MANUAL ROUANET

Elaborando Projetos Culturais com o Método GPC

Um guia prático e objetivo para planejar, elaborar e enviar projetos culturais de forma estratégica, segura e alinhada à legislação vigente.



PÉRICLES SOBRINHO

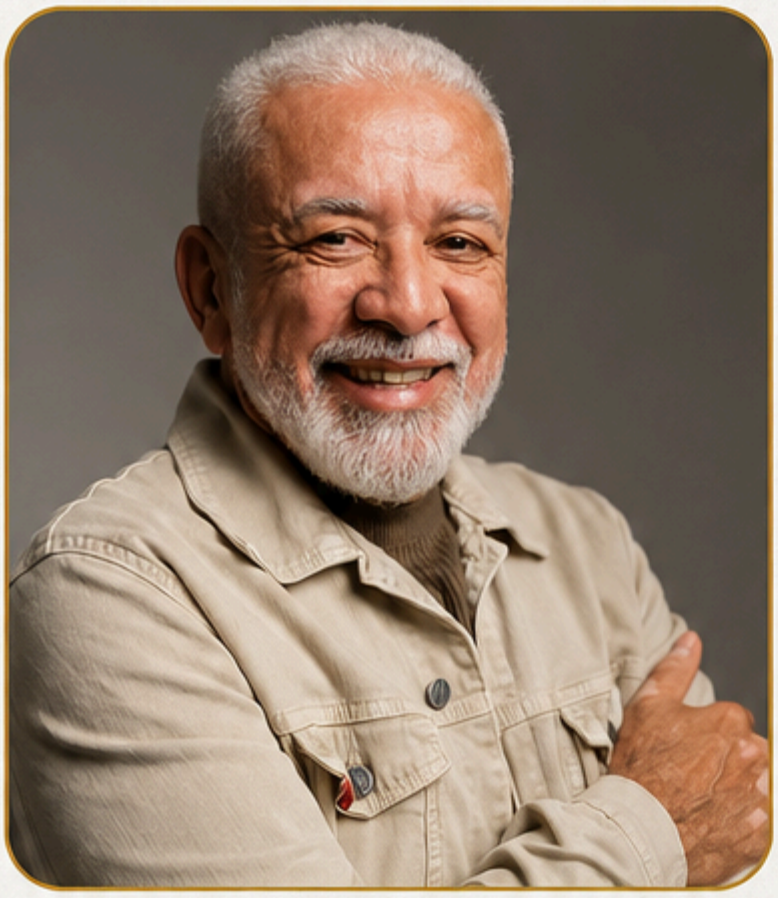
Especialista em Projetos Culturais
Criador do Método GPC

BASEADO EM:

- Lei Federal nº 8.313/1991 (Lei Rouanet)
- Decreto Federal nº 11.453/2023
- Manual do Proponente – Ministério da Cultura
- Instrução Normativa MinC nº 29/2026

1ª EDIÇÃO
2026

SOBRE O AUTOR



PÉRICLES SOBRINHO

Especialista em Projetos Culturais
Criador do Método GPC

Péricles Sobrinho é gestor de projetos culturais, especialista em projetos incentivados e criador do Método GPC.

Atua na elaboração, estruturação e gestão de projetos culturais financiados por mecanismos de incentivo fiscal e editais públicos, auxiliando artistas, produtores culturais, instituições e empresas na transformação de ideias em projetos viáveis, bem estruturados e aptos à captação de recursos.

Ao longo de sua trajetória, desenvolveu uma metodologia prática de elaboração de projetos, baseada na legislação vigente e na experiência adquirida em centenas de propostas analisadas e desenvolvidas.

Neste manual, reúne os principais fundamentos da Lei Rouanet em uma linguagem simples, objetiva e aplicada, permitindo que qualquer proponente compreenda o processo de elaboração de um projeto cultural de forma segura e organizada.

AVISO LEGAL

Este manual possui finalidade exclusivamente educacional.
Não substitui a leitura da Lei nº 8.313/1991, do Decreto nº 11.453/2023, da Instrução Normativa MinC nº 29/2026 e dos demais normativos aplicáveis.

Sempre que houver alteração na legislação, prevalecerão as normas oficiais publicadas pelo Ministério da Cultura.



COMPREENDENDO A LEI ROUANET



1.2 CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Entenda os principais conceitos para começar a elaborar e captar recursos para seu projeto cultural com segurança.

1 O QUE É O PRONAC?

O Programa Nacional de Apoio à Cultura (**PRONAC**) foi instituído pela Lei Rouanet e reúne os mecanismos destinados ao fomento da cultura no Brasil.

É por meio dele que os projetos culturais são apresentados, analisados, aprovados e acompanhados pelo Ministério da Cultura.

2 QUEM PODE SER PROPONENTE?

Podem apresentar projetos culturais pessoas físicas e pessoas jurídicas que atendam aos requisitos da legislação vigente.

As propostas são cadastradas no **SALIC**, sistema oficial do Ministério da Cultura.

3 QUEM PODE INCENTIVAR?

Podem incentivar projetos culturais pessoas físicas e jurídicas tributadas pelo Lucro Real.

O incentivo é feito utilizando parte do Imposto de Renda devido, conforme os percentuais previstos na legislação.

4 COMO FUNCIONA A CAPTAÇÃO?

Após a aprovação do projeto pelo Ministério da Cultura, o proponente está autorizado a buscar patrocinadores ou doadores.

Os recursos captados são depositados em conta específica do projeto e podem ser utilizados exclusivamente para a execução da proposta aprovada.

MÉTODO GPC

A aprovação não garante a captação.

Um projeto aprovado somente se transforma em realidade quando consegue convencer patrocinadores a investir nele.

Por isso, durante toda a elaboração da proposta, pense em uma pergunta:

> *"Por que uma empresa escolheria patrocinar este projeto e não outro?"*

Essa mudança de perspectiva faz toda a diferença na qualidade da proposta.

BASE LEGAL

- **Lei nº 8.313/1991** – Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC).
- **Instrução Normativa MinC nº 29/2026** – Dispõe sobre a apresentação de propostas, cadastro de proponentes, análise, aprovação, captação, execução e prestação de contas dos projetos culturais.

CAPÍTULO 2

Planejamento Estratégico

Transformando uma ideia em um projeto cultural

> Todo projeto bem-sucedido começa muito antes do preenchimento do SALIC. Ele nasce de uma ideia bem estruturada, de objetivos claros e de um planejamento consistente.

Neste capítulo você aprenderá como organizar sua proposta antes de iniciar o cadastro no sistema, utilizando o **Método GPC** para transformar uma ideia em um projeto cultural viável, relevante e atrativo para patrocinadores.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER

2.1 Como transformar uma ideia em projeto cultural

2.2 Utilizando o Método GPC para estruturar a proposta antes da escrita





> Projetos de sucesso não são escritos por acaso. Eles são planejados.

2.1 COMO TRANSFORMAR UMA IDEIA EM PROJETO CULTURAL



Um projeto cultural é organizar, de forma estruturada, aquilo que você já sabe fazer e transformá-lo em uma proposta capaz de gerar valor para a sociedade.

Talvez você já realize oficinas, apresentações, festivais, exposições, cursos, rodas de conversa, gravações, pesquisas ou outras atividades culturais. O projeto não cria essas ações. Ele apenas organiza essas atividades, demonstra sua relevância e apresenta ao patrocinador os recursos necessários para que elas possam acontecer com qualidade e alcance.

Por isso, elaborar um projeto cultural não significa apenas pensar quanto vai custar. Significa, principalmente, pensar **o que será entregue** à sociedade.

DICA GPC

Não comece pelo orçamento.

Comece imaginando o projeto pronto. Visualize as atividades acontecendo, as pessoas participando e os resultados sendo alcançados.

Depois identifique tudo o que será necessário para transformar essa visão em realidade.

O orçamento será apenas a consequência desse planejamento.

EXERCÍCIO

Antes de seguir para o **Método GPC**, responda às cinco perguntas desta página. Se você conseguir respondê-las com clareza, já terá dado o primeiro passo para transformar sua ideia em um projeto cultural consistente.

