



2019



Centro Cultural Banco do Brasil

Apresentação

- **30 anos** de atuação, consolidando-se como uns dos principais centros culturais no cenário cultural brasileiro e internacional;
- RJ, DF, SP e BH;
- Mais de **93 milhões de visitantes**;
- Mais de **4.300 projetos**.



O que é o CCBB?

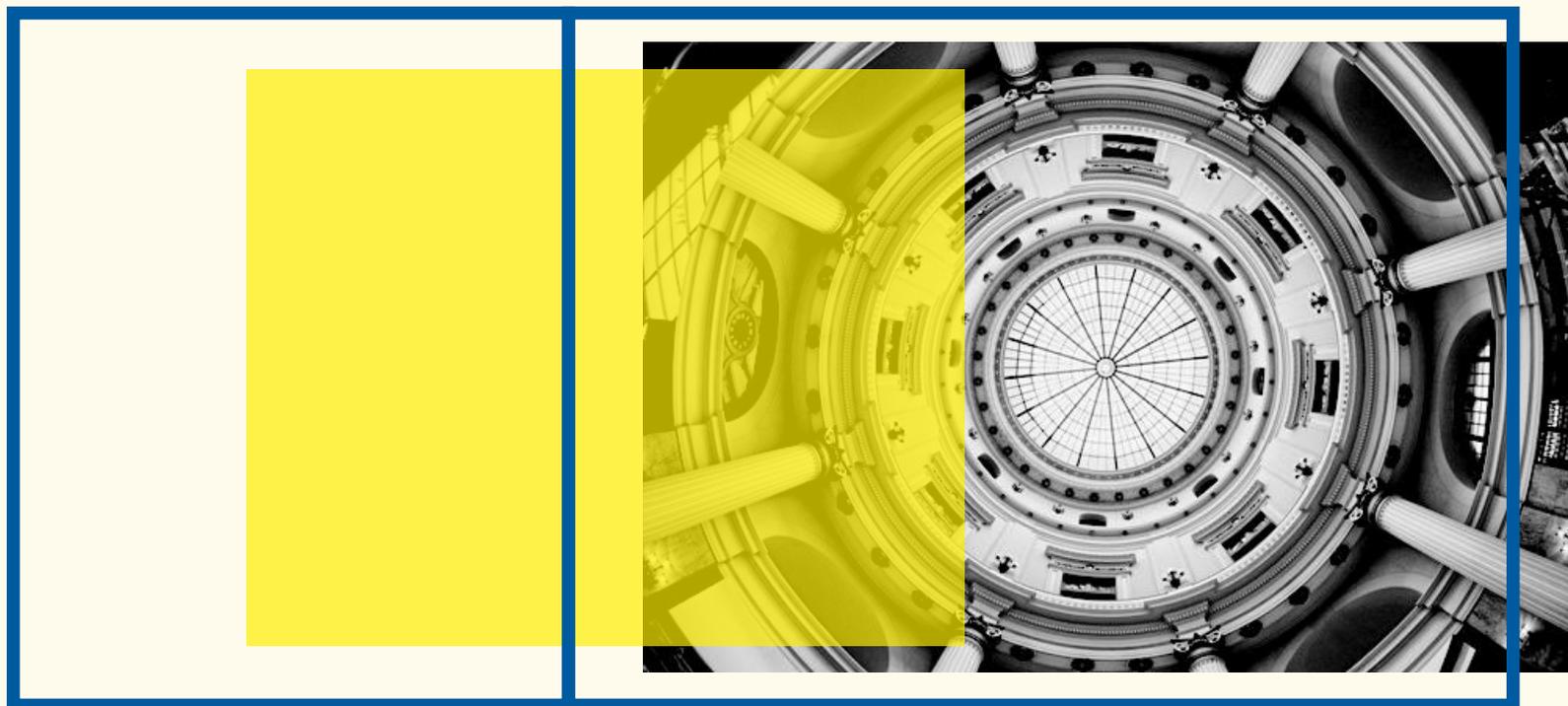
- **Espaço multidisciplinar;**
- **Atrações regulares** nas áreas de cinema, teatro, música, dança, exposições e arte-educação;
- **Acesso a manifestações artístico-culturais nacionais e internacionais resultantes do diálogo entre o passado e o presente.**

Investe em:

- **Preservação da memória;**
- **Diferentes manifestações culturais;**
- **Programas de formação e informação** direcionados aos mais variados públicos;



- **Líderes de público** no ranking nacional e internacional de museus e centros culturais, segundo ***The Art Newspaper***, conceituada revista britânica especializada em arte.



