

Elaboração de Projectos Culturais

+

Financiamento de Projectos Culturais  
através de Patrocínio e Mecenato

**Rui Matoso**  
2010

Título:

*Elaboração de Projectos Culturais  
e Financiamento de Projectos Culturais  
através de Patrocínio e Mecenato*

3ª edição de autor: Janeiro 2010

© 2009, Rui Matoso

[rui.matoso@gmail.com](mailto:rui.matoso@gmail.com)  
[www.culturaviva.com.pt](http://www.culturaviva.com.pt)

# Índice Geral

Apresentação .....	4
Índices de conteúdos.....	5
Parte 1: Manual de Elaboração de Projectos Culturais .....	6
Parte 2: Manual de Financiamento de Projectos Culturais através de Patrocínio e Mecenato .....	113

APRESENTAÇÃO

Ao longo dos diversos cursos de Elaboração e Financiamento de Projectos Culturais tive a oportunidade de construir os respectivos manuais (sebentas) com o objectivo de neles reunir a informação e as referências necessárias de um modo o mais completo possível.

Esta tarefa é, pelas dinâmicas que lhe estão inerentes, sempre inacabada e em constante actualização, configurando assim um *work in progress* que deverá resultar em novos desenvolvimentos da edição e compilação das diversas matérias de estudo. Para facilitar este trabalho foram igualmente criados dois *websites de file-sharing*<sup>1</sup>, onde são colocados regularmente diversos documentos relativos às temáticas em análise.

O objectivo da presente publicação é o de reunir numa só edição duas matérias essenciais para a construção de projectos culturais: uma primeira parte é dedicada à Elaboração de Projectos Culturais, sendo a segunda parte relativa ao Financiamento de Projectos Culturais através de Patrocínio e Mecenato.

Temos a consciência que em Portugal existe uma enorme carência de publicações nesta área, pelo que a nossa preocupação essencial é a de tornar disponível ao maior número de pessoas e entidades (associações culturais, escolas, estudantes, etc...) uma metodologia coerente e eficaz para a construção e financiamento dos projectos culturais.

---

<sup>1</sup> Na prática funciona como duas pastas de acesso restrito através da Internet. O acesso é fornecido apenas aos alunos dos cursos ou a quem adquirir a presente publicação. Nelas poderá encontrar vários documentos exemplificativos e textos complementares para aprofundamento de algumas questões.

# ÍNDICE DE CONTEÚDOS

## PARTE 1

### **MANUAL DE ELABORAÇÃO DE PROJECTOS CULTURAIS**

• INTRODUÇÃO: O QUE É UM PROJECTO E PARA QUE SERVE ?.....	8
• TIPOLOGIAS DE PROJECTOS, SEGUNDO OS OBJECTIVOS DAS ENTIDADES PROMOTORAS.....	9
• FASES E TAREFAS DE UM PROJECTO.....	11
• O GUIÃO PARA A ELABORAÇÃO DE PROJECTOS CULTURAIS.....	13
• BRAINSTORMING - FASE EMERGENTE DO PROJECTO.....	15
• ELEMENTOS DO GUIÃO PARA A ELABORAÇÃO DE PROJECTOS CULTURAIS.....	17
<b>I . CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJECTO</b>	
I.1.FINALIDADE(S) .....	18
I.2 - ANÁLISE DA DINÂMICA TERRITORIAL .....	22
I.3- ANÁLISE DA DINÂMICA DO CAMPO CULTURAL .....	27
I.4 - ENQUADRAMENTO NO CONTEXTO DAS POLÍTICAS E DAS PRÁTICAS CULTURAIS .....	30
I. 5 - ANÁLISE INTERNA DA ORGANIZAÇÃO .....	32
ANÁLISE SWOT.....	34
I.6 - DIAGNÓSTICO GLOBAL .....	38
<b>II. DEFINIÇÃO DO PROJECTO.....</b>	<b>39</b>
II.7. - DESTINATÁRIOS/PÚBLICOS.....	40
II.8 – CONTEÚDOS OU TEMAS.....	51
II.9– OBJECTIVOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO.....	53
II.10 – ESTRATÉGIAS.....	58
II.11 – ACTIVIDADES.....	60
II.12 – FINANCIAMENTO.....	64
II.12.A - O PROCESSO DE MECENATO E/OU PATROCÍNIO.....	66
II.12.B – ORÇAMENTAÇÃO.....	68
<b>III PRODUÇÃO DO PROJECTO.....</b>	<b>70</b>
III.13 – PLANIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO.....	70
III.14 – ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E PESSOAS.....	72
III.15 – COMUNICAÇÃO.....	76
III.16 - INFRAESTRUTURAS E MEIOS TÉCNICOS NECESSÁRIOS.....	98
III.17 - ASPECTOS JURÍDICOS.....	100
<b>IV. AVALIAÇÃO E REVISÃO DO PROJECTO.....</b>	<b>104</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>110</b>

## **PARTE 2**

# **MANUAL DE FINANCIAMENTO DE PROJECTOS CULTURAIS ATRAVÉS DE PATROCÍNIO E MECENATO**

- FINANCIAMENTO DE PROJECTOS CULTURAIS  
ATRAVÉS DE PATROCÍNIO E MECENATO..... 113
- VISÃO SISTÉMICA: MERCADOS DA CULTURA..... 116
- NOÇÕES DE MARKETING..... 117
- MARKETING DAS ORGANIZAÇÕES CULTURAIS – MARKETING DA CULTURA .... 118
- MARKETING CULTURAL..... 119
- QUATRO FORMAS DE AS EMPRESAS DESENVOLVEREM UMA ESTRATÉGIA DE  
MARKETING CULTURAL..... 122
- OBJECTIVOS MAIS COMUNS DE MARKETING CULTURAL: ..... 123

### **PATROCÍNIO**

- DEFINIÇÕES DE PATROCÍNIO..... 131
- OS 11 BENEFÍCIOS DO PATROCÍNIO..... 133
- AS ETAPAS DA CONSTRUÇÃO DO PATROCÍNIO..... 140
- ATRIBUTOS ESSENCIAIS DE UMA PROPOSTA BEM SUCEDIDA ..... 160

### **MECENATO**

- ALGUMAS CONCLUSÕES DO ESTUDO “MECENATO CULTURAL DE EMPRESA EM  
PORTUGAL” ..... 162
- A LEGISLAÇÃO DO MECENATO..... 164
- CONCEITO DE DONATIVO..... 164
- DIFERENÇAS ENTRE PATROCÍNIO E MECENATO ..... 166
- MECENATO CULTURAL: PROCESSO DE RECONHECIMENTO DO INTERESSE  
CULTURAL ..... 167
- OBRIGAÇÕES E PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS DO PROCESSO DE  
MECENATO ..... 169

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBSITES..... 173