AS CINCO PERGUNTAS QUE TODO PROJETO PRECISA RESPONDER

1. **O QUE SERÁ FEITO?**
   Descreva as atividades, ações, produtos ou serviços culturais que serão realizados.

2. **ONDE SERÁ REALIZADO?**
   Informe o local ou os municípios onde o projeto acontecerá.

3. **PARA QUEM SERÁ REALIZADO?**
   Defina claramente o público beneficiado e quem participará das atividades.

4. **O QUE SERÁ NECESSÁRIO PARA REALIZAR O PROJETO?**
   Liste a estrutura, equipe, materiais, equipamentos, serviços e demais recursos indispensáveis para transformar a ideia em realidade.

5. **QUE BENEFÍCIOS O PROJETO PODE OFERECER ALÉM DA SUA ATIVIDADE PRINCIPAL?**
   Pense em ações que ampliem o impacto social do projeto, como oficinas gratuitas, apresentações abertas, palestras, ações educativas, formação de público ou outras iniciativas de interesse público.

> **PENSAR EM UM PROJETO CULTURAL É PENSAR EM ENTREGA, IMPACTO E TRANSFORMAÇÃO. NÃO É APENAS PENSAR EM CUSTOS.**

2.2 APLICANDO O MÉTODO GPC

MÉTODO GPC
Uma metodologia simples e prática para transformar sua ideia em um projeto cultural relevante, acessível e com impacto duradouro.

Um projeto cultural de sucesso passa por **três etapas fundamentais.**

1 GERAR

Transforme aquilo que você já faz em um projeto cultural.

Antes de pensar em planilhas ou formulários, organize sua ideia utilizando verbos de ação.

Comece perguntando:

O que será realizado?

EXEMPLOS DE VERBOS DE AÇÃO

- Realizar um festival.
- Produzir um documentário.
- Apresentar um espetáculo.
- Promover uma exposição.
- Ministrar oficinas.
- Publicar um livro.
- Gravar um álbum.
- Desenvolver um podcast.

Quanto mais claro estiver o verbo principal, mais fácil será construir todo o restante do projeto.

2 POTENCIALIZAR

Faça seu projeto gerar ainda mais valor.

Agora pense em elementos que aumentem a relevância da proposta.

Pergunte-se:

Como posso ampliar o impacto do projeto?

EXEMPLOS DE COMO POTENCIALIZAR

- Medidas de acessibilidade
- Democratização do acesso
- Diversidade da equipe
- Diversidade do público
- Ações educativas
- Sustentabilidade
- Comunicação digital
- Contrapartidas sociais

Esses elementos fortalecem a proposta e demonstram compromisso com o interesse público.

3 CATALISAR

Faça o projeto continuar gerando resultados.

Um bom projeto não termina quando o evento acaba. Pense em entregas permanentes.

EXEMPLOS DE COMO CATALISAR

- Registro audiovisual
- Site oficial do projeto
- Redes sociais
- Mini documentário
- Cartilhas e materiais educativos
- Doação de livros para bibliotecas
- Doações para escolas
- Doações para associações
- Acervo digital gratuito

Quanto maior o legado, maior será o impacto cultural do projeto.

RESUMINDO O MÉTODO GPC

GERAR cria o projeto.

POTENCIALIZAR aumenta seu valor.

CATALISAR amplia seu legado.

Ao aplicar o **Método GPC**, seu projeto se torna mais completo, relevante e atrativo para patrocinadores e para a sociedade.

Cadastro no SALIC

O SALIC (Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura) é a plataforma oficial do Ministério da Cultura utilizada para apresentação, acompanhamento e gestão dos projetos culturais incentivados.

Antes de elaborar um projeto, é necessário criar um usuário no sistema e realizar o cadastro do proponente.

3.1 CADASTRO DE USUÁRIO

Você pode acessar o SALIC de duas formas:

1. Acesse o portal do SALIC: **https://salic.cultura.gov.br**
2. Você pode acessar utilizando sua conta Gov.br.

OU Caso opte por não usar o acesso pelo Gov.br, o proponente deve se cadastrar como usuário no Salic, clicando em **CADASTRAR-SE** e preencha os dados solicitados.

ATENÇÃO:
Preencha corretamente o e-mail de cadastro, visto que a senha de acesso será encaminhada para esse e-mail.

3. Confirme seu cadastro e guarde suas credenciais em local seguro.

3.2 CADASTRO DO PROPONENTE

Após acessar o sistema, será necessário realizar o cadastro do proponente, que poderá ser Pessoa Física ou Pessoa Jurídica, conforme o responsável pela apresentação do projeto.

- Preencha todas as informações solicitadas pelo sistema.
- Confira atentamente os dados antes de concluir o cadastro.
- No caso de pessoa jurídica, verifique se os dados da instituição e de seus representantes legais estão atualizados.

MÉTODO GPC

Não espere ter um projeto pronto para criar seu cadastro no SALIC. Faça seu cadastro com antecedência e mantenha seus dados sempre atualizados. Assim, quando surgir uma oportunidade de inscrição, você poderá concentrar seus esforços na elaboração da proposta, sem perder tempo com pendências cadastrais.

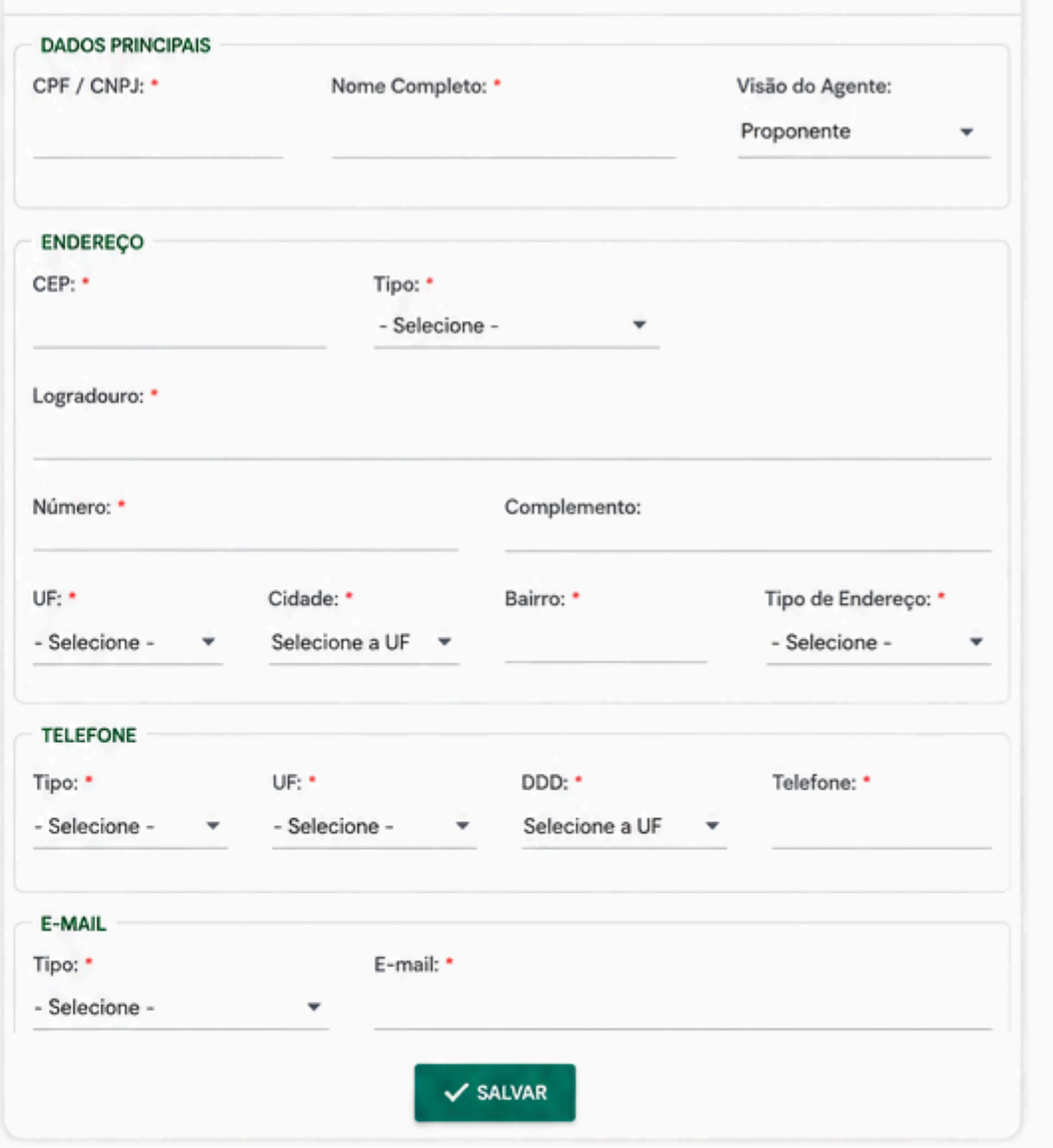
BASE LEGAL

Instrução Normativa MinC nº 29/2026
A apresentação de propostas culturais ao Ministério da Cultura é realizada por meio do SALIC, mediante cadastro prévio do usuário e do proponente, observadas as exigências da Instrução Normativa vigente.

