão da chamada pública: um único requisito descumprido inabilita a proposta.*

## Perfil do proponente

CNAE, tempo de CNPJ,  
residência no município.

## Regularidade fiscal

Certidões negativas; contas  
anteriores em dia.

## Limites de submissão

Quantos projetos e categorias  
por proponente.

## CRITÉRIOS DE SELEÇÃO: ONDE ESTÃO OS PONTOS

### Objetivos

ajuste a justificativa à missão do  
financiador

### Pontuação

detalhe mais as seções de maior  
peso

### Ações afirmativas

comprove os requisitos do bônus

# REGRAS DE ORÇAMENTO E DE PRAZO NO EDITAL

## Regras orçamentárias

**Tetos por rubrica:** limites percentuais para cachês, divulgação, captação, administração

**Itens vedados:** bens permanentes, obras, servidores públicos, multas e juros

**Contrapartidas:** recursos próprios, apoio de terceiros ou ações gratuitas obrigatórias

## Prazos

**Envio:** data, horário, fuso da plataforma e tempo para emitir certidões

**Execução:** a realização deve caber inteira na janela oficial

**Recursos:** prazos para contestar inabilitação ou nota

**Prestação de contas:** notas, extratos e relatórios exigidos

# VALE A PENA CONCORRER? GO / NO-GO

## 1 Elegibilidade

O proponente atende 100% dos requisitos de CNPJ/CPF, tempo de atuação e regularidade fiscal?

## 2 Cronograma

O projeto pode ser executado e finalizado dentro do prazo do regulamento?

## 3 Orçamento

O valor máximo do edital cobre os custos essenciais com qualidade técnica?

## 4 Capacidade operacional

A equipe tem tempo e documentação para reunir todos os anexos até a data limite?

*Um “não” sem tempo de adequação = No-Go. Redirecione a proposta para oportunidades mais alinhadas.*

# ORÇAMENTO: LIMITES E CATEGORIAS

**Antes de cotar:** teto total, percentual por categoria e itens vedados. Ex.: divulgação limitada a 15% de R\$ 100.000,00 = no máximo R\$ 15.000,00.

## Recursos humanos

Coordenação, técnicos, artistas ·  
mês, cachê, diária

## Serviços de terceiros

Espaço, luz e som, cenografia,  
Libras · diária, serviço

## Materiais e consumo

Insumos, escritório, alimentação ·  
unidade, pacote

## Comunicação

Design, impressos,  
impulsionamento · serviço, milhar

## Logística

Passagens, frete, hospedagem ·  
trecho, diária

## Impostos e taxas

Ecad, licenças, seguros, tarifas ·  
verba, taxa

# MEMÓRIA DE CÁLCULO E IMPOSTOS

Quantidade

×

Frequência

×

Valor unitário

=

Total da rubrica

## Técnicos de som

2 profissionais × 4 diárias × R\$ 500,00

**= R\$ 4.000,00**

## Mínimo de 3 cotações

Para artistas e técnicos, tabela de sindicato (SATED) ou notas de cachês anteriores.

**PJ** o valor bruto da nota cobre a tributação da empresa

**RPA** preveja encargos; INSS patronal pode somar até 20%

# JUSTIFICATIVA ORÇAMENTÁRIA

## O quê?

Especificação clara do item contratado ou adquirido.

## Por quê?

Relação com a metodologia e os objetivos.

## Como foi calculado?

Quantidade, tempo e valor de referência de mercado.

**Fraco**

*“Contratação de produtor.”*

**Consistente**

*“Contratação de 1 produtor executivo por 3 meses (R\$ 3.000,00/mês) para coordenar viagens, pautas e fornecedores locais previstos nas Metas 1 e 2.”*

# EXERCÍCIO: HOSPEDAGEM DA EQUIPE

## Cenário

Circulação de espetáculo teatral por 3 municípios.

Equipe técnica de 4 pessoas, 2 dias em cada município.

Diária cotada: R\$ 150,00 por pessoa, quarto individual.