- Desde 2011, o CCBB RJ, mantém o primeiro lugar, como o espaço cultural brasileiro mais bem colocado na lista que traz os 100 museus mais visitados do mundo.
- **2017 (edição 2018): CCBB RJ - 48^a posição; CCBB DF - 59^a posição.**



Ranking 2017 (edição 2018):

- **as três primeiras colocações no Top 10 foram abrigadas pelo CCBB RJ;**
- **CCBB RJ (1,4 milhão de visitantes) e DF (1,2 milhão de visitantes) figuram entre os 100 espaços culturais mais visitados;**
- **A exposição Mondrian e o Movimento de Stijl, emplacou a sexta mostra mais visitada do planeta, sendo a única instituição brasileira a integrar a lista dentre as 10 mais bem colocadas.**

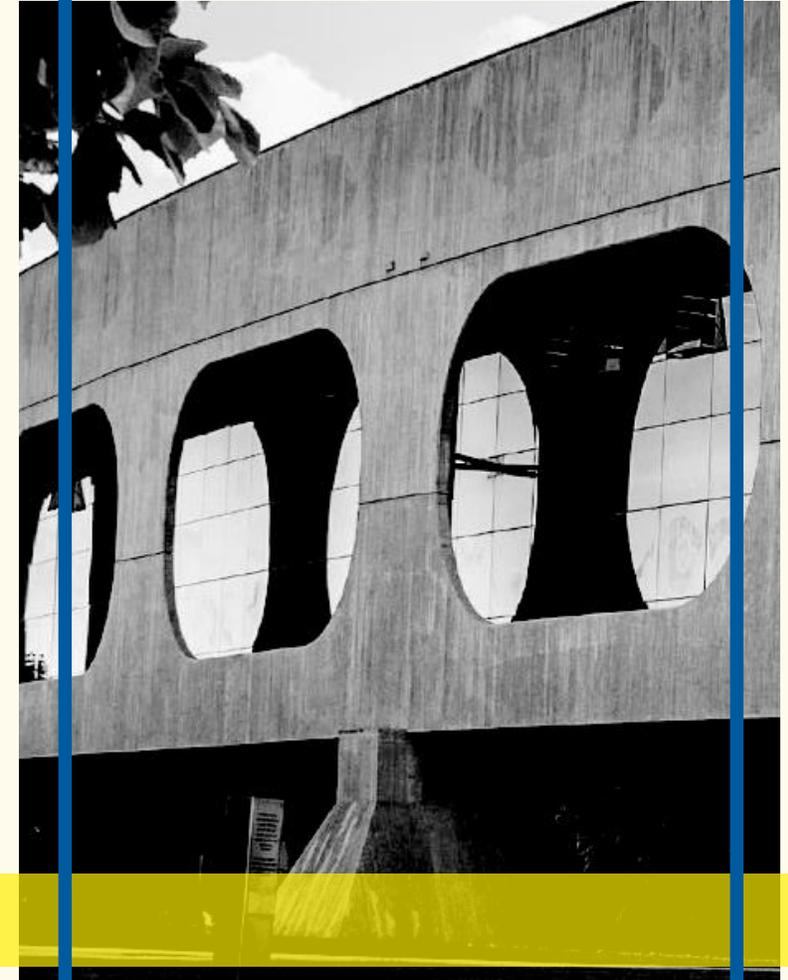
As posições de 2018 serão publicadas pela revista em abril/2019.

Programa Educativo, Acessibilidade e Fomento

Programa Educativo

- Ações educativas baseadas e integradas à grade de programação;
- Mais de 1,73 milhão de pessoas atendidas, nos últimos cinco anos;
- Experiência educacional cultural valiosa e única;
- Formação de público: linguagem dirigida a estudantes do ensino fundamental e médio, a fim de tornar alunos e professores **potenciais multiplicadores de conhecimento**;
- Cursos e formação continuada nos processos museológicos, laboratório de crítica e reflexão sobre arte, jornalismo cultural, memória e patrimônio;

