

SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL - NOVOS EIXOS

REGULAMENTO

SUMÁRIO

1. Introdução
2. Objetivos da Seleção
3. Ações de Patrocínio
4. Diversidade e Economia Criativa
 - 4.1 Diversidade
 - a) Territórios
 - b) Temáticas, Realizadores e Públicos
 - 4.2 Economia Criativa
5. Critérios Obrigatórios por Ação de Patrocínio
6. Critérios Obrigatórios Gerais
 - a) Comunicações
 - b) Contrapartidas
 - c) Outros Itens Obrigatórios Gerais
7. Processo Seletivo
 - a) Triagem
 - b) Análise de Conteúdo
 - c) Aderência
 - d) Pontuações Adicionais
 - e) Definição de Selecionados

8. Inscrições
9. Investimentos
10. Uso de Leis de Incentivo
11. Divulgação dos Projetos Selecionados
12. Período de Realização dos Projetos
13. Contratação de Patrocínios
14. Cronograma
15. Disposições Finais

1. Introdução

O Programa Petrobras Cultural tem como base apoiar o desenvolvimento da cultura brasileira, reconhecendo a importância da preservação da nossa identidade, a necessidade do estímulo às diversidades e as múltiplas contribuições para a sociedade que são viabilizadas pela cultura.

A Brasilidade é o elemento norteador do Programa Petrobras Cultural. Ela se manifesta por meio de temas, singularidades, origens, curadorias e histórias que estarão presentes nas ações culturais que patrocinamos. Dessa forma, buscamos valorizar a multiplicidade e a diversidade que caracterizam nossa identidade social, cultural e artística, presente em todos os projetos que patrocinamos.

Como parte das comemorações dos 70 anos da Petrobras, o Programa Petrobras Cultural passou por uma grande revisão, reforçando sua importância, mantendo seu perfil inovador e atento às formas mais atuais de se fazer e vivenciar a cultura, bem como aos novos públicos e realizadores.

Assim, a **SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS** destinará **R\$ 250.000.000,00 (duzentos e cinquenta milhões de reais)** para projetos culturais de todo o Brasil por meio de quatro novos EIXOS TEMÁTICOS:

- Ícones da Cultura Brasileira
- Cinema e Cultura Digital
- Produção e Circulação
- Festivais e Festas Populares

Esses Eixos se desdobram em 10 tipos de ações de patrocínio diferentes, que receberão inscrições nesta Seleção Pública.

Também foram integradas duas dimensões transversais, que marcarão presença em todas as ações culturais apoiadas pela empresa:

- **Diversidade**
- **Economia Criativa**

O diagrama abaixo representa o novo momento do Programa Petrobras Cultural:



A **SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS** está alinhada às políticas do Ministério da Cultura e às Leis de incentivo à Cultura (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual).

Mais detalhes do Programa Petrobras Cultural podem ser conhecidos em <http://www.petrobras.com.br/sustentabilidade/cultural>.

2. Objetivos da Seleção

- Identificar e patrocinar ações culturais com elementos de brasilidade de todo o país, para compor nossos novos EIXOS TEMÁTICOS;
- Viabilizar a difusão de circuitos artísticos e a possibilidade de vivenciar a cultura em todo o território nacional;
- Investir regionalmente os recursos do Programa Petrobras Cultural;
- Estimular a presença da diversidade de temas, realizadores e públicos;
- Apoiar ações artísticas e culturais que estimulem o desenvolvimento da economia criativa brasileira.

3. Ações de Patrocínio

A **SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS** receberá propostas para as **AÇÕES DE PATROCÍNIO** descritas abaixo (os critérios, valores máximos e fontes de financiamento estão detalhados no Anexo I – **DESCRIÇÃO DAS AÇÕES DE PATROCÍNIO**):

EIXO TEMÁTICO	AÇÕES DE PATROCÍNIO	DESCRIPTIVO
ÍCONES DA CULTURA BRASILEIRA	1 ESPAÇOS E INSTITUIÇÕES ARTÍSTICO-CULTURAIS E DE MEMÓRIA	Manutenção e programação de instituições e espaços artístico-culturais das cidades brasileiras (como museus, teatros, centros culturais, escolas de arte, conservatórios, galerias e lonas) que realizam ações de referência e estruturantes para o desenvolvimento da cultura local, visando também a ampliação de seus públicos.
	2 GRUPOS E COLETIVOS ARTÍSTICOS ESTÁVEIS	Manutenção, circulação e desenvolvimento de atividades (criações artísticas, montagens de novas produções) realizadas por companhias de teatro, companhias de dança, famílias circenses tradicionais, grupos e bandas musicais, coletivos das artes visuais, dentre outros, com trajetória de mais de 05 (cinco) anos.

EIXO TEMÁTICO	AÇÕES DE PATROCÍNIO	DESCRIPTIVO
CINEMA & CULTURA DIGITAL	3 PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE LONGAS METRAGENS	Produção e distribuição de longas metragens, com exhibições em salas de cinema, canais abertos ou streamings.
	4 DISTRIBUIÇÃO DE LONGAS METRAGENS EM CINEMA	Ações de distribuição nacional em cinemas de longas metragens com produção concluída ou em fase final de produção.
	5 DESENVOLVIMENTO DO AUDIOVISUAL E DA CULTURA DIGITAL	Ações de fomento ao capital intelectual brasileiro e fortalecimento das redes do setor criativo, nos segmentos audiovisual e de cultura digital
	6 PROJETOS DE CULTURA DIGITAL	Projetos de cultura digital e de tecnologia aplicada à arte e à cultura.

