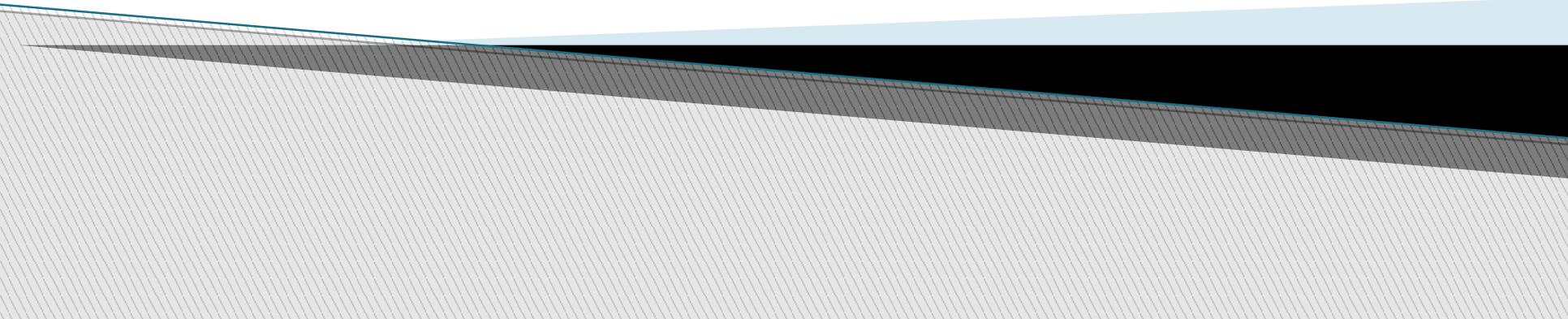


Orientações para Elaboração de Projetos Culturais



Ponto de partida

- ▶ Perguntas norteadoras:
- ▶ O que é o projeto (o que pretende fazer)?
- ▶ Por que foi pensado e proposto (importância do projeto)?
- ▶ Quem o desenvolverá (principais envolvidos e suas funções)?
- ▶ Como será realizado?
- ▶ Quando e onde?
- ▶ Quanto custará?
- ▶ Como será divulgado?
- ▶ Tenha o cuidado de escrever no máximo 01 página para cada item, com texto sempre claro e objetivo.

Apresentação

Na apresentação é preciso descrever o objeto do projeto.

Atenção: O objeto é, em última instância, uma “ação ou atividade cultural” e, por isso, acontece em um lugar, em determinado período, é realizado por uma pessoa ou um grupo de pessoas, por determinadas razões, podendo estar associado a conceitos ou a movimentos artístico-culturais tradicionais ou contemporâneos.

Apresentação

Como fazer: A apresentação ou descrição é uma síntese do projeto. Comece com um histórico do projeto (da ação ou atividade a ser realizada), descreva como surgiu a ideia de realizá-lo, qual a sua importância, número de pessoas envolvidas, principais objetivos, a qual público se destina e, finalmente, em que período e local ocorrerá.

Objetivos

Os objetivos devem expor os resultados que se pretende atingir, os produtos finais a serem elaborados, benefícios da ação ou atividade cultural proposta, se possível a curto, médio e longo prazo.

Objetivos

Atenção: Um projeto pode ter mais de um objetivo, geralmente tem-se um objetivo geral e outros específicos (decomposição do geral), mencione todos, tendo o cuidado de formular objetivos específicos que contribuam para o alcance do objetivo geral e que, também, possibilitem verificação do cumprimento do projeto.

Objetivos

Como fazer: Faça um pequeno parágrafo com o objetivo geral e organize em tópicos os específicos.

Os objetivos devem iniciar com um verbo, ser claros e sucintos.

Justificativa

Na justificativa devem ser apresentadas as razões para a realização do projeto.

Atenção: Além de explicitar as razões pelas quais se tomou a iniciativa de realizar o projeto proposto, é preciso enfatizar quais circunstâncias favorecem a sua execução, o justificam e o diferenciam, e também quais suas contribuições para o desenvolvimento cultural do público ao qual se destina ou da localidade/região na qual se insere.

Justificativa

Como fazer: Este é o momento de convencimento da importância do projeto e da capacidade do proponente em realizá-lo. Cuidado para não se perder em detalhes que não estão diretamente vinculados ao projeto, dê ênfase aos seus principais atributos.

Lembre-se que o projeto deve ser justificado culturalmente. Falem dos seus principais atributos tais como: sua criatividade, contemporaneidade, tradição, irreverência, popularidade, entre outros.

Público alvo

Identifique, em tópicos, o(s) público(s) ao qual o projeto se destina, presumindo, sempre que possível, uma quantidade direta e indireta do público a ser atingido.

Atenção: As características do projeto ou mesmo a trajetória do proponente podem já ter ou indicar um determinado público, que já possua um envolvimento com a ação ou atividade cultural proposta ou, ao contrário, a desconheça ou não tenha acesso e possa dela se beneficiar de alguma forma.