1 TELA INICIAL DO SALIC



2 TELA DE CADASTRO DO PROPONENTE



DICA GPC

Mantenha todos os dados cadastrais sempre atualizados para evitar problemas na aprovação do projeto.

O portfólio comprova a experiência do proponente na área cultural e fortalece a credibilidade do projeto apresentado.

3.3 PORTFÓLIO

O portfólio é o conjunto de documentos que demonstra a experiência e a capacidade técnica do proponente para executar o projeto cultural.

Ele permite ao Ministério da Cultura conhecer o histórico de atuação do proponente e verificar sua experiência na área cultural.



3.4 DISPENSA DE PORTFÓLIO

Conforme § 5º do art. 4º da IN MinC nº 29/2026, o proponente que apresentar seu primeiro projeto ao PRONAC estará dispensado da comprovação de atuação na área cultural, desde que o valor total do projeto seja de até **R$ 200.000,00** (duzentos mil reais).

Dispensa de Portfólio

- Primeiro projeto no PRONAC
- Valor total de até **R$ 200.000,00**

Nesses casos, basta cadastrar a proposta no SALIC, sem anexar qualquer documento na aba "Portfólio".

ATENÇÃO:
A dispensa do portfólio não dispensa o cumprimento dos demais requisitos da proposta.
Todas as informações e documentos exigidos pelo SALIC deverão ser apresentados normalmente.

3.5 CADASTRO DO PORTFÓLIO

O portfólio deve ser cadastrado diretamente no SALIC.

- Organize os arquivos antes do envio.
- Utilize documentos legíveis, atualizados e, preferencialmente, em formato PDF.
- Evite anexar documentos repetidos ou sem relação com a atividade cultural desenvolvida.

CAMINHO NO SALIC

1. Administrativo
2. Portfólio
3. Novo Portfólio
4. Cadastrar Portfólio (preencha os campos solicitados e anexe seu portfólio)
5. Salvar

IMPORTANTE:
Após salvar, seus documentos ficarão disponíveis na aba "Portfólio" do sistema e poderão ser utilizados nas propostas.

3.6 O QUE O PORTFÓLIO DEVE CONTER?

Para comprovar sua experiência na área cultural, o portfólio deverá conter pelo menos um dos seguintes documentos:

- Folders, panfletos, cartazes ou busdoor de eventos culturais realizados pelo proponente, desde que contenham a logomarca ou nome do proponente explicitamente destacados.
- Notas fiscais ou contratos que tenham o proponente como realizador ou tomador de serviços culturais.
- Matérias de jornais ou sítios ou registros videográficos e/ou fotográficos de forma visível que citem explicitamente a realização do evento cultural, desde que contenham a logomarca ou o nome do proponente, explicitamente destacados.
- Posts de divulgação de eventos culturais em redes sociais, desde que contenham a logomarca ou o nome do proponente, explicitamente destacados.
- Atestado de capacidade técnica, comprovando a experiência e competência do proponente para executar um serviço cultural, sendo emitido e assinado por um cliente anterior (público ou privado), detalhando o serviço e o período em que foi realizado.

DICA GPC:
Sempre que possível, reúna documentos relacionados ao mesmo segmento cultural do projeto que será apresentado. Isso fortalece a demonstração da sua capacidade técnica para executar a proposta.

MÉTODO GPC
Seu portfólio deve demonstrar experiência, não quantidade. Selecione documentos que comprovem sua atuação na área cultural e estejam diretamente relacionados ao projeto que será apresentado.
Um portfólio organizado transmite mais credibilidade do que dezenas de arquivos sem contexto.

BASE LEGAL
Instrução Normativa MinC nº 29/2026
O portfólio constitui um dos instrumentos utilizados para comprovação da experiência técnico-cultural do proponente, observadas as hipóteses de dispensa previstas na regulamentação.

4.1 NOME DA PROPOSTA CULTURAL

O nome da proposta cultural é o título que identificará o seu projeto durante todo o processo de análise, aprovação, captação e execução. Por isso, ele deve ser escolhido com atenção.

A proposta deve apresentar um título curto, que seja capaz de dar uma ideia concisa e clara do que se quer realizar e fazer referência ao objeto do projeto.

No caso de eventos de ação continuada ou de datas comemorativas de calendários específicos **(Plano Anual, Carnaval, Natal etc.)**, fazer também referência ao tipo do evento no título, bem como ao **ano a que se referem.**

BOAS PRÁTICAS

- Seja claro e objetivo.
- Escolha um título fácil de memorizar.
- Utilize um nome que represente a essência do projeto.
- Evite títulos genéricos ou excessivamente longos.

ATENÇÃO

Antes de finalizar o título, faça uma pesquisa em mecanismos de busca para verificar se ele já está sendo utilizado por outro projeto ou iniciativa cultural. Isso evita confusões e contribui para a construção de uma identidade própria, conforme orienta o Manual do Proponente.

O TÍTULO DA PROPOSTA PODE:

a) **Coincidir com o nome da obra ou do evento.**

EXEMPLO:
- *Natal do Céu Iluminado de Brasília 2025*

b) **Conter o nome da obra, acrescido de uma informação que indique o objeto do projeto.**

EXEMPLO:
- *Edição do Livro Macunaíma*

c) **Indicar a edição do evento.**

EXEMPLOS:
- *II Festival Brasileiro de Circo*
- *Mostra de Cinema Brasileiro 2025*

d) **No caso de Plano Anual ou Plurianual, especificar o nome da instituição e o período correspondente.**

EXEMPLO:
- *Instituto Amigos da Cultura – Plano Trienal 2025–2027*

IMPORTANTE

Nos projetos de **Plano Anual, Bianual, Trienal ou Quadrienal,** a expressão correspondente deve constar obrigatoriamente no nome da proposta.

MÉTODO GPC

Um bom título deve ser simples, objetivo e memorável. Evite nomes muito longos ou genéricos. Sempre que possível, utilize um título que identifique claramente o projeto e fortaleça sua identidade perante analistas, patrocinadores e público.

DICA GPC

Se o projeto fizer parte de uma série ou tiver continuidade ao longo dos anos, mantenha o mesmo nome e altere apenas a edição ou o ano de realização. Isso fortalece a identidade do projeto, facilita seu reconhecimento pelo público e agrega valor à marca construída ao longo do tempo.

Essas informações formam a identidade do projeto e são a base para toda a análise da proposta.

4.2 TIPICIDADE, TIPOLOGIA E RESUMO DA PROPOSTA CULTURAL

TIPICIDADE

Neste manual trataremos exclusivamente de **PROJETOS NORMAIS.**

São considerados Projetos Normais aqueles que não se enquadram nas exceções dos limites de teto previstas nos **arts. 12, 13 e 14** da Instrução Normativa MinC nº 29/2026.

TIPOLOGIA

PROJETO NORMAL

Essa será a tipologia utilizada na grande maioria das propostas apresentadas ao Ministério da Cultura.

RESUMO DA PROPOSTA CULTURAL

O resumo é uma síntese da proposta cultural. Ele deve apresentar, de forma objetiva e clara, as principais informações do projeto, permitindo que qualquer pessoa compreenda rapidamente o que será realizado.