EIXO TEMÁTICO	AÇÕES DE PATROCÍNIO	DESCRIPTIVO
PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO	7 CIRCUITOS DE ESPETÁCULOS ARTÍSTICOS	Criação, produção e circulação nacional ou regional de espetáculos artísticos.

	8	CIRCUITOS DE EXPOSIÇÕES DE ARTE	Concepção, curadoria, montagem e circulação de exposições de arte (artes visuais, fotografia, grafite, dentre outros).
--	---	---------------------------------	--

EIXO TEMÁTICO	AÇÕES DE PATROCÍNIO	DESCRIPTIVO	
FESTIVAIS E FESTAS POPULARES	9	FESTIVAIS E MOSTRAS	Realização de festivais, mostras, bienais, feiras de arte, feiras/festas literárias voltados para amplo público, que contenham atividades de caráter estruturante de seus segmentos artístico-culturais.
	10	FESTAS POPULARES	Eventos e festividades tradicionais/folclóricos/populares com perfil de valorização da cultura regional e voltados para amplo público.

4. Diversidade e Economia Criativa

4.1 Diversidade

Além dos pontos requeridos no descritivo das Ações de Patrocínio (Anexo I) e de itens a serem preenchidos pelas instituições proponentes e que serão objeto de avaliação, este processo seletivo conta com mecanismos para promoção da diversidade junto aos projetos que serão selecionados, conforme indicado abaixo:

a) Territórios

Com o objetivo de buscar em seus patrocínios a diversidade de territórios, a Petrobras definiu que suas AÇÕES DE PATROCÍNIO deverão conter medidas de descentralização do investimento cultural e regionalização, com ações afirmativas visando ampliação de recursos destinados às regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, regiões historicamente com menos investimentos culturais, visando também estimular a inscrição de mais propostas dessas regiões. Tais medidas atendem à determinação do Artigo 50, do Decreto 11.453/2023, que regulamenta o fomento cultural no país.

Assim, dentro do universo de propostas recebidas e classificadas, será buscado equilibrar o aporte de valores a serem investidos em patrocínios entre as cinco regiões do país (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul), considerando tanto a origem das instituições proponentes como os locais de realização das ações culturais a serem patrocinadas.

Fica estabelecido que receberão pontuações adicionais:

- Propostas apresentadas por instituições proponentes sediadas nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste e/ou que contenham ações presenciais a serem realizadas em pelos menos 3 (três) regiões brasileiras receberão pontuação adicional de 5 (cinco) pontos, com nota total do projeto limitada a 100 (cem) pontos, que é o total máximo da etapa de pontuação adicional.

Além disso, serão reservados os seguintes percentuais:

- Mínimo de 15% do valor totalizado da Seleção será atribuído a propostas de proponentes sediados na região Norte.
- Mínimo de 15% do valor totalizado da Seleção será atribuído a propostas de proponentes sediados na região Nordeste.
- Mínimo de 15% do valor totalizado da Seleção será atribuído a propostas de proponentes sediados na região Centro-Oeste.
- Mínimo de 15% do valor totalizado da Seleção será atribuído a propostas de proponentes sediados na região Sudeste.
- Mínimo de 15% do valor totalizado cada Seleção será atribuído a propostas de proponentes sediados na região Sul.
- Cada Estado brasileiro deverá ser local de realização de atividades de no mínimo 2 (dois) projetos.

b) Temáticas, Realizadores e Públicos

Com o objetivo de buscar em seus patrocínios a diversidade de temáticas, realizadores e públicos, a Seleção contém mecanismos voltados a promover maior participação de integrantes de grupos que possuem menos representação nas artes e de segmentos étnico-raciais em situação de vulnerabilidade e ações com temáticas associadas. Ficam estabelecidos os seguintes parâmetros:

- Exigência de ações que promovam a diversidade, em todos os projetos;
- Exigência de ações para acessibilidades nos aspectos comunicacional e arquitetônico a pessoas com deficiência, em todos os projetos;
- Mínimo de 25% das propostas a serem selecionadas deverão:
 - Conter pelo menos um(a) integrante(s) do quadro societário da instituição proponente ou como responsável principal pela realização do escopo (produtor/curador/artista): mulheres, pessoas negras, pessoas oriundas de povos indígenas, comunidades tradicionais, inclusive de terreiros e quilombolas, populações nômades e povos ciganos, pessoas do segmento LGBTQIAPN+, pessoas com deficiência e integrantes de outros grupos em situação de vulnerabilidade/ sub-representação na sociedade; **ou**
 - Ter temática (escopo principal) voltada para mulheres, pessoas negras, pessoas oriundas de povos indígenas, comunidades tradicionais, inclusive de terreiro e

quilombolas, populações nômades e povos ciganos, pessoas do segmento LGBTQIAPN+, pessoas com deficiência e integrantes de outros grupos em situação de vulnerabilidade/ sub-representação na sociedade.