Público alvo

Como fazer: Alguns aspectos podem auxiliar na definição do público: onde o projeto será desenvolvido, a linguagem a que se refere (artes visuais, dança, música, teatro, etc), sua proposta (experimental, popular, massiva, erudita, etc), entre outros.

Se o proponente conhecer seu público pode ainda detalhar aspectos como faixa etária, área de atuação, condições de vida, etc.

Resultados previstos

Apresentar os resultados a serem atingidos pelo projeto, os benefícios produzidos a partir da sua realização.

Atenção: Os resultados devem ser mensuráveis e revelar o alcance dos objetivos específicos.

Resultados previstos

Se possível apresentar dados quantitativos, como: número de espetáculos ou mostras, público atingido, cidades abrangidas, etc.

Como fazer: Volte ao item “objetivos” e tente traduzi-lo em resultados práticos ou produtos, que possam ser vistos ou experimentados. Busque resultados, se possíveis quantificáveis, para cada objetivo específico, analisando os que, de fato, são viáveis de se concretizarem.

Estratégia de Ação

A estratégia de ação ou base operacional, explica como o projeto será realizado, detalhando suas etapas.

Atenção: A estratégia de ação do projeto deve ser coerente com os itens “orçamento” e “cronograma”.

Estratégia de Ação

Como fazer: Para elaborar a estratégia de ação volte aos itens “objetivos” e “resultados previstos” e liste todas as atividades que serão necessárias para atingi-los. Ordene as ações por etapas de realização e preveja o tempo de duração de cada uma. Liste também os serviços a serem desenvolvidos em cada etapa.

Cronograma

O cronograma situa no tempo as ações ou procedimentos necessários para a realização do projeto. Deve ser apresentado em forma de tabela, por itens e não em texto.

Atenção: Algumas ações são comuns a vários projetos, como: reserva do local de realização do projeto, impressão das peças gráficas, divulgação, inscrições, ensaios, montagem, estreia, pagamento de serviços e profissionais, prestação de contas, entre outros.

Cronograma

Em algumas ocasiões os editais e mecanismos de financiamento indicam um período de execução, o que significa que não se pode propor um cronograma que o extrapole.

Como fazer: O cronograma é consequência da “estratégia de ação”. Desenhe uma tabela contendo as etapas do projeto e seu período de execução (semana, quinzena ou mês).

O cronograma geralmente está dividido em pré-produção, produção e pós-produção, que significam, respectivamente, o momento prévio da execução do projeto, a sua execução de fato e o momento posterior.

Orçamento

O orçamento deve indicar todos os recursos financeiros necessários à execução do projeto, com valores unitários e totais.

Atenção: A maioria dos editais possui uma cota limite de financiamento. Caso o projeto ultrapasse o valor determinado, deverá comprovar a existência de outras fontes de financiamento. Neste caso, divida os totais em valor solicitado ao edital e valor total do projeto.

Orçamento

Como fazer: O orçamento também deve ser apresentado em forma de tabela, por itens e não em texto. Sugere-se que o orçamento pelo menos indique: item, valor unitário, quantidade e valor total. O valor total do projeto é a multiplicação de todos os itens anteriores.

Orçamento

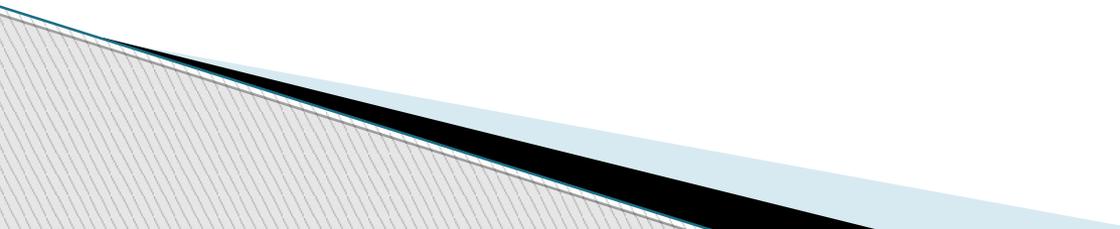
Remeta-se às ações indicadas no cronograma e veja quais gastos estão implícitos em cada uma delas.

Geralmente os projetos preveem recursos para: pessoal e serviços; infraestrutura e montagem; material de consumo; material gráfico; custos administrativos; comunicação e divulgação; impostos e taxas.

Plano de contrapartida

Deve indicar, com precisão, ações e atividades culturais a serem realizadas pelo proponente e demais envolvidos no projeto a título de contrapartida social.

Atenção: As ações e/ou atividades culturais indicadas devem estar articuladas com o projeto proposto e com as diretrizes da política cultural da instância a qual o projeto solicita financiamento.