Um bom resumo deve responder, de forma resumida, às seguintes perguntas:

- **O que** será realizado?
- **Onde** será realizado?
- **Quando** será realizado?
- **Para quem** será realizado?
- **Qual** o principal objetivo do projeto?

Evite informações excessivamente detalhadas. O resumo deve despertar o interesse do leitor **e apresentar uma visão geral da proposta.**

EXEMPLO

O XIII Festival Iê Viva a Amazônia realizará oficinas, vivências e apresentações de capoeira nas cidades de Porto Velho (RO), Sorriso (MT) e Porto Alegre (RS), promovendo a valorização da cultura afro-brasileira, a formação cultural e o intercâmbio entre mestres, estudantes e comunidades, com ações de acessibilidade e democratização do acesso.

MÉTODO GPC

Escreva o resumo por último.

Mesmo que o campo apareça no início do formulário, deixe para preenchê-lo depois que toda a proposta estiver pronta. Assim, você conseguirá sintetizar o projeto com mais clareza e coerência.

DICA GPC

Imagine que um patrocinador terá apenas **30 segundos** para conhecer seu projeto. Se ele ler apenas o resumo, conseguirá entender a proposta e sentir interesse em continuar a leitura?

IMPORTANTE

O **resumo** é o **cartão de visitas** do seu projeto. Capriche para causar uma excelente primeira impressão!

Essas informações formam a identidade do projeto e são a base para toda a análise da proposta.

4.2 TIPICIDADE, TIPOLOGIA E RESUMO DA PROPOSTA CULTURAL

TIPICIDADE

Neste manual trataremos exclusivamente de **PROJETOS NORMAIS.**

São considerados Projetos Normais aqueles que não se enquadram nas exceções dos limites de teto previstas nos **arts. 12, 13 e 14** da Instrução Normativa MinC nº 29/2026.

TIPOLOGIA

PROJETO NORMAL

Essa será a tipologia utilizada na grande maioria das propostas apresentadas ao Ministério da Cultura.

RESUMO DA PROPOSTA CULTURAL

O resumo é uma síntese da proposta cultural. Ele deve apresentar, de forma objetiva e clara, as principais informações do projeto, permitindo que qualquer pessoa compreenda rapidamente o que será realizado.

Um bom resumo deve responder, de forma resumida, às seguintes perguntas:

- **O que** será realizado?
- **Onde** será realizado?
- **Quando** será realizado?
- **Para quem** será realizado?
- **Qual** o principal objetivo do projeto?

Atenção: Evite informações excessivamente detalhadas. O resumo deve despertar o interesse do leitor e apresentar uma visão geral da proposta.

EXEMPLO

O XIII Festival Iê Viva a Amazônia realizará oficinas, vivências e apresentações de capoeira nas cidades de Porto Velho (RO), Sorriso (MT) e Porto Alegre (RS), promovendo a valorização da cultura afro-brasileira, a formação cultural e o intercâmbio entre mestres, estudantes e comunidades, com ações de acessibilidade e democratização do acesso.

MÉTODO GPC

O resumo da proposta será a base para a construção de todo o projeto.
Procure resumir TODOS os produtos culturais em **no máximo 05 linhas**, apresentando apenas as informações essenciais da proposta.

Evite adjetivações e referências a dados que possam mudar ao longo da execução, tais como:

- Local de realização
- Período de realização
- Número de beneficiários
- Justificativa
- Número de apresentações
- Artistas envolvidos
- Valores de ingresso

Quanto mais objetivo, claro e atemporal for o resumo, mais fácil será utilizá-lo como referência para o desenvolvimento dos objetivos, das etapas, do orçamento e dos demais campos da proposta.

DICA GPC

Antes de seguir para o próximo campo, faça um teste:

> **Leia apenas o resumo da proposta. Se ele permitir que qualquer pessoa compreenda claramente o que será realizado, você está no caminho certo.**

Pense no resumo como a **"identidade"** do seu projeto. Se ele mudar completamente durante a elaboração, provavelmente a proposta perdeu o foco.

> Os objetivos definem o que será alcançado e orientam todas as ações do projeto.

4.3 OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO GERAL

O **objetivo geral** representa o propósito principal da proposta cultural. Ele deve expressar, de forma clara e objetiva, o que o projeto pretende alcançar, sintetizando sua finalidade.

Sua redação deve iniciar, preferencialmente, com um **verbo no infinitivo** e estar diretamente relacionada ao objeto da proposta.

EXEMPLOS

- Promover a valorização da capoeira como patrimônio cultural brasileiro por meio da realização do *XIII Festival Iê Viva a Amazônia*.
- Produzir e publicar a obra literária *Remanescentes – Crônicas do Universo Feminino*.
- Realizar uma mostra de cinema voltada à difusão da produção audiovisual brasileira.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos detalham as ações necessárias para atingir o objetivo geral.

Eles devem representar as principais entregas do projeto e ser redigidos com clareza, utilizando **verbos no infinitivo.**

Cada objetivo específico deve contribuir diretamente para o alcance do objetivo geral.

UTILIZE VERBOS COMO:

- Realizar
- Produzir
- Promover
- Executar
- Publicar
- Apresentar
- Capacitar
- Difundir
- Preservar
- Registrar
- Desenvolver
- Disponibilizar

EVITE VERBOS VAGOS:

- Incentivar
- Apoiar
- Favorecer
- Buscar
- Possibilitar
- Contribuir

> Sempre que possível, substitua-os por verbos que expressem uma ação concreta e mensurável.

MÉTODO GPC

OBJETIVO GERAL
É o **destino do projeto.**

Os objetivos específicos são os **caminhos** para chegar até esse destino.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
São os **caminhos** para chegar até esse destino.



Se um objetivo específico não contribuir **diretamente** para alcançar o **objetivo geral**, ele provavelmente não deve fazer parte da proposta.

DICA GPC

Antes de finalizar esta etapa, faça um teste simples:

1. Leia apenas o objetivo geral.
2. Leia cada objetivo específico.
3. Pergunte-se:

> **Se eu retirar este objetivo específico, ainda consigo alcançar o objetivo geral?**

- Se a resposta for SIM, provavelmente esse objetivo específico é desnecessário ou precisa ser reformulado.
- Se a resposta for NÃO, ele é essencial para o sucesso do projeto.

RELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS



> A justificativa comprova a relevância do projeto e sua conexão com os objetivos da Lei Rouanet.

4.4 JUSTIFICATIVA

A justificativa deve destacar os motivos para a realização do projeto e demonstrar a **necessidade da utilização do Mecanismo de Incentivo a Projetos Culturais.**

Além disso, é indispensável fundamentar a proposta na Lei nº 8.313/1991 (Lei Rouanet), indicando os dispositivos legais aos quais o projeto está vinculado.

A JUSTIFICATIVA DEVE CONTER:

1 MOTIVOS PARA REALIZAÇÃO DO PROJETO

Explique por que a proposta é necessária e qual demanda cultural pretende atender.

2 NECESSIDADE DO INCENTIVO FISCAL

Demonstre por que a execução do projeto depende da utilização dos recursos incentivados previstos na Lei Rouanet.

3 ARTIGO 1º DA LEI Nº 8.313/1991

Indique em quais incisos do art. 1º o projeto se enquadra e apresente a fundamentação que justifique essa escolha.

4 ARTIGO 3º DA LEI Nº 8.313/1991

Indique os incisos e alíneas do art. 3º que serão alcançados pela proposta, fundamentando por que esses objetivos se aplicam ao projeto.

MÉTODO GPC

Antes de escrever a justificativa, responda a estas quatro perguntas:

- Por que este projeto precisa existir?
- Por que ele necessita dos recursos da Lei Rouanet?
- Quais finalidades do art. 1º da Lei nº 8.313/1991 ele atende?
- Quais objetivos do art. 3º da Lei nº 8.313/1991 serão alcançados?

Se essas quatro respostas estiverem claras, a justificativa estará bem estruturada.

DICA GPC

Evite transformar a justificativa em uma narrativa extensa.