Caberá à instituição proponente autodeclarar e especificar o perfil dos integrantes da composição societária da pessoa jurídica responsável pelo projeto no formulário de inscrição, bem como descrever quais ações da proposta estarão voltadas para os grupos acima indicados.

Em caso de falsidade ideológica, a instituição proponente ficará sujeita às sanções prescritas em legislação vigente, bem como poderá ter sua proposta excluída do processo seletivo, a qualquer tempo, e seu contrato de patrocínio anulado, caso eventualmente firmado, cabendo à instituição proponente faltosa a devolução dos valores recebidos, com os acréscimos legais.

4.2 Economia Criativa

Economia Criativa se refere à geração de valor econômico a partir da criatividade, cultura, conhecimento e habilidades intelectuais. A economia criativa se baseia na criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos, buscando impulsionar o crescimento econômico, a inovação, o desenvolvimento social e a diversidade cultural. Além disso, promove a conexão entre cultura, tecnologia, empreendedorismo e sustentabilidade, estimulando a criação de empregos e a inclusão social.

Sabendo da importância da economia criativa no setor, trazemos para este edital o estímulo à inclusão de ações de formação profissional para capacitação de mão de obra e fortalecimento de redes para a economia da cultura, de forma transversal às ações artísticas, bem como diretamente em itens exigidos nas Ações de Patrocínios descritas no Anexo I.

Assim, ações que contribuem para a Economia Criativa são obrigatórias para todos os projetos e serão pontuadas na etapa “Análise de Conteúdo” do processo seletivo, conforme indicado neste regulamento.

São exemplos de ações de fomento à Economia Criativa: ações para mobilização de redes de realizadores do segmento do projeto, empreendedorismo cultural, bem como capacitação e desenvolvimento de capital intelectual nas cidades em que os projetos serão realizados, junto ao público interessado local. Ações transversais com outros segmentos econômicos e de sustentabilidade dos projetos, como reciclagem, compensação de pegada de carbono, e participação ativa em campanhas ambientais também são exemplos de proposições.

5. Critérios Obrigatórios por Ação de Patrocínio

Os projetos deverão atender aos CRITÉRIOS OBRIGATÓRIOS, referentes a cada tipo de AÇÃO DE PATROCÍNIO, que se encontram indicados no ANEXO I – AÇÕES DE PATROCÍNIO.

6. Critérios Obrigatórios Gerais

Além dos critérios obrigatórios da AÇÃO DE PATROCÍNIO à qual concorrem, todos projetos também deverão atender aos itens gerais abaixo:

a) Comunicações

- A chancela de patrocinador principal, seja ela "Petrobras Apresenta", "Patrocínio Exclusivo" ou similar será exigida no material de comunicação de todas as ações culturais realizadas com recursos da Petrobras. Esta chancela poderá ser dividida com patrocinadores que realizem aporte financeiro igual ou superior ao da Petrobras. Também está previsto o uso do selo "Petrobras Cultural" nas artes de divulgação do projeto. A chancela deverá estar de acordo com as regras de aplicação de marcas estabelecidas pela Lei Rouanet e pela Lei do Audiovisual.
- É exigido que o projeto disponha de profissional/assessoria dedicado(a) à sua divulgação, atendendo a necessidades de relações públicas, presença digital, estratégia de comunicação e mídia paga.
- As propostas devem conter estratégia de comunicação para atingimento do público/visibilidade/repercussão compatível com o porte do projeto proposto, sendo exigido que ao menos 15% (quinze por cento) do valor do aporte da Petrobras seja direcionado para seu Plano de Comunicação, distribuídos da seguinte forma: mínimo 10% (dez por cento) direcionados para ações em "Mídia Paga" (como produção de conteúdo para veiculação em mídia paga, compra de espaço e/ou impulsionamento nas redes sociais e publicidade) e mínimo de 5% (cinco por cento) voltados para "Outras Ações" de comunicação, como: produção de conteúdo geral para divulgação em meios digitais e ou físicos, relações públicas, assessoria de imprensa e outras formas de interação do projeto com seu público de interesse. O formulário de inscrição contém tabelas para preenchimento das ações de "Mídia Paga" e "Outras Ações" de comunicação. Não é necessário detalhar as ações, sendo obrigatório que conste nas tabelas apenas os valores totais a serem investidos.
- Será exigido aos projetos selecionados que seja realizada medição da visibilidade alcançada em mídia espontânea ao final do projeto. A medição deverá ser separada em "com citação à Petrobras" e "sem citação à Petrobras", devendo valorar os resultados atingidos com base em seu equivalente financeiro publicitário, para apresentação no relatório final do projeto/edição. Dessa forma, tal custo deve ser considerado pelo projeto.