Plano de contrapartida

Toda ação ou atividade cultural incide em um contexto econômico, social e político. Por esta razão, o proponente deverá pensar em como atuar neste contexto, tendo como princípio o compromisso cidadão.

Como fazer: Proponha ações ou atividades que estimulem a participação do público no projeto proposto ou que complementem ou potencializem os seus resultados.

Outras informações e Anexos

Fique atento a outras informações e anexos que podem ser solicitados.

- **Plano de Comunicação:** indicar em quais veículos de comunicação o projeto será divulgado. Em outras palavras, o plano descreve que tipo de publicidade, assessoria de imprensa e/ou marketing estão previstos.

É possível formular um plano de comunicação alternativo, mais barato e eficiente, se o proponente conhecer o seu público

Outras informações e Anexos

Plano de Cotas: quando o proponente estiver adaptando o seu projeto para a captação de recursos, deverá indicar cotas de patrocínio para que a empresa possa escolher. As cotas são níveis hierárquicos de parcerias: patrocínio, copatrocínio, apoio, promoção, colaboração, etc. Para cada cota determine um custo e uma divulgação da marca diferenciados.

Outras informações e Anexos

Plano de distribuição do produto: no caso de projetos que tenham produtos concretos, como CDs, livros, jornais, ou mesmo espetáculos e apresentações, o proponente deve indicar a tiragem de seu produto e sua distribuição. Em alguns editais e leis de incentivo, a instância financiadora solicita que 20% do produto seja distribuído de maneira gratuita, neste caso o proponente também deve listar quais entidades são beneficiadas, como bibliotecas, escolas públicas, videotecas, etc.

Outras informações e Anexos

Avaliação dos impactos e resultados: Estabeleça indicadores para avaliação do projeto quanto ao envolvimento do público, a divulgação, o número de beneficiados e seu grau de satisfação, a qualidade dos resultados, a viabilidade econômica do projeto, entre outros. Tais dados podem ser adquiridos através de pesquisa de público com questionários, de clippagens de materiais de imprensa, da quantidade de ingressos ou produtos vendidos, etc.

Outras informações e Anexos

Estimativa de arrecadação: multiplique o valor unitário do ingresso ou produto cultural pela quantidade pessoas poderão adquiri-lo – esta estimativa pode ser feita, por exemplo, a partir do número de lugares do local onde será realizado o projeto.

Ficha técnica: número de profissionais envolvidos, com respectivas funções.

Outras informações e Anexos

Currículo: resumo do proponente e dos principais envolvidos no projeto, com ênfase na área cultural.

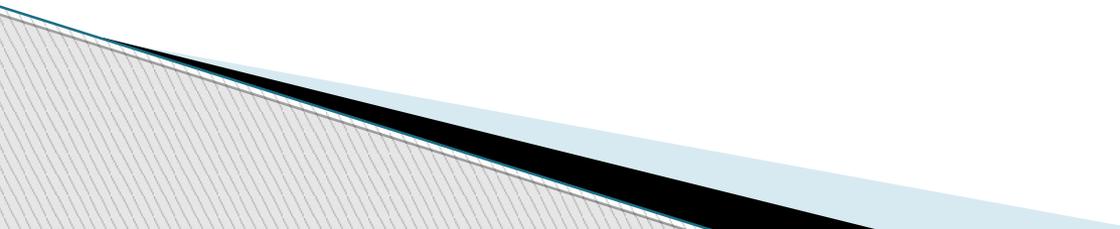
É interessante ressaltar a experiência do proponente em temas relacionados aos editais, quando for o caso.

Carta de anuência: comprovando a participação dos profissionais envolvidos indicados na ficha técnica.

Material gráfico: folders, matérias de jornal, DVD's, entre outros materiais que indiquem outros projetos do proponente.

EXERCÍCIO

Se junte a um grupo de pessoas que tenham experiência ou interesse na mesma área cultural que você – música, teatro, dança, artes visuais ou cultura popular. O grupo deve escolher um “projeto” para elaborar (pode ser um “projeto” que já exista ou o grupo pode criar um novo). Veja as possibilidades de cada área na tabela a seguir.



Sugestões

Discuta a ideia do projeto em conjunto com seu grupo e, em seguida, distribua funções entre os participantes e forme alguns subgrupos: uma parte se responsabiliza pela justificativa, pelos objetivos e resultados previstos, o segundo grupo desenvolve as estratégias de ação, o cronograma e orçamento, o terceiro grupo descreve qual o público-alvo do projeto, plano de contrapartida e elabora o plano de comunicação. Dessa maneira contemplamos todos os itens necessários em um projeto cultural.

Sugestões

Trabalhe a partir de uma ideia simples, de preferência em uma única área cultural, com um único produto – isso facilitará o entendimento do processo de elaboração.

Tópicos de um Projeto

Muito obrigado por seu tempo.

Vanderlei Lazzarotti

Especialista em Gestão Cultural

Contato: lava27@terra.com.br