Organize o texto em quatro blocos:

1. **CONTEXTUALIZAÇÃO** — Apresente o problema ou a oportunidade cultural.
2. **NECESSIDADE DO INCENTIVO FISCAL** — Explique por que a execução do projeto depende dos recursos incentivados.
3. **ENQUADRAMENTO NO ART. 1º** — Indique os incisos do art. 1º que o projeto atende e fundamente sua escolha.
4. **OBJETIVOS DO ART. 3º** — Indique os incisos e alíneas do art. 3º que serão alcançados e fundamente.

Essa estrutura facilita a leitura do analista e garante que todos os elementos exigidos pelo Manual do Proponente sejam contemplados.

ATENÇÃO! A IN 29/2026 não prevê diligência na fase de proposta.
Caso a proposta não atenda aos requisitos da Instrução Normativa, será arquivada com a devida motivação.
O proponente poderá pedir desarquivamento uma única vez.

A ACESSIBILIDADE É OBRIGATÓRIA!

4.5 ACESSIBILIDADE

Projetos Culturais deverão conter medidas de acessibilidade, de comunicação e divulgação acessíveis, compatíveis tecnicamente com as características do objeto para cada linguagem artística de seus produtos.

As medidas propostas devem ser tecnicamente adequadas ao projeto e contemplar, no mínimo, os seguintes aspectos:

I ACESSIBILIDADE FÍSICA (ARQUITETÔNICA)

Recursos de acessibilidade às pessoas com deficiência, com mobilidade reduzida ou idosas para permitir o acesso aos locais onde se realizam as atividades culturais e espaços acessórios tais como sanitários acessíveis e circulação.

- Rampas de acesso
- Sanitários acessíveis
- Piso tátil
- Circulação acessível
- Vagas reservadas
- Espaços destinados a cadeirantes

II ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL E DE CONTEÚDO

Recursos de acessibilidade às pessoas autistas e às pessoas com deficiência (intelectual, física, auditiva, visual, psicossocial ou múltipla), garantindo a compreensão e o acesso às atividades culturais.

- Intérprete de Libras
- Audiodescrição
- Legendagem descritiva (legendas)
- Material em Braille
- Fonte ampliada
- Visita sensorial
- Recursos de tecnologia assistiva

III COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO ACESSÍVEIS

Disponibilização de materiais em formatos acessíveis, contendo informações sobre as medidas de acessibilidade das ações a serem executadas.

- Artes e peças de divulgação acessíveis (texto alternativo e linguagem simples)
- Página eletrônica e redes sociais acessíveis
- Vídeos com Libras e legendas
- Textos alternativos em imagens
- Informações acessíveis sobre o evento (local, recursos disponíveis, contato, etc.)

MÉTODO GPC

Ao elaborar este campo, pense sempre em cada produto cultural individualmente. Pergunte-se:

1. Como o público chegará ao local?
2. Como o público compreenderá o conteúdo?
3. Como o público saberá, antecipadamente, quais recursos de acessibilidade estarão disponíveis?

Essas três respostas formarão a base da acessibilidade do seu projeto.

DICA GPC

A acessibilidade não deve ser apresentada de forma genérica. Descreva as medidas produto por produto, indicando exatamente quais recursos serão disponibilizados em cada atividade cultural.

- Planeje a acessibilidade desde a concepção do projeto.
- As medidas devem ser compatíveis com o público, o local e o orçamento do projeto.
- Descrever com clareza demonstra compromisso com a inclusão e fortalece sua proposta.
- A falta de acessibilidade pode comprometer a execução e a avaliação do projeto.

ATENÇÃO! As medidas de acessibilidade propostas devem estar compatíveis com as características do projeto, seus produtos culturais, locais de realização e possibilidades orçamentárias.

> Democratizar o acesso é garantir que a cultura chegue a todos os públicos, em toda à sua diversidade.

4.6 DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO

Descreva qual(is) medida(s) de ampliação de acesso será(ão) adotada(s) pelo projeto, conforme o art. 42 da Instrução Normativa MinC nº 29/2026.

Indique o artigo e o inciso correspondente e explique como essa medida será executada no projeto.

1 DOAÇÃO DE PRODUTOS CULTURAIS

Doação de 10% dos produtos resultantes da execução do projeto, para distribuição gratuita com caráter social ou educativo, totalizando 20% da tiragem.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso I, da IN MinC nº 29/2026:

I - doar 10% (dez por cento) dos produtos resultantes da execução do projeto para distribuição gratuita com caráter social ou educativo, totalizando 20% (vinte por cento);

2 TRANSPORTE GRATUITO

Oferta de transporte gratuito ao público, garantindo acessibilidade às pessoas com deficiência, pessoas com mobilidade reduzida e pessoas idosas.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso II, da IN MinC nº 29/2026:

II - oferecer transporte gratuito ao público, prevendo acessibilidade à pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida e aos idosos, incluindo os seus acompanhantes;

3 DISPONIBILIZAÇÃO GRATUITA NA INTERNET

Disponibilização na internet de registros audiovisuais das atividades do projeto, acompanhados de Libras e audiodescrição.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso III, da IN MinC nº 29/2026:

III - disponibilizar na internet registros audiovisuais dos espetáculos, das exposições, das atividades de ensino e de outros eventos referentes ao produto principal, acompanhado com Libras e audiodescrição;

4 VEICULAÇÃO GRATUITA

Captação e veiculação das atividades e espetáculos por redes públicas de televisão e outros meios gratuitos de comunicação.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso IV, da IN MinC nº 29/2026:

IV - garantir a captação e veiculação de imagens das atividades e de espetáculos por redes públicas de televisão e outros meios de comunicação gratuitos;

5 ATIVIDADES PARALELAS GRATUITAS

Realização de oficinas, cursos, palestras, ensaios abertos, estágios, exposições ou treinamentos de forma gratuita.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso V, da IN MinC nº 29/2026:

V - realizar, gratuitamente, atividades paralelas aos projetos, tais como ensaios abertos, estágios, cursos, treinamentos, palestras, exposições e oficinas;

6 AÇÕES VOLTADAS AO PÚBLICO INFANTOJUVENIL

Realização de ações culturais destinadas a crianças, adolescentes, jovens e seus educadores.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso VI, da IN MinC nº 29/2026:

VI - realizar ação cultural voltada para crianças, adolescentes, jovens e seus educadores;

7 AÇÕES EM INSTITUIÇÕES SOCIAIS

Realização de atividades culturais em unidades prisionais, instituições de longa permanência para idosos, residências terapêuticas e unidades da Rede de Atenção Psicossocial.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso VII, da IN MinC nº 29/2026:

VII - realizar atividades culturais nos estabelecimentos prisionais das unidades da federação ou instituições de longa permanência para idosos, para pessoas em residências terapêuticas e para Unidades de Acolhimento da Rede de Atenção Psicossocial;

8 FORMAÇÃO DE AGENTES CULTURAIS

Parcerias destinadas à formação de agentes culturais em iniciativas financiadas pelo poder público.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso VIII, da IN MinC nº 29/2026:

VIII - estabelecer parceria visando à formação de agentes culturais em iniciativas financiadas pelo poder público;

9 BOLSAS DE FORMAÇÃO

Oferta de bolsas de formação, inserção e difusão para o mundo do trabalho em cultura voltadas para pesquisa e qualificação técnica, artística e cultural.

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso IX, da IN MinC nº 29/2026:

IX - oferecer bolsas de formação, inserção e difusão para o mundo do trabalho em cultura voltadas para a pesquisa e a qualificação técnica, artística e cultural, que alcancem públicos prioritários e vulneráveis; e

10 OUTRAS MEDIDAS

Outras ações de democratização do acesso propostas pelo proponente, sujeitas à apreciação da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC).

Fundamentação Legal

Art. 42, inciso X, da IN MinC nº 29/2026:

X - outras medidas sugeridas pelo proponente, a serem apreciadas pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC).

MÉTODO GPC

No SALIC, não basta informar qual inciso será atendido. Após indicar o artigo e o inciso correspondente, descreva como essa medida será executada, quem será beneficiado e em qual produto cultural ela será aplicada.

Quanto mais específica for a descrição, maior será a consistência da proposta.

DICA GPC

Pergunte-se:

Se um analista ler apenas este campo, ele conseguirá entender exatamente como meu projeto ampliará o acesso à cultura?