b) Contrapartidas

- As contrapartidas de referência utilizadas pela Petrobras junto aos seus projetos patrocinados se encontram listadas no ANEXO II – CONTRAPARTIDAS DE REFERÊNCIA. Elas são adaptadas a cada projeto, variando pouco entre projetos de mesmo perfil.
- Será solicitado aos selecionados a inclusão das contrapartidas do Anexo II dentro do valor proposto, com eventuais adaptações necessárias às características de cada projeto e às regras da lei de incentivo utilizada.
- Assim, no formulário de inscrição, em “Comunicação e Contrapartidas”, subitem “Contrapartidas propostas para a Petrobras”, deve-se preencher a tabela somente com contrapartidas diferentes das que já constam no Anexo II ou muito específicas do projeto, sendo obrigatória a inclusão de pelo menos 1 (uma) contrapartida específica na tabela.
- Os projetos que forem selecionados passarão posteriormente por Etapa de Contratação de Patrocínios, ocasião em que serão esclarecidos, negociados e ajustados os itens que se façam necessários, sempre referenciando os termos obrigatórios deste regulamento e a proposta recebida.
- As contrapartidas negociadas com a Petrobras estarão de acordo com os regramentos da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, e suplementarão as contrapartidas mínimas exigidas pelas referidas leis.

c) Outros Itens Obrigatórios Gerais

- A proposta deve ser apresentada de forma objetiva e baseada em entregas, com as ações e eventos principais indicados e quantitativos mínimos a serem cumpridos por item proposto.
- As instituições proponentes e/ou suas equipes técnicas devem demonstrar experiência em projetos já realizados, semelhantes às ações que estão sendo propostas. No formulário de inscrição, **é obrigatório haver pelo menos um (01) arquivo de até 10 megabytes (em formato pdf) ou link contendo uma breve apresentação sobre projeto(s) similar(es) realizado(s) pela instituição proponente, contendo imagens e/ou vídeos e informações.** Os links podem ser disponibilizados com indicação de senha, sendo proibido envio de links que demandarão pedido de autorização de acesso.
- Ações culturais propostas que são recortes de um projeto mais amplo deverão contar com Plano de Comunicação específico ao recorte proposto, obedecendo ao que está determinado no item 6.a – Comunicações.

7. Processo Seletivo

O processo seletivo será composto das seguintes etapas:

- a) **Triagem**
- b) **Análise de Conteúdo**
- c) **Aderência**
- d) **Pontuações Adicionais**
- e) **Definição de Selecionados**

Poderão ser solicitadas às instituições proponentes informações e documentações adicionais ao longo do processo seletivo. As informações e documentos serão solicitados por mensagem enviada ao e-mail cadastrado na plataforma de inscrições, devendo ser respondida nos prazos indicados na mensagem.

a) **Triagem**

Como etapa preliminar da seleção, todas as propostas recebidas serão avaliadas quanto à adequação a termos e exigências deste regulamento, preenchimento adequado do formulário de inscrição e apresentação de informações e documentos obrigatórios.

b) **Análise de conteúdo**

As propostas que seguirem para esta etapa serão analisadas por Comissão Julgadora formada por pareceristas externos experientes na área cultural, sob os seguintes critérios e pontuações:

- **Objetividade da proposta (até 20 pontos)**
Conteúdo e tipo de atividades previstas: adequação ao tema, programação indicada, clareza na apresentação da proposta, alinhamento ao regulamento.
- **Mérito artístico e cultural (até 20 pontos)**
Consistência da proposta e das atividades previstas no contexto artístico e cultural brasileiro, originalidade e histórico de edições/projetos anteriores indicados que apresentem relação com a proposta recebida.
- **Experiência da instituição proponente e da equipe técnica (até 20 pontos)**
Histórico da instituição proponente no campo cultural, trajetória, grau de reconhecimento público, portfólio de projetos já realizados e capacidade técnica da equipe responsável pela execução.

- **Exequibilidade da proposta (até 20 pontos)**

Viabilidade de execução do escopo proposto para o projeto, incluindo a adequação do orçamento.

- **Fortalecimento da Economia Criativa (até 20 pontos)**

Robustez e entregas dos aspectos de estímulo ao desenvolvimento da economia criativa, tais como: realização de ações para formação de redes, transversalidade com outros setores da economia brasileira, potencial de geração de emprego e/ou renda, engajamento e fortalecimento de profissionais do setor de atuação do projeto nos diversos territórios onde serão realizadas as ações culturais, ações voltadas para sustentabilidade, tratamento do impacto ambiental e social.

c) Aderência

Os projetos que obtiverem as maiores pontuações na etapa anterior serão analisados pela Petrobras, com linha de corte de no mínimo 2 (duas) vezes o valor total da Seleção em projetos classificados somados. Contaremos também nesta etapa com contribuições de representantes do Ministério da Cultura-MinC (Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural-Sefic, Secretaria do Audiovisual-SAv e Fundação Nacional de Artes-Funarte) e da Agência Nacional de Cinema-ANCINE:

Análises Petrobras:

- Aderência do escopo proposto ao posicionamento de marca e às estratégias/ações de comunicação da Petrobras;
- Aderência às diretrizes do Programa Petrobras Cultural;
- Registros de patrocínios anteriores da Petrobras ao projeto/proponente.