**Diárias por pessoa**  $3 \text{ municípios} \times 2 \text{ dias} = 6$

**Total de diárias**  $4 \text{ pessoas} \times 6 = 24$

**Custo da rubrica**  $24 \times \text{R\$ } 150,00 = \text{R\$ } 3.600,00$

*Justificativa: hospedagem da equipe técnica (4 profissionais) em 3 municípios, 24 diárias a R\$ 150,00 conforme cotação média de hotéis locais, cobrindo montagem e apresentação.*

# CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

**Execução física** acompanha as entregas

**Execução financeira** acompanha o dinheiro no caixa

| Etapa / rubrica                         | Mês 1    | Mês 2     | Mês 3     | Total     |
|-----------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Pré-produção: coordenação e licenças    | 5.000,00 | 2.500,00  | 0,00      | 7.500,00  |
| Produção: cachês e equipe técnica       | 2.000,00 | 10.000,00 | 8.000,00  | 20.000,00 |
| Divulgação: impressos e impulsionamento | 0,00     | 3.000,00  | 1.000,00  | 4.000,00  |
| Pós-produção: contabilidade e relatório | 0,00     | 0,00      | 3.500,00  | 3.500,00  |
| Desembolso mensal (R\$)                 | 7.000,00 | 15.500,00 | 12.500,00 | 35.000,00 |

# FLUXO DE CAIXA E REGRAS DO FINANCIADOR

Saldo anterior

+

Entradas

-

Desembolsos

=

Saldo acumulado

Mês 1 0 + 20.000 - 7.000

**R\$ 13.000,00**

*Saldo positivo*

Mês 2 13.000 + 0 - 15.500

**- R\$ 2.500,00**

*Déficit: renegocie prazos ou parcelas*

## Vigência

Nada antes da aprovação e da conta vinculada.

## Parcelas

Tempo para aprovar relatórios parciais.

## Prestação de contas

Pós-produção dentro da vigência.

# INSCRIÇÃO: DOCUMENTOS, COERÊNCIA E ENVIO

## Documentos

**Proponente:** dados jurídicos e certidões negativas

**Equipe:** cartas de anuência

**Mérito:** portfólio e currículos

**Legalidade:** declarações obrigatórias

## Coerência interna

**Texto x orçamento:** tudo citado tem rubrica

**Orçamento x cronograma:** desembolso segue as etapas

**Números:** idênticos em todas as seções

## Antes de enviar

- PDFs legíveis, sem senha, no limite de MB
- Assinaturas válidas e no prazo
- Links testados em aba anônima
- Textos revisados fora da plataforma
- Protocolo de envio guardado

## PARTE 4

# GESTÃO DA EXECUÇÃO DO PROJETO

*Equipe, contratações, controle de prazos e custos, riscos  
e comunicação com o público*



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA



# EQUIPE E RESPONSABILIDADES

## Funções essenciais

**Coordenação geral:** supervisão, financiadores, imprevistos

**Produção executiva:** logística, pautas, montagem

**Comunicação:** identidade, imprensa, marcas

**Gestão financeira:** pagamentos, impostos, notas

**Fornecedores:** serviços conforme contrato

R

**Responsável**  
executa

A

**Aprovador**  
valida (só um)

C

**Consultado**  
orienta

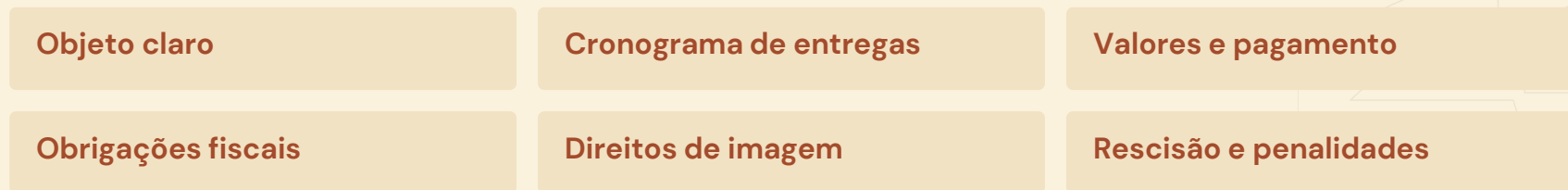
I

**Informado**  
acompanha

# CONTRATAÇÕES E CONTRATOS



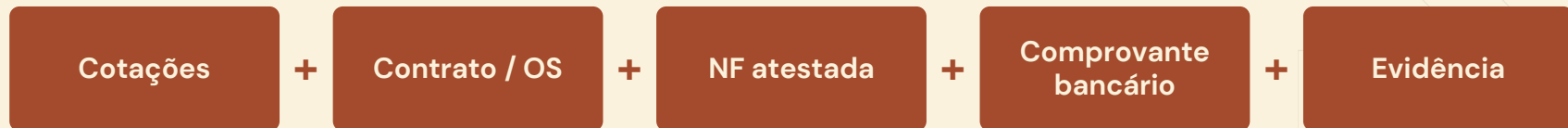
## O CONTRATO PRECISA TER



*Menor preço não escolhido? Justifique (inexigibilidade ou notória especialização). Verifique a regularidade fiscal antes da ordem de serviço.*