Se a resposta for **NÃO**, acrescente informações sobre:

quem será beneficiado | como será executada | quando ocorrerá | qual produto contemplará

> Organizar bem as etapas e escolher uma equipe qualificada é o que transforma uma boa ideia em um projeto aprovado.

4.7 ETAPAS DE TRABALHO E FICHA TÉCNICA

Estes campos mostram como o projeto será executado e quem serão os profissionais responsáveis pela condução da proposta.

ETAPAS DE TRABALHO

As etapas de trabalho representam o planejamento da execução do projeto. Elas descrevem, em ordem lógica, as principais atividades necessárias para que cada produto cultural seja realizado.

As etapas devem ser compatíveis com os objetivos, os produtos culturais, o cronograma e o orçamento da proposta.

EXEMPLOS DE ETAPAS

1. **PLANEJAMENTO**
   Definição do escopo, público, metas, metodologia, orçamento, cronograma e equipe.
2. **CONTRATAÇÕES**
   Seleção e contratação dos profissionais e serviços necessários à execução do projeto.
3. **PRODUÇÃO**
   Preparação dos espaços, aquisição de materiais, desenvolvimento de conteúdos e ensaios.
4. **DIVULGAÇÃO**
   Criação de identidade visual, produção de materiais e estratégias de comunicação para divulgação do projeto.
5. **EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES**
   Realização das ações culturais, apresentações, oficinas, exposições ou demais atividades previstas.
6. **REGISTRO AUDIOVISUAL**
   Captação de imagens, edição e organização do material de registro do projeto.
7. **PRESTAÇÃO DE CONTAS**
   Elaboração de relatórios, comprovações e documentos para prestação de contas ao MinC.

FICHA TÉCNICA

Na Ficha Técnica devem constar **apenas os profissionais que atuarão diretamente na coordenação, direção e gestão do projeto**, contribuindo para demonstrar a capacidade técnica da equipe responsável pela sua execução.

Esses profissionais deverão possuir experiência compatível com as funções que exercerão, e seus portfólios serão utilizados para fortalecer a análise técnica da proposta.

EXEMPLOS DE FUNÇÕES (EQUIPE DE LIDERANÇA)

- **COORDENADOR DO PROJETO**
  Responsável geral pelo projeto e pela gestão técnica e financeira.
- **PRODUTOR CULTURAL**
  Planeja e organiza os recursos e processos de produção do projeto.
- **PRODUTOR EXECUTIVO**
  Gerencia a execução do projeto, equipes, prazos e entregas.
- **DIRETOR GERAL**
  Define as diretrizes gerais e responde pelo resultado do projeto.
- **DIRETOR ARTÍSTICO**
  Responsável pela concepção artística e curadoria do projeto.
- **DIRETOR TÉCNICO**
  Responsável pelas soluções técnicas e infraestrutura do projeto.
- **DIRETOR DE PRODUÇÃO**
  Responsável pela logística, cronograma e execução das atividades.
- **CURADOR** (quando aplicável)
  Responsável pelo conteúdo, seleção e abordagem conceitual.
- **COORDENADOR PEDAGÓGICO** (em projetos formativos)
  Responsável pela concepção e acompanhamento das ações formativas.

NÃO É NECESSÁRIO INCLUIR:

Os profissionais responsáveis pela execução operacional do projeto, como:

- Assistentes
- Técnicos
- Operadores
- Montadores
- Recepcionistas
- Motoristas
- Demais profissionais contratados para a execução

Esses profissionais serão contratados durante a execução do projeto, conforme previsto no planejamento e no orçamento.

MÉTODO GPC

1 O PROTAGONISMO DO PROPONENTE

a) Deixe explícito qual atividade o proponente realizará no projeto, uma vez que o mesmo também deverá ser o responsável pela gestão do processo decisório, incluindo atividade técnico-financeira.

A delegação dessas responsabilidades para terceiros se caracteriza como intermediação, fato que motiva o arquivamento da proposta por contrariar a regulamentação relativa ao uso do incentivo fiscal.

2 INFORMAÇÕES DOS PRINCIPAIS PROFISSIONAIS

b) Insira as seguintes informações acerca dos principais profissionais envolvidos no projeto:

- NOME COMPLETO
- FUNÇÃO NO PROJETO
- CURRÍCULO RESUMIDO DOS PRINCIPAIS PARTICIPANTES

DICA GPC

Uma proposta bem estruturada apresenta uma relação lógica entre:

OBJETIVOS → ETAPAS DE TRABALHO → EQUIPE → ORÇAMENTO → CRONOGRAMA

Se um desses elementos não conversar com os demais, o projeto apresentará inconsistências durante a análise técnica.

> Informações claras e completas fortalecem sua proposta e facilitam a análise técnica.

4.8 SINOPSE DA OBRA, ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE DO PRODUTO

Preencha cada campo com atenção, conforme as orientações do Manual do Proponente.

1. SINOPSE DA OBRA

Insira o conteúdo de todos os produtos culturais que necessitam de um breve resumo sobre seu assunto.

A sinopse deve apresentar, de forma objetiva, o conteúdo da obra ou atividade cultural, permitindo ao analista compreender rapidamente sua proposta.

EXEMPLOS DE PRODUTOS

- Livro
- Peça Teatral
- Espetáculo de Circo
- Espetáculo de Dança
- Performance
- Seminário
- Palestra

Quando aplicável, informe também a **classificação indicativa etária.**

2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO

Informe as principais características técnicas do produto cultural, conforme sua linguagem artística.

LIVRO

- Formato
- Número de páginas
- Papel
- Acabamento
- Tiragem

ESPETÁCULO

- Duração
- Classificação indicativa
- Formato de apresentação
- Estrutura cênica

AUDIOVISUAL

- Duração
- Formato
- Resolução
- Plataforma de exibição

3. DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE DO PRODUTO

Neste campo informe qual ação de CONTRAPARTIDA SOCIAL será adotada no projeto.

A CONTRAPARTIDA SOCIAL É OBRIGATÓRIA para projetos que prevejam venda de ingressos ou de produtos culturais.

Nesses casos, o proponente deverá inserir o produto "Contrapartidas Sociais" no Plano de Distribuição.

As ações formativas oferecidas como contrapartida devem possuir natureza cultural ou artística.

EXEMPLOS DE AÇÕES FORMATIVAS

- Oficinas culturais
- Vivências artísticas
- Cursos de formação
- Ações educativas
- Workshops
- Laboratórios criativos
- Aulas abertas

4. OUTRAS INFORMAÇÕES

Esse campo é destinado a informações complementares, que não foram inseridas em outros campos.
Utilize este espaço para esclarecer pontos importantes da proposta.

EXEMPLOS DE INFORMAÇÕES

- Beneficiários do projeto
- Trechos de passagens inseridas no orçamento
- Esclarecimentos adicionais
- Informações sobre destinação de bens permanentes
- Outras informações relevantes para a análise da proposta

MÉTODO GPC

Cada campo possui uma finalidade específica:

SINOPSE DA OBRA	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS	DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE	OUTRAS INFORMAÇÕES
Conte o que é o produto cultural.	Descreva como é o produto.	Informe qual contrapartida social será oferecida.	Inclua informações complementares relevantes.

DICA GPC

- Seja objetivo e claro. Evite textos longos e informações repetidas em diferentes campos.
- Certifique-se de que as informações estejam coerentes com os objetivos, etapas de trabalho, cronograma, orçamento e plano de distribuição.
- Revise cada campo antes de enviar sua proposta. Informações completas e bem estruturadas aumentam suas chances de aprovação.

> Informações corretas e coerentes entre os campos fortalecem seu projeto e facilitam a análise técnica.

4.9 LOCAL DE REALIZAÇÃO E DESLOCAMENTOS

Preencha corretamente os locais onde o projeto será realizado e todos os deslocamentos previstos.

1. LOCAL DE REALIZAÇÃO

Informe todos os locais onde serão realizadas as ações do projeto, cadastrando cada município individualmente no SALIC.

Cada cidade onde ocorrer qualquer atividade do projeto deverá ser informada.

NO BRASIL

Selecione:

- Unidade da Federação (UF)
- Município

NO EXTERIOR

Selecione o país onde será realizada a atividade.