Verificações Minc e ANCINE:

- Atendimento das normas previstas nas legislações de incentivos fiscais (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual);
- Regularidade das instituições proponentes junto a estes órgãos.

d) Pontuações Adicionais

As propostas aptas e mais bem avaliadas na etapa anterior, com linha de corte de no mínimo 1.5 (uma vez e meia) o valor total da Seleção em projetos classificados somados, receberão pontuações adicionais referentes aos territórios e às ações afirmativas para grupos sub-representados, conforme descrito no item “4 - Diversidade e Economia Criativa”.

e) Definição de Selecionados

As propostas com maior pontuação final após atribuição das pontuações adicionais serão analisadas nesta etapa, com linha de corte de no mínimo 1.2 (uma vez ponto dois) o valor total da Seleção em projetos classificados somados.

Nesta etapa os projetos serão considerados não apenas individualmente, mas também enquanto o conjunto de projetos que integrará o Programa Petrobras Cultural.

Os projetos serão analisados com base em suas pontuações, registros do processo e considerações das áreas de Comunicação e de Responsabilidade Social da Petrobras, Secretaria de Comunicação Social-SECOM, Ministério da Cultura-MinC (Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural-Sefic, Secretaria do Audiovisual-SAv e Fundação Nacional de Artes – Funarte), Agência Nacional do Cinema-ANCINE e Secretarias Estaduais de Cultura.

Para definição do conjunto de projetos selecionados serão observadas as seguintes premissas:

- Atendimento aos percentuais previstos de distribuição entre territórios brasileiros, temáticas, realizadores e públicos, conforme especificados no item “4.1-Diversidade”*;
- Equilíbrio de projetos entre os Eixos Temáticos;
- Presença de projetos de grande contribuição para o setor cultural;
- Presença de projetos inovadores/de grande destaque;
- Presença de projetos com oportunidades junto a iniciativas da Petrobras;
- Outros aspectos identificados como relevantes pelo grupo.

*Caso seja impossível alcançar os critérios previstos por inexistência de propostas compatíveis em valor/quantidade suficiente classificadas para esta etapa, será considerado o maior percentual e quantidade possíveis.

8. Inscrições

As inscrições são gratuitas e devem ser realizadas exclusivamente na plataforma digital a ser acessada em <http://petrobras.com.br/cultural/selecoes-publicas-culturais> entre os dias 23 de fevereiro de 2024 até as 18h do dia 08 de abril de 2024.

A proponente deverá escolher, na plataforma de inscrição, a AÇÃO DE PATROCÍNIO que considerar mais compatível com o seu projeto e preencher o formulário disponibilizado, devendo atentar aos critérios, valores máximos de cada ação descrita e demais itens deste regulamento.

Podem se inscrever pessoas jurídicas com CNPJ válido, de natureza cultural com ou sem fins lucrativos, de direito privado, que estejam sob controle acionário, estatutário ou majoritário

de brasileiro(a)s natos, naturalizado(a)s ou de estrangeiro(a)s residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos, com idade mínima de 18 (dezoito) anos. Para este processo seletivo, não serão aceitas inscrições de pessoa física, MEI (microempresa individual) ou EI (empresa individual).

A instituição proponente deve observar a inclusão do CNAE compatível com atividade proposta no CNPJ, com vistas a aderência às legislações de incentivo fiscal do Ministério da Cultura.

Cada proponente poderá inscrever mais de uma proposta, mas somente uma proposta poderá ser selecionada por pessoa jurídica.

No caso de uma mesma proposta ser inscrita em duplicidade, será analisada apenas a última inscrita.

É permitida a inscrição de proponentes que possuam projeto patrocinado pela Petrobras. Caso a proposta tenha escopo semelhante a patrocínio em andamento, a nova proposta, se selecionada, somente poderá ser iniciada após o cumprimento do contrato vigente.

A não entrega de informações ou de documentos nos prazos a serem indicados pela Petrobras poderá acarretar a eliminação da proposta inscrita no processo seletivo.

É vedada a participação de funcionários da Petrobras e de suas subsidiárias, do Ministério da Cultura e suas instituições vinculadas, e dos profissionais envolvidos no processo de seleção, inclusive os integrantes da comissão julgadora, bem como seus cônjuges, companheiros(as), filhos(as) e enteados(as); e pessoas jurídicas de direito público de administração direta (prefeituras municipais, governo distrital ou estaduais e universidades estaduais ou federais). Excluem-se da vedação as fundações públicas de direito privado que possuam autonomia administrativa, jurídica e financeira.

Após realizada a inscrição, não será possível ajustar a proposta enviada. Se os ajustes forem considerados imprescindíveis pela instituição proponente, deverá ser preenchida nova proposta. Uma vez identificada a duplicidade pela Petrobras, a proposta mais antiga será desconsiderada.

Propostas já inscritas na plataforma, porém na modalidade “Escolha Direta”, necessitam de nova inscrição para participarem desta Seleção Pública, marcando no campo inicial do formulário de inscrição “Tipo de Seleção” que estão concorrendo à presente Seleção Pública.

Se existirem outros potenciais patrocinadores do projeto, já confirmados ou em negociação no momento da inscrição, essa informação deve constar em campo específico do formulário de inscrição, com os nomes e valores previstos de cada investidor.