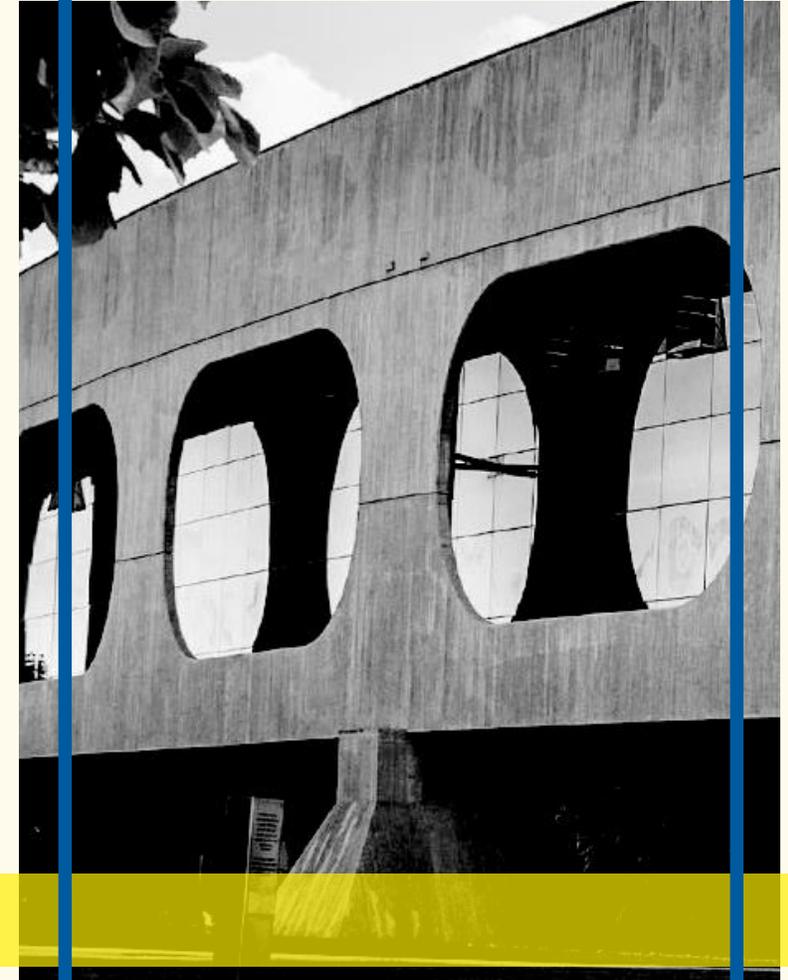
Social



Acessibilidade

- Transporte gratuito;
- Instalações prediais acessíveis;
- Ingressos a preços populares;
- Acesso gratuito à exposições, debates, palestras, etc;
- Projetos internacionais: acesso à obras mundialmente conhecidas, proporcionando experiências e formação multicultural;
- Abrangência de público: projetos que atendam a diferentes pessoas com diferentes faixas de renda, idade, gêneros, possuindo acessibilidade para as diferentes deficiências, seja visual, auditiva, motora, mental, intelectual etc.