# ATESTO E COMPROVAÇÃO DE ENTREGAS

## PROCESSO DE COMPROVAÇÃO



### Serviços imateriais

Curadoria, produção executiva, assessoria de imprensa ou design: a nota fiscal vai acompanhada de relatório de atividades ou evidências concretas (clipping, fotos, listas de presença, artes produzidas).

*Essa documentação integra o relatório final entregue ao patrocinador ou órgão de fomento.*

# CONTROLE E REMANEJAMENTOS

## Planilha físico-financeira

Status, datas reais, orçamento × gasto.

## Mapa de riscos

Pontos críticos e respostas.

## Diário de bordo

Ocorrências e decisões.

| Ajuste             | Quando                                                 | O que fazer                         |
|--------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Simples</b>     | Entre rubricas, dentro do limite do edital (10% a 20%) | Registrar e justificar no relatório |
| <b>Estrutural</b>  | Acima do limite ou rubrica nova                        | Autorização prévia do financiador   |
| <b>Valor total</b> | Muda o montante aprovado                               | Pedido formal de aditivo            |

**Nunca pague acima do limite sem aprovação formal.**

# IMPREVISTOS E PEDIDOS DE ALTERAÇÃO



## PEDIDO FORMAL (MUDANÇA DE ESCOPO, LOCAL, DATAS OU FICHA TÉCNICA)

- 1 Prazo** confira a antecedência exigida
- 2 Ofício** item original × alteração proposta
- 3 Justificativa e anexos** qualidade e metas mantidas; cotações, anuências, novo cronograma
- 4 Aguarde** só pague após parecer favorável ou aditivo

# EXERCÍCIO: O FRETE FICOU MAIS CARO

## Cenário

Circulação teatral. O fornecedor do transporte de cenário pede 15% a mais que o aprovado na rubrica, por alta dos combustíveis.

*A viagem é daqui a 20 dias.*

1

**Consulte o limite** de remanejamento automático do edital.

2

**Dentro do limite?** Remaneje de outra rubrica e registre a justificativa.

3

**Exige autorização?** Protocole o pedido com nova cotação e justificativa.

4

**Resposta não sai a tempo?** Busque fornecedores no valor original.

# COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

## REGRAS DE MARCA DOS FINANCIADORES

### Área de proteção

espaço livre ao redor do logo

### Proporção

tamanho relativo das marcas

### Fundos

versão certa para cada cor

### Ordem

realização, patrocínio, apoio

## PLANO DE DIVULGAÇÃO

### Pré-lançamento

Institucional, inscrições, imprensa

### Tração

Anúncios, cartazes, rádio local

### Realização

Cobertura ao vivo, lembretes

### Pós-evento

Agradecimentos, métricas, catálogo

**Aprovação do financiador por e-mail antes de imprimir ou publicar.**

# PÚBLICO, IMAGEM E DADOS

| Formato               | Como registrar                                                          |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Oficinas e cursos     | Lista de presença com nome, CPF/e-mail e assinatura diária              |
| Espectáculos fechados | Bilheteria, ingressos recolhidos, borderô                               |
| Praça pública         | Amostragem ou densidade por m <sup>2</sup> ; laudo da segurança pública |
| Ações digitais        | Relatórios das plataformas, capturas com data                           |

|                    |                        |                              |      |
|--------------------|------------------------|------------------------------|------|
| Avisos de filmagem | Termos de imagem e voz | Autorização dos responsáveis | LGPD |
|--------------------|------------------------|------------------------------|------|

*Fotos abertas com plateia, estrutura e banners com as marcas comprovam público e realização.*

## PARTE 5

# PRESTAÇÃO DE CONTAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

*Documentos fiscais, relatório de execução, avaliação de metas e guarda documental*



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA



# DUAS FRENTES E TRÊS PRINCÍPIOS

## Prestação financeira

*Como o dinheiro foi investido*

Notas, recibos, comprovantes, contratos, extratos

## Relatório de execução

*O que foi entregue*

Listas de presença, fotos, vídeos, clipping

## Transparência

Informação clara e completa.