O projeto inscrito poderá ser um recorte de um projeto mais amplo. Exemplos: sessão de debates de um festival, recorte juvenil de plano anual de instituição cultural.

9. Investimento

A **SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS** destinará **R\$ 250.000.000,00 (duzentos e cinquenta milhões de reais)** para viabilização dos projetos selecionados.

O valor máximo de cada proposta não poderá ultrapassar o valor máximo indicado para a Ação de Patrocínio para a qual a instituição proponente concorre, descrito no Anexo I – DESCRIÇÃO DAS AÇÕES DE PATROCÍNIO.

10. Uso de leis de incentivo

Os patrocínios serão realizados com a utilização de incentivos fiscais previstos na Lei 8.313/91 (Lei Rouanet) e na Lei 8.685/2006 (Lei do Audiovisual).

As propostas inscritas poderão ou não possuir o número de PRONAC (Lei Rouanet) ou de SALIC (Lei do Audiovisual), que são obtidos junto ao MinC e à ANCINE. Após o resultado divulgado, as propostas selecionadas que ainda não possuírem PRONAC ou SALIC deverão realizar inscrição na lei a ser utilizada, condição necessária para iniciar a Etapa de Contratação de Patrocínios.

Todos os proponentes, sejam projetos que irão se inscrever na Lei de Incentivo ou projetos que já estejam inscritos e possuam PRONAC ou SALIC, devem atentar às regras de inscrição da Lei de Incentivo que utilizarão, bem como manter os projetos, uma vez aprovados, aptos e com prazos de captação válidos e compatíveis, além de saldo suficiente para realização do valor da proposta, de forma a viabilizar que o patrocínio seja efetivado. Devem manter-se atentos, inclusive, aos prazos e procedimentos para eventuais prorrogações necessárias.

Para ambas as leis é imprescindível que as instituições proponentes obedeçam aos normativos vigentes que regulam os mecanismos de financiamento, inclusive atentando para a existência de CNAEs registrados nos seus CNPJs, compatíveis com as ações culturais a serem executadas nas propostas, sendo de sua inteira responsabilidade o atendimento a pendências que forem indicadas.

Os projetos devem estar inscritos na Seleção com o mesmo nome que utilizam nas leis de incentivo. Projetos que sejam um recorte de um plano anual/plurianual ou recorte de um projeto mais amplo devem fazer constar o nome do projeto inscrito na lei de incentivo entre parênteses, no título da proposta à Petrobras. Por exemplo “Exposições Tecnológicas (*Plano Anual Museu da Inovação - 2024*)”.

Igualmente, a instituição proponente deverá ser a mesma pessoa jurídica tanto na seleção da Petrobras quanto no registro do projeto nas leis de incentivos. Não será possível alterar a pessoa jurídica proponente do projeto.

Projetos selecionados que não utilizem o formato de PLANOS PLURIANUAIS poderão utilizar mais de um PRONAC ou SALIC, durante o prazo de vigência do contrato, caso isso seja necessário para viabilizar a conclusão do projeto.

11. Divulgação dos Projetos Selecionados

O resultado da SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS será divulgado no site da Petrobras, em <http://petrobras.com.br/cultural/selecoes-publicas-culturais>, e nos canais digitais da Petrobras, ocasião em que serão apresentados os parceiros externos que integraram a comissão julgadora.

Todos os participantes serão comunicados do resultado pelo e-mail cadastrado na plataforma digital de inscrição.

12. Período de Realização dos Projetos

As propostas deverão ser apresentadas com previsão de **início entre 16 de setembro de 2024 e 16 de setembro de 2025**, sendo as datas sujeitas a alteração na Etapa de Contratação. O escopo das propostas, com exceção de projetos de longas metragens, deve ser realizado no período de até 12 (doze) meses a contar da data de início proposta. Em caso de projeto de plano plurianual ou por edições, a proposta deverá ser apresentada somente com as atividades do plano que serão realizadas em período de 12 (doze meses), não devendo indicar ações referentes aos anos e/ou edições seguintes.

Para longas metragens, a data de término deverá ser compatível com a previsão da estreia comercial ou do lançamento em canal/streaming, no caso de filmes que não irão para cinemas. Deve-se atentar que a duração máxima de tais projetos deverá atender aos critérios indicados no Anexo I – Ações de Patrocínio.

O patrocínio somente se efetivará após finalizada com sucesso a Etapa de Contratação e consequente assinatura do contrato de patrocínio.

Em função do volume de projetos a serem contratados, estima-se não ser possível o início de todos os patrocínios nos prazos ou na edição originalmente indicados pela instituição proponente, o que poderá demandar escalonamento da contratação, a critério da Petrobras. Dessa forma, o patrocínio poderá ser iniciado em data posterior à prevista, ou em edição seguinte à proposta original. O período previsto para início das negociações e vigência do

patrocínio será informado individualmente a cada proponente com proposta selecionada, em até 30 (trinta) dias após o resultado da Seleção. Essas datas serão informadas também à Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural-Sefic do Ministério da Cultura e à Agência Nacional de Cinema-ANCINE, de forma que sejam viabilizadas as análises das propostas ainda não inscritas nas leis de incentivo e eventuais ajustes nos projetos já inscritos, dentro dos prazos para as contratações. A aprovação dos projetos nas leis de incentivo estará sujeita também às informações contidas nas propostas, bem como as respostas às diligências de forma correta e em tempo hábil, por parte dos proponentes.