Social

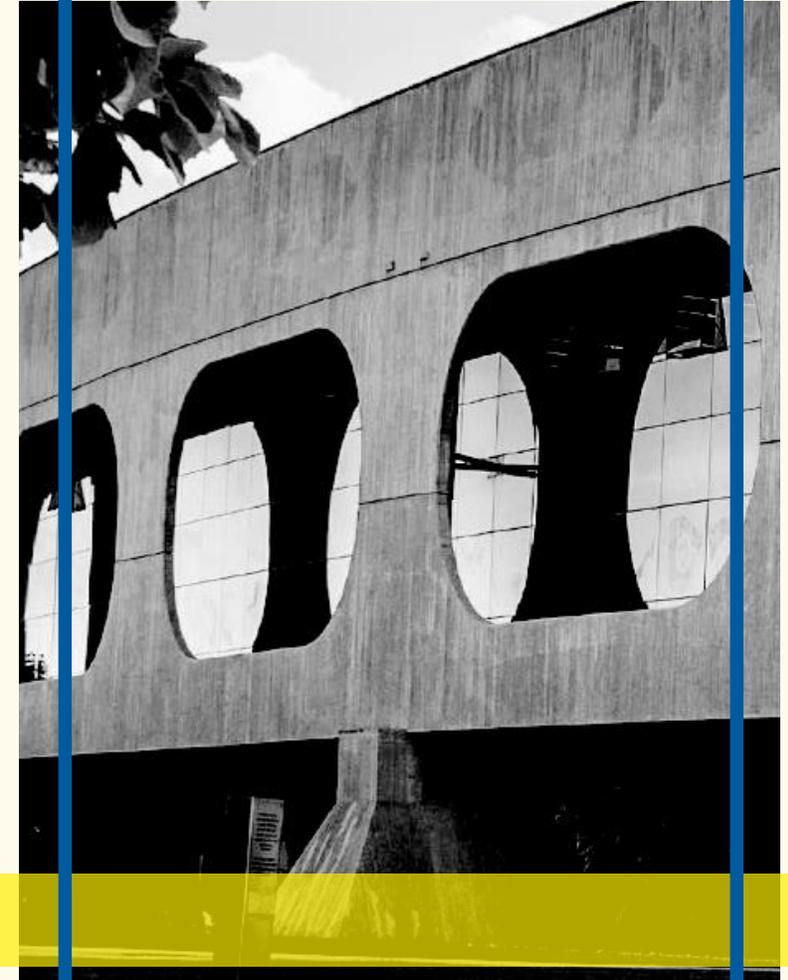


Fomento

Compromisso com a pluralidade: projetos que valorizam a diversidade, a brasilidade, a cultura e os valores nacionais, fatos históricos e as manifestações tradicionais e/ou folclóricas:

- Incentivo à novos artistas;
- Patrocínio à cias nacionais (artes cênicas);
- Efemérides nacionais (música);
- Pluralidade: diversidade, brasilidade, cultura e valores nacionais, fatos históricos e as manifestações tradicionais e/ou folclóricas;

Social



AÇÕES DE RELACIONAMENTO

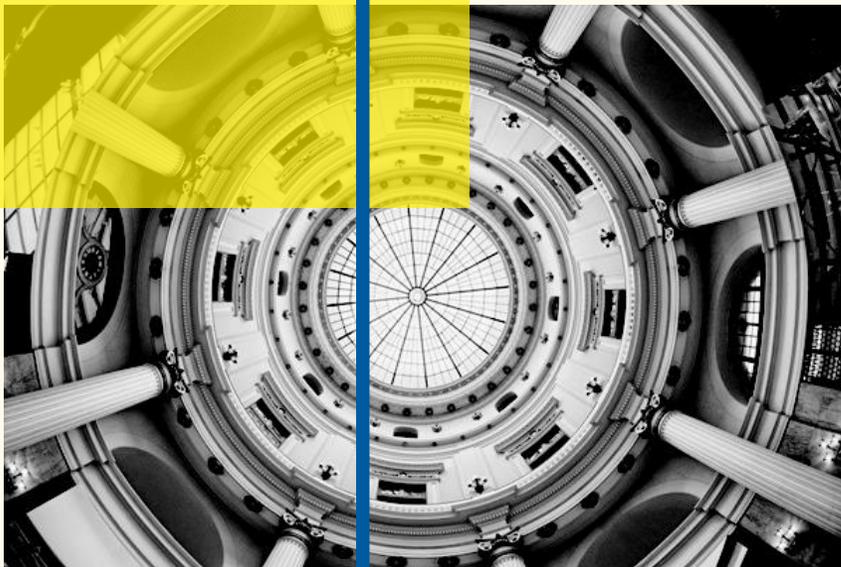


Os CCBBs constituem importantes ferramentas de ações de relacionamento com públicos de interesses do BB e *prospects*.

Exemplos de **benefícios** oferecidos a clientes:

- venda antecipada de ingressos;
- descontos e sessões exclusivas;
- coquetéis de abertura de exposições e pré-estreia de espetáculos;
- *meet and greet com artistas*;
- agendamento exclusivo para visitas mediadas;
- desconto nos concessionários (livrarias, cafés, restaurantes) que atuam dentro dos CCBBs.

Marca



A atuação do Banco do Brasil, por meio dos CCBBs, dialoga com o posicionamento do BB:

Uma empresa brasileira inovadora que conecta as pessoas às suas realizações.

e ainda espelha os seus valores:

Foco no Cliente, Inovação, Ética, Protagonismo, Confiabilidade, Eficiência e Espírito Público.

Resultados dos investimentos em marketing cultural feitos pelo Banco do Brasil, em 2018:

- Investimento de **R\$ 43 milhões**;
- **R\$ 1,177 bilhão**, retorno de mídia espontânea (CDN (IQEM-V));
- CCBBs são responsáveis por **32%** da visibilidade do Banco;

Edital

Os Valores e Posicionamento de Marca da Instituição, permearam a definição do Eixo Curatorial, que traduz os critérios de seleção para a escolha dos projetos que irão compor essa programação.

- Inovação;
- Pluralidade;
- Acessibilidade;



Edital

A **seleção adequada** desta programação **reflete-se nos indicadores de retorno de mídia e na quantidade de visitantes dos Centros**, resultados importantes para rentabilizar e justificar os investimentos do Banco do Brasil nos CCBBs.