## Rastreabilidade

Cada despesa ligada a uma ação.

## Conformidade

Execução fiel ao edital e à lei.

Organize os documentos desde o primeiro dia de execução.

# DOCUMENTOS FISCAIS E DOSSIÊ DA DESPESA

## Nota fiscal

PJ e MEI; descrição clara e dados do projeto.

## RPA

Pessoa física; INSS, IRRF e ISS recolhidos.

## Contrato

Serviços continuados ou de alto valor.

## Pagamento

TED, Pix, boleto pela conta do projeto. Sem dinheiro vivo.

## Extrato

Toda a vigência da conta vinculada.

## Cotações

Menor preço ou justificativa.

**Rubrica 2.4 · Técnico de Som · João da Silva Som MEI · NF 089 · R\$ 2.500,00 · 15/10/2026**

*Emissão dentro da vigência; valor da nota = valor debitado*

# ARQUIVO FINANCEIRO EM CONFORMIDADE

## Como organizar

**Nomenclatura:** Rubrica\_1.2\_NF\_GraficaCentral.pdf

**Conciliação mensal:** cada débito com nota e comprovante

**Retenções:** guia paga (DARF, GPS, DAM) anexada

**Extrato comentado:** cada débito com sua rubrica

## Checklist de auditoria

- CNPJ/CPF do pagamento = da nota
- Valor debitado = valor líquido
- Descrição sem ambiguidade
- N° do projeto na nota
- Cotações anexadas
- Só a conta vinculada
- Tudo legível, em PDF

# RELATÓRIO DE EXECUÇÃO E EVIDÊNCIAS

## Estrutura

- Identificação do projeto
- Resumo executivo
- Metas: aprovado × realizado
- Atividades por etapa
- Público e alcance
- Alterações aprovadas
- Anexo de evidências

| Entrega             | Evidências                                         |
|---------------------|----------------------------------------------------|
| Eventos presenciais | Fotos com público, estrutura e marcas; clipping    |
| Ações formativas    | Listas assinadas em cada dia de aula; relatórios   |
| Produtos físicos    | Exemplares, ISBN/ISRC, chancela dos patrocinadores |
| Ações digitais      | Links permanentes, analytics, capturas com data    |

# ACESSIBILIDADE, AUTORIZAÇÕES E ALTERAÇÕES

## Comprove

- Libras, audiodescrição e Braille em fotos e vídeos
- Rampas, banheiros e espaços reservados
- Perfil do público, se o edital pedir

## Autorize

- Termos de imagem; menores com aval dos responsáveis (ECA)
- ECAD, SBAT e cessões de direitos
- Recibos de doações às instituições

*Não omita alterações: crie o tópico “Histórico de Ocorrências e Adequações”, com pedidos e aprovações anexados.*

# AVALIAÇÃO DE METAS E DILIGÊNCIAS

## Cumpridas

Organize as evidências.

## Parciais

Justificativa técnica e orçamentária.

## Não cumpridas

Pode haver devolução e sanções.

## DILIGÊNCIA RECEBIDA? RESPONDA ASSIM

### Prazo

Perder pode rejeitar as contas.

### Foco

Só o que foi pedido.

### Anexos

Identificados por item ou rubrica.

### Carta

Cortês, objetiva, assinada.

*Cada despesa precisa se ligar a uma meta comprovada: cachê ↔ lista de presença, locação ↔ fotos da estrutura, divulgação ↔ clipping.*

# GUARDA DOCUMENTAL E ENCERRAMENTO

## 5 a 10

anos de guarda dos originais,  
conforme a fonte. Físico e digital,  
com backup.

1

**Encerre a conta**  
extrato zerado

4

**Emita o relatório final**  
com anexos

2

**Consolide o orçamento**  
aprovado × executado

5

**Protocole**  
no prazo, no sistema oficial

3

**Reúna contrapartidas**  
acessibilidade e acesso

6

**Arquive**  
pelo prazo legal

# OBRIGADO



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE  
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL  
ALDIR BLANC  
DE FOMENTO À CULTURA

MINISTÉRIO DA  
CULTURA