13. Contratação de Patrocínios

Após divulgação do resultado, os proponentes responsáveis pelos projetos selecionados serão convidados a iniciar a Etapa de Contratação de Patrocínios, conforme escalonamento mencionado no item acima. Os projetos serão devidamente comunicados através do e-mail cadastrado na plataforma de inscrição.

É obrigatório que o projeto já tenha inscrito sua proposta na Lei Rouanet ou Lei do Audiovisual para que seja iniciada a Etapa de Contratação de Patrocínios. A aprovação na lei a ser utilizada poderá ser obtida durante o processo de negociação.

A seleção do projeto não implica automaticamente em sua contratação, tampouco na obrigação de realizar o patrocínio ou na concessão do valor integral solicitado.

A Etapa de Contratação de Patrocínios é iniciada pelo processo de negociação, no qual poderão ser solicitadas informações adicionais, tais como detalhamento de escopo, planos de comunicação e planilha orçamentária. Os documentos e certidões que serão solicitados nesta etapa serão os usuais para os contratos de patrocínio da Petrobras e estão listados mais abaixo.

Todos os projetos selecionados passarão por análise das acessibilidades propostas e poderão receber recomendações, que deverão ser consideradas pelas instituições proponentes no processo de contratação.

A Petrobras poderá fazer contraproposta para o valor solicitado de patrocínio ao projeto e propor ajustes de escopo e adaptação de contrapartidas. Além de serem verificadas as contrapartidas propostas, deverão ser incluídas nos projetos as contrapartidas padrão da Petrobras compatíveis com o perfil e escopo do projeto, que constam no Anexo II – CONTRAPARTIDAS DE REFERÊNCIA. As contrapartidas negociadas com a Petrobras estarão de acordo com os regramentos da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, e suplementarão as contrapartidas mínimas exigidas pelas referidas leis. Serão negociados eventuais ajustes em cronogramas de pagamento, prazos, datas e outros aspectos e oportunidades que se façam

relevantes, referenciando os termos obrigatórios deste regulamento e a proposta recebida. Assim, poderá ser necessário que a instituição proponente realize acertos em seu projeto também junto à Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural-Sefic (Lei Rouanet) ou à ANCINE (Lei do Audiovisual), após o resultado da negociação com a Petrobras.

É imprescindível para a efetivação do patrocínio que o projeto esteja autorizado para captação de recursos com incentivos fiscais permitidos pelo Ministério da Cultura ou pela ANCINE, com PRONAC ou SALIC compatível, apto para captação e com saldo a captar, no prazo máximo de 90 (noventa) dias a contar do início da convocação para o processo de negociação. Não serão assinados contratos de patrocínio com projetos que não tenham obtido PRONAC ou SALIC.

A versão final negociada do projeto é apresentada pela Petrobras à SECOM – Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal para validação final, etapa obrigatória para a assinatura dos contratos de patrocínio de empresas públicas e de economia mista federais.

Havendo impedimento de contratação de um projeto por qualquer motivo, a contratação não será efetivada.

O processo de contratação será conduzido no portal denominado PETRONECT, de gestão da Petrobras, ou outro portal eletrônico a ser indicado pela empresa. A instituição proponente será responsável por fazer seu cadastro de acordo com instruções que serão enviadas oportunamente aos projetos selecionados.

O contrato de patrocínio somente poderá ser assinado com a instituição proponente indicada na proposta original, sem possibilidade de troca.

É permitida a participação de outros patrocinadores nos projetos, desde que, se já negociados, estejam previamente informados no campo específico do formulário de inscrição, com os valores correspondentes. Patrocinadores adicionais que sejam obtidos pelos projetos também deverão ser comunicados tão logo sejam efetivados, mesmo posteriormente ao contrato ter sido assinado com a Petrobras. Deverá ser sempre mantida a chancela de patrocinadora principal para a Petrobras.

Os projetos patrocinados não poderão contar com patrocínio de empresas que detenham marcas, produzam e/ou comercializem produtos ou serviços concorrentes com os da Petrobras.

A documentação abaixo deverá ser enviada pelos projetos selecionados, quando solicitado pela Petrobras:

- Comprovação de inscrição da proposta ou do projeto aprovado na Lei de Rouanet ou Lei do Audiovisual.

- Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União – (PGFN);
- Certificado de Regularidade do FGTS - CRF;
- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT;
- Cópia do documento de identidade do representante legal, responsável pela assinatura do contrato, da instituição proponente;
- Cópia do CPF do representante legal, responsável pela assinatura do contrato, da instituição proponente;
- Comprovante de inscrição e situação cadastral no CPF;
- Comprovante de inscrição e situação cadastral no CNPJ;
- Cópia do estatuto da entidade com eleição do atual representante legal ou Cópia do Contrato Social;
- Cópia de Ata de Assembleia com eleição do atual representante legal da entidade ou Cópia Última Alteração Contratual;
- Publicação no Diário Oficial da União autorizando a captação do recurso do patrocínio (somente para patrocínios com incentivo fiscal);
- Dados Bancários;
- Declaração UNIFICADA PARA CELEBRAÇÃO DE CONTRATOS DE PATROCÍNIO (digitalizada, tendo sido datada e assinada pelo representante que assinará o instrumento contratual).
- Atestado de CMDCA (se o projeto trabalhar com crianças e adolescentes).