A alteração de um município já cadastrado **ANULA TODA A PLANILHA ORÇAMENTÁRIA,** exigindo novo preenchimento dos itens vinculados ao local de realização.

2. DESLOCAMENTOS

Informe todos os deslocamentos previstos no projeto.

O preenchimento é **OBRIGATÓRIO** sempre que houver despesas com passagens na planilha orçamentária.

ATENÇÃO

No campo "Outras Informações", informe os beneficiários das passagens, indicando:

NOME do beneficiário

FUNÇÃO exercida no projeto

Exemplos de deslocamentos:

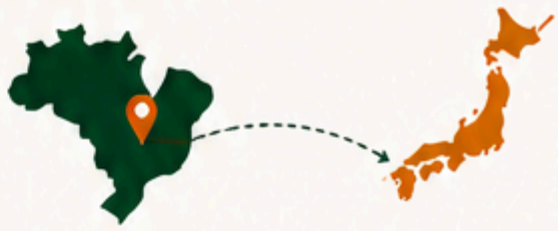
- Equipe do projeto
- Artistas e convidados
- Palestrantes / Oficineiros
- Técnicos
- Demais profissionais

3. PROJETOS REALIZADOS NO EXTERIOR

Mesmo que todas as atividades ocorram fora do Brasil, será necessário cadastrar **UMA CIDADE SEDE NO BRASIL.**

Essa cidade permitirá o lançamento das despesas na planilha orçamentária.

EXEMPLO PRÁTICO



Evento realizado no Japão.

- Cadastre uma cidade sede no Brasil.
- Lance normalmente as despesas na planilha.
- Justifique, no item orçamentário, que a despesa será realizada no Japão.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

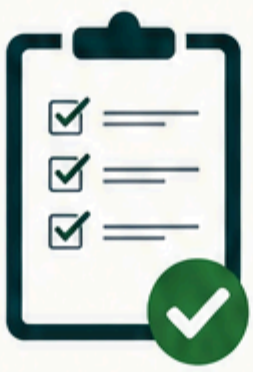
Nos projetos realizados no exterior deverão ser apresentados:

- Nota fiscal original
- Tradução da nota fiscal
- Comprovante da operação de câmbio

MÉTODO GPC

Antes de finalizar este campo, confira:

- Todas as cidades onde haverá atividades foram cadastradas?
- Todos os deslocamentos previstos constam na planilha orçamentária?
- Os beneficiários das passagens foram informados no campo "Outras Informações"?
- Em projetos internacionais, existe uma cidade sede cadastrada no Brasil?



DICA GPC

O Local de Realização, os Deslocamentos e a Planilha Orçamentária devem conter exatamente as mesmas informações.

Qualquer divergência entre esses três campos poderá gerar inconsistências durante a análise técnica ou exigir o refazimento da planilha orçamentária.

4.10 PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

O Plano de Distribuição demonstra como os produtos culturais serão disponibilizados ao público e deve estar em perfeita **consonância com toda a proposta.**

1. CADASTRO DOS PRODUTOS

Insira **todos os produtos culturais** que serão oferecidos no projeto.

EXEMPLOS

ESPETÁCULOS DE ARTES CÊNICAS
Peça teatral, espetáculo de dança, apresentação circense, contação de histórias, stand-up, performance etc.

APRESENTAÇÃO MUSICAL
Shows, apresentações de bandas, orquestras, corais e demais manifestações musicais.

Após cadastrar os produtos:

- Defina o **PRODUTO PRINCIPAL** (maior relevância e maior custo do projeto);
- Selecione corretamente a **ÁREA CULTURAL** e o **SEGMENTO CULTURAL.**

Importante: Verifique se existe coerência entre o produto cadastrado, a área e o segmento selecionados.

ATENÇÃO

O Plano de Distribuição deve refletir **EXATAMENTE** todos os produtos informados:

- no **RESUMO DA PROPOSTA;**
- nos **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Os produtos disponíveis dependerão da **TIPICIDADE** e da **TIPOLOGIA** cadastradas;
- Informe a estimativa de **público** ou da quantidade produzida para todos os produtos;
- Informe o **valor dos ingressos** ou exemplares, quando houver comercialização.

2. COMO DETALHAR UM PRODUTO

1. **PLANO DE DISTRIBUIÇÃO**
2. **DETALHAR PRODUTO** (ícone verde da lupa)
3. **SELECIONAR A CIDADE**
4. **NOVO DETALHAMENTO** (primeiro cadastro)

OU

4. **EDITAR DETALHAMENTO** (ícone azul do lápis) (caso já exista cadastro)

Para cadastrar várias categorias (como Camarote, Arquibancada, Piso Superior etc.), clique em **NOVO DETALHAMENTO** e cadastre cada categoria separadamente.

3. DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS

PROJETO SEM VENDA DE INGRESSOS OU EXEMPLARES

SIM Marque SIM na pergunta: "Distribuição totalmente gratuita?"

PROJETO COM VENDA DE INGRESSOS OU EXEMPLARES

NÃO Marque **NÃO.**

Informe o número total de beneficiários e defina os percentuais de distribuição:

Distribuição gratuita (caráter social ou educativo)	____ %
Distribuição para patrocinador	____ %
Distribuição para ações de divulgação	____ %
Venda a preço popular (até R$ 50,00)	____ %
Venda a critério do proponente (preço médio limitado a R$ 250,00)	____ %

A soma dos percentuais deve ser igual a 100%.

4. MÉTODO GPC

PRODUTO PRINCIPAL
É o produto de maior custo previsto na planilha orçamentária.

PRODUTO SECUNDÁRIO
São os demais resultados do projeto cultural, abrangendo eventos, atividades ou bens culturais vinculados ao produto principal.

Nos festivais e planos anuais, considera-se como preponderante o produto secundário de maior valor, conforme a regulamentação.

LIMITE POR BENEFICIÁRIO

O custo por beneficiário do produto principal é limitado a **R$ 300,00** (trezentos reais), computando-se para o custo apenas os beneficiários desse produto.

Esse limite NÃO se aplica aos projetos sem cobrança de ingressos ou venda de produtos culturais.

5. DICA GPC

Antes de concluir o Plano de Distribuição, confira se existe total coerência entre:

- RESUMO DA PROPOSTA
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- PRODUTOS CULTURAIS
- PLANO DE DISTRIBUIÇÃO
- PLANILHA ORÇAMENTÁRIA

Uma inconsistência entre esses campos poderá gerar diligências ou comprometer a análise técnica da proposta.

5.1 CUSTOS VINCULADOS

Antes de iniciar a planilha orçamentária, defina qual percentual do valor do projeto será destinado às seguintes rubricas:

- Custos de Acessibilidade, Comunicação e Divulgação Acessíveis;
- Custos de Administração;
- Remuneração para Captação de Recursos.

1. REMUNERAÇÃO PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

LIMITE LEGAL

ATÉ 10%
do valor do projeto,
limitado a **R$ 150.000,00**

REGRAS

- O pagamento somente poderá ocorrer proporcionalmente aos recursos efetivamente captados.
- A remuneração destina-se exclusivamente à prestação de serviços ao proponente.
- É vedado utilizar essa rubrica para pagamento de serviços prestados diretamente ao patrocinador.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL
Art. 19 da IN MinC nº 29/2026.

2. ACESSIBILIDADE, COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO ACESSÍVEIS

LIMITE LEGAL

ATÉ 20%
do valor do projeto.

PODEM SER INCLUÍDAS DESPESAS COM

- Medidas temporárias de acessibilidade;
- Consultoria, assessoria e coordenação em acessibilidade;
- Equipe de apoio às pessoas com deficiência;
- Jornalista e assessoria de imprensa;
- Valoração de mídia;
- Serviços gráficos;
- Gestão de redes sociais.

ATENÇÃO
Todo material de divulgação deverá informar que o projeto possui acessibilidade e deverá ser produzido em formato acessível.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL
Art. 20 da IN MinC nº 29/2026.

3. CUSTOS DE ADMINISTRAÇÃO

LIMITE LEGAL

ATÉ 15%
do valor do projeto.