Os editais garantem impessoalidade, isonomia, transparência e acesso.



Programação cultural regular, de qualidade, nacional e internacional, acessível a todos os públicos.

Agentes incentivadores da cultura:

- **experiências interativas e transformadoras;**
- formação e o desenvolvimento cultural da sociedade brasileira.

Centros de referência em arte e cultura, no Brasil e no mundo.

Programação



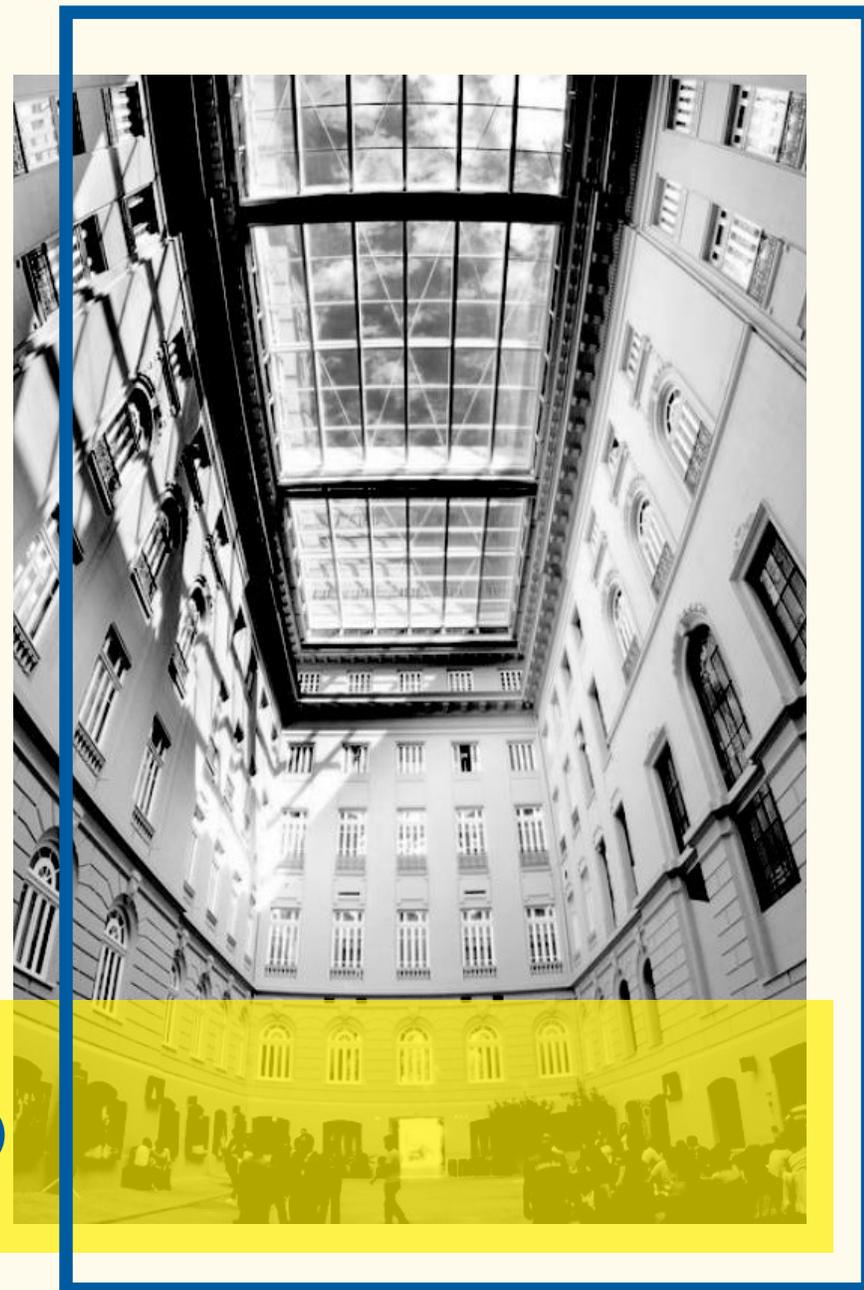
Objetivos da Programação:

- estimular a reflexão;
- oferecer uma experiência diferenciada para o público;
- aproximar e fortalecer a marca BB junto aos públicos de interesse e frequentadores.

A programação tem o compromisso com:

- sustentabilidade;
- inclusão social, enfatizando a democratização, a igualdade de oportunidade e o acesso por meio de seleção pública para escolha de projetos.

Programação





Obrigado