Independente da documentação exigida para aprovação da Lei Rouanet e Lei do Audiovisual pelo MinC ou pela ANCINE, não serão contratados pela Petrobras projetos de proponentes que, no momento da contratação:

- a) Façam parte da listagem de “Empresas Impedidas de Transacionar com a Petrobras”, constem como inidônea no Portal da Transparência da Controladoria Geral da União ou possua algum impedimento para contratação, conforme previsto na legislação;
- b) Não estejam em situação regular em relação aos seguintes documentos:
 - i. Certificado de Regularidade do FGTS;
 - ii. Certidão Negativa, ou Positiva com Efeitos de Negativa, de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND ou CPEND/CPEN), para fins de comprovação de regularidade com a Seguridade Social. Quando a Certidão apresentada for positiva, a instituição proponente convocada para assinar o contrato deve apresentar documentos expedidos pela Receita Federal do Brasil, denominados de “Pesquisa de Situação Fiscal e Cadastral” e “Relatório Complementar de Situação Fiscal”, para comprovar à Comissão de

Negociação que o débito fiscal não se refere a tributos que são fontes de custeio da Seguridade Social, quais sejam: contribuição previdenciária, PIS/PASEP, COFINS, CSLL, PIS-PASEP-Importação e COFINS-Importação);

- iii. Certidão de Débitos Trabalhistas;
- c) Possuam título protestado ou débito inscrito no CADIN, cujo valor possa, a juízo da Petrobras, comprometer a eficiente execução do Instrumento Contratual;
- d) Estejam em recuperação judicial ou extrajudicial, insolvência notória ou situação econômico-financeira comprometida;
- e) Tenham comprovação de existência de irregularidades que denunciem dolo, má fé ou grave omissão por parte da instituição proponente de patrocínio.

A instituição proponente cujo projeto for selecionado será submetida à análise de risco de integridade durante o processo de contratação, conforme critérios utilizados pela Petrobras. Serão eliminados os projetos de instituições que sejam classificadas com grau de risco de integridade (GRI) alto. O grau de risco alto é determinado muitas vezes pelas situações indicadas acima. As regras e os critérios adotados pela Petrobras para a aplicação da Due Diligence de Integridade – DDI e a atribuição do GRI estão disponíveis na aba “Compliance” do Canal fornecedor da Petrobras na Internet, que pode ser consultado em: <https://canalfornecedor.Petrobras.com.br/pt/compliance/du-diligence-de-integridade/>.

14. Acompanhamento e Fiscalização

Os contratos de patrocínio serão gerenciados e fiscalizados conforme padrões e normativos internos da Petrobras. A quantidade e periodicidade das fiscalizações presenciais e/ou virtuais serão definidas de acordo com a natureza e individualidade de cada projeto. O cronograma de pagamento obedecerá às entregas de relatórios de comprovação da realização das atividades e das contrapartidas definidas na etapa de negociação (pagamentos por entregas definidas conjuntamente de acordo com o perfil do projeto). O pagamento da última parcela só poderá ocorrer após a aprovação do relatório final do patrocínio com evidência de todas as ações e contrapartidas realizadas, conforme estará disposto nas cláusulas contratuais.

15. Cronograma

A **SELEÇÃO PETROBRAS CULTURAL – NOVOS EIXOS** seguirá o cronograma abaixo (sujeito a alterações previamente comunicadas):

Etapa	Período
Inscrições	23/02/24 a 08/04/24 às 18 horas.
Divulgação do Resultado	23/07/24
Início da Etapa de Contratação de Patrocínios	A partir de 23/07/2024
Início da vigência dos projetos	A partir de 16/09/2024, seguindo escala a ser informada a cada projeto.

16. DISPOSIÇÕES FINAIS

As dúvidas sobre o preenchimento ou outros aspectos desta Seleção poderão ser esclarecidas por meio da seção “Perguntas Frequentes” no site <http://petrobras.com.br/cultural/selecoes-publicas-culturais> e pelo e-mail selecaocultural@petrobras.com.br. Serão respondidas as dúvidas recebidas por e-mail até a data limite de 02/04/2024.

O descumprimento de qualquer regra contida neste regulamento pode implicar na desclassificação imediata do projeto.

A Petrobras reserva-se o direito de não utilizar o valor total previsto para a seleção, bem como de não celebrar contratos com os proponentes selecionados, por motivos de conveniência e oportunidade, a seu critério exclusivo, não ensejando qualquer indenização aos inscritos.

Todo e qualquer ato, contrato ou compromisso firmado pela instituição proponente, para fins de participação neste processo de seleção ou de execução do contrato, é de sua única e exclusiva responsabilidade.

Situações não previstas deverão ser registradas através do e-mail selecaocultural@petrobras.com.br e serão analisadas pela área responsável pelos patrocínios culturais da Petrobras.