PODEM SER INCLUÍDAS DESPESAS COM

- Material de consumo administrativo;
- Locação da sede administrativa;
- Água, energia, telefone e internet;
- Tributos, taxas e tarifas bancárias;
- Serviços postais;
- Equipe administrativa;
- Diárias do pessoal administrativo;
- Elaboração da proposta cultural;
- Consultoria especializada em gestão;
- Elaboração da prestação de contas;
- Regularização documental de imóvel tombado.

ATENÇÃO
Os custos administrativos deverão ser pagos proporcionalmente às parcelas captadas.

Não se caracterizam como custos administrativos as despesas de manutenção das sedes de Planos Anuais ou Planos Plurianuais.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL
Art. 22 da IN MinC nº 29/2026.

MÉTODO GPC

Antes de definir esses percentuais, responda:

- As medidas de acessibilidade foram planejadas desde a elaboração do projeto?
- Os custos administrativos correspondem apenas às despesas necessárias para a gestão do projeto?
- A remuneração da captação respeita o limite legal e será paga apenas sobre os recursos efetivamente captados?

DICA GPC

Os percentuais previstos na Instrução Normativa representam limites máximos, e não valores obrigatórios.

Utilize somente os recursos realmente necessários para a execução do projeto.

Uma planilha equilibrada demonstra planejamento, fortalece a credibilidade da proposta e facilita a análise técnica pelo Ministério da Cultura.

RESUMO DOS LIMITES

RUBRICA	CAPTAÇÃO DE RECURSOS	ACESSIBILIDADE, COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO ACESSÍVEIS	CUSTOS DE ADMINISTRAÇÃO
LIMITE MÁXIMO	10% Limitado a R$ 150.000,00	20%	15%

5.2 CUSTOS POR PRODUTO

Nesta etapa você cadastrará todos os itens orçamentários necessários para a realização do projeto.

As despesas deverão ser detalhadas por produto cultural, conforme os produtos cadastrados no **Plano de Distribuição.**

1. COMO CADASTRAR UM ITEM

CAMINHO NO SALIC

- Custos por Produto
- ↓
- Selecionar o Produto Cultural
- ↓
- Selecionar a Cidade
- ↓
- **Selecionar a Etapa**
  - Pré-Produção / Preparação
  - ↓
  - Produção / Execução
  - ↓
  - Pós-Produção
  - ↓
  - Assessoria Jurídica
  - ↓
  - Assessoria Contábil
  - ↓
  - Recolhimentos
- ↓
- Novo Item

2. UNIDADE

Escolha a unidade compatível com o item cadastrado.

SERVIÇO	Atividades pontuais e não contínuas (Pintor, Eletricista, Revisão de Texto etc).
MÊS	Profissionais contratados continuamente (Coordenador, Diretor, Produtor, Professor etc).
SEMANA	Projetos com duração inferior a um mês.
VERBA	Reserva de recursos para despesas cuja quantidade ainda não pode ser definida (material de consumo, pequenas locações etc).
UNIDADE	Itens adquiridos ou locados por unidade (Hospedagem, veículos, equipamentos, banheiros químicos etc).
CACHÊ	Pagamento de artistas ou grupos artísticos por apresentação.

3. QUANTIDADE E OCORRÊNCIA

Informe a quantidade exata do item e quantas vezes ele será utilizado.

EXEMPLOS

02 bandas em 04 cidades
- Unidade: Cachê
- Quantidade: 2
- Ocorrência: 4

500 banheiros químicos
- Unidade: Unidade
- Quantidade: 500
- Ocorrência: 1

01 Intérprete de Libras em 36 apresentações
- Unidade: Serviço
- Quantidade: 1
- Ocorrência: 36

01 Produtor durante 180 dias
- Unidade: Mês
- Quantidade: 1
- Ocorrência: 6

4. VALOR UNITÁRIO

Informe o valor correspondente a uma única unidade.

Exemplos:
- Valor de um cachê;
- Valor de uma diária;
- Valor mensal de um profissional;
- Valor de uma unidade adquirida.

5. FONTE DE RECURSO

Selecione a fonte de recurso:

INCENTIVO FISCAL FEDERAL

(Recursos provenientes da Lei Rouanet.)

6. DETALHAMENTO / JUSTIFICATIVA / OBSERVAÇÕES

Justifique a necessidade da despesa.

Obrigatório quando o valor solicitado ultrapassar a média praticada pelo sistema.

Mesmo quando facultativo, recomendamos informar:
- motivo da contratação;
- composição da quantidade;
- justificativa da ocorrência;
- esclarecimentos sobre o valor solicitado.

Essas informações facilitam a análise técnica e reduzem a possibilidade de diligências.

7. MÉTODO GPC – CHECKLIST

Antes de salvar qualquer item, confira:

- ☑ Está vinculado ao **PRODUTO CORRETO?**
- ☑ Está vinculado à **CIDADE CORRETA?**
- ☑ Foi lançado na **ETAPA ADEQUADA?**
- ☑ A **UNIDADE** escolhida é compatível com a despesa?
- ☑ **QUANTIDADE × OCORRÊNCIA × VALOR UNITÁRIO** estão coerentes?

8. DICA GPC

Sempre que possível, utilize o campo **Detalhamento / Justificativa / Observações.**

Demonstra planejamento → Facilita a análise do Ministério da Cultura → Reduz a emissão de diligências

Lembre-se: uma planilha bem detalhada transmite segurança ao analista e fortalece a credibilidade da proposta.

CAPÍTULO 6

ANEXAR DOCUMENTOS



Nesta etapa deverão ser anexados os documentos obrigatórios do proponente e da proposta, conforme o Anexo II da Instrução Normativa MinC nº 29/2026.

TODOS OS DOCUMENTOS DEVERÃO SER ANEXADOS EM FORMATO PDF.

1. DOCUMENTOS OBRIGATÓRIOS DO PROPONENTE

PESSOA JURÍDICA

CNPJ — Comprovante de Inscrição e Situação Cadastral no CNPJ.

Cópia atualizada do Estatuto Social, Contrato Social, Certificado de MEI ou Requerimento de Empresário, juntamente com todas as alterações devidamente registradas no órgão competente.

Cópia da Ata de Eleição da atual Diretoria, Termo de Posse ou Ato de Nomeação dos Dirigentes.

IDENTIFICAÇÃO

Cópia de documento oficial de identificação do proponente (Pessoa Física) ou dos dirigentes responsáveis pela instituição, contendo:

FOTO · ASSINATURA · Nº DO RG · Nº DO CPF

PROCURAÇÃO

Quando a proposta for apresentada por terceiros, anexar Procuração com **firma reconhecida**.

2. DOCUMENTOS DA PROPOSTA

Os documentos obrigatórios da proposta variam conforme os produtos culturais cadastrados no **Plano de Distribuição**.

Antes de concluir o cadastro, consulte o Anexo II da IN MinC nº 29/2026 e verifique quais documentos são exigidos para cada produto cultural.

EXEMPLOS DE PRODUTOS CULTURAIS

LIVRO	ARTES CÊNICAS	MÚSICA
AUDIOVISUAL	ARTES VISUAIS	PATRIMÔNIO CULTURAL

Cada linguagem artística possui documentação específica prevista na regulamentação.

3. ATENÇÃO

- [x] Todos os documentos estão atualizados.
- [x] Todos os arquivos estão em PDF.
- [x] A documentação corresponde ao proponente cadastrado.
- [x] Os documentos específicos dos produtos culturais foram anexados.

A ausência de documentos obrigatórios poderá impedir a correta análise da proposta.

4. MÉTODO GPC – CHECKLIST FINAL

- [ ] Documentação do proponente completa.
- [ ] Documentação específica dos produtos culturais anexada.
- [ ] Todos os documentos estão legíveis.
- [ ] Todos os arquivos estão em PDF.
- [ ] As informações dos documentos são compatíveis com os dados cadastrados no SALIC.
- [ ] O Anexo II da IN nº 29/2026 foi conferido.



5. DICA GPC

A maioria das diligências na fase de admissibilidade ocorre por documentos desatualizados, ilegíveis ou incompatíveis com as informações cadastradas no SALIC.

Reserve alguns minutos para revisar toda a documentação antes de concluir o envio da proposta. Uma conferência final pode evitar diligências, acelerar a admissibilidade e transmitir maior credibilidade ao projeto.

