

ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS II

Do cronograma à prestação de contas

Trilha 02: Agentes Comunitários Culturais

GUILHERME RAMOS



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



ESTADO DE
ALAGOAS



POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA



BLOCO 1

PASSO A PASSO DA EXECUÇÃO



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



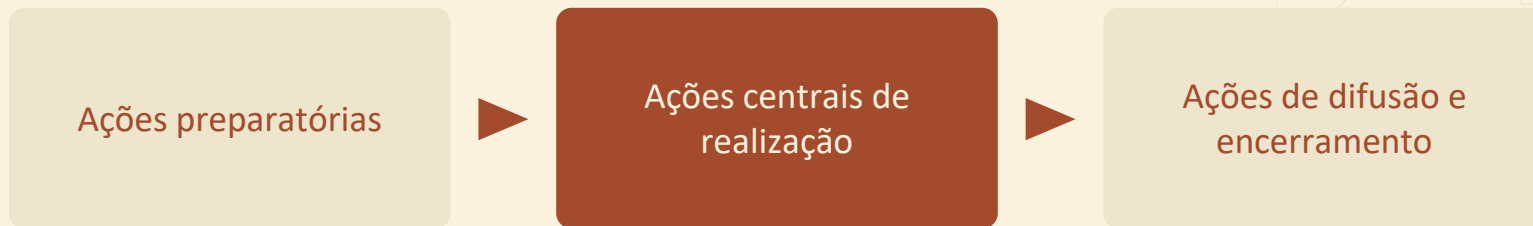
METODOLOGIA

Como o projeto ganha vida?

A **engrenagem** que conecta justificativa e objetivos à prática no território.

DESCRIÇÃO EXECUTÁVEL Detalhe formato, carga horária, locais, dinâmica e número de vagas de cada atividade.

FLUXO ENCADEADO



AS 3 FASES INEGOCIÁVEIS

do projeto

01

PRÉ-PRODUÇÃO

Planejamento, contratos, alvarás, licenças (ECAD/direitos autorais) e reserva de espaços.



02

PRODUÇÃO (EXECUÇÃO)

Montagem, realização dos eventos, equipe em campo e desmontagem.



03

PÓS-PRODUÇÃO

Pagamentos finais, clipping de mídia, relatório de metas e prestação de contas.

Momento da Pré-Produção	Atividade
Contratação de equipe e fornecedores	Assinatura de contratos de prestação de serviços com artistas, técnicos, assessoria de imprensa e fornecedores de som, luz e cenografia.
Licenciamento e alvarás	Obtenção de autorizações junto a órgãos públicos, como prefeituras, corpo de bombeiros, vigilância sanitária e órgãos de proteção ambiental ou do patrimônio histórico.
Gestão de direitos autorais	Liberação de direitos de execução musical (como ECAD), direitos autorais de textos, obras visuais ou licenças de tradução.
Reserva de espaços e logística	Confirmação de pautas em teatros, centros culturais ou praças públicas, além da reserva de transporte, passagens aéreas e hospedagem para equipes itinerantes.
Ajuste do cronograma e orçamento	Detalhamento do plano de trabalho de acordo com os prazos reais de desembolso e disponibilidade dos fornecedores.

Momento da Produção	Atividades Principais	Responsáveis Diretos
Montagem (Pré-evento)	Instalação de praticáveis, afinação de som e iluminação, montagem de cenários e sinalização de acessibilidade.	Direção técnica, montadores, técnicos de som/luz e cenógrafos.
Execução (Realização)	Recepção de público, controle de bilheteria/portaria, passagem de som, mediação de oficinas e coordenação de palco.	Produtor executivo, produtores de campo, orientadores e equipe de recepção.
Desmontagem (Pós-evento)	Desmontagem de estruturas, conferência de equipamentos locados, limpeza do espaço e devolução do local.	Equipe de produção, técnicos e fornecedores de infraestrutura.

Momento da Pós-Produção	Atividade
Pagamentos finais e quitações	Liquidação de notas fiscais pendentes, recolhimento de impostos e emissão de termos de quitação com fornecedores e equipe artística.
Organização de clipping e registros	Compilação de matérias jornalísticas, publicações em redes sociais, fotos, vídeos, listas de presença e relatórios de bilheteria.
Elaboração de relatórios de execução	Redação do relatório de cumprimento de metas, contendo os indicadores de público atendeu ao projeto e os impactos gerados.
Prestação de contas financeira	Organização da planilha final de despesas com os respectivos comprovantes bancários, notas fiscais e recibos.
Avaliação de resultados	Reunião da equipe principal para analisar o desempenho do projeto, os custos reais em relação ao orçamento e os pontos de melhoria.

Pré-produção	Produção	Pós-produção
Assinatura de contratos com artistas	Passagem de som e iluminação	Pagamento do cachê final e emissão de recibo
Pagamento de taxas de alvará e ECAD	Mediação de público e acessibilidade no local	Coleta e organização de matérias de imprensa (clipping)
Confecção de peças gráficas e divulgação inicial	Registro fotográfico e filmagem do evento	Consolidação dos relatórios de público e bilheteria
Reserva de transporte e hospedagem	Coordenação de camarim e alimentação no dia	Montagem do relatório final de prestação de contas

BLOCO 2

TEMPO, EQUIPE E IMPREVISTOS



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



CRONOGRAMA FÍSICO

Dominando o tempo

OS 4 COMPONENTES

01

Prazos e duração

02

Responsáveis

03

Dependências entre
tarefas

04

Marcos de
acompanhamento
(milestones)

A IMPORTÂNCIA DAS MARGENS (BUFFERS)

Insira janelas de respiro de 3 a 5 dias para evitar que atrasos burocráticos afetem o evento.

Fase	Atividade	Duração	Dependência	Responsável	Marco (Milestone)
Pré-produção	Contratação de equipe e artistas	Semanas 1 a 3	Aprovação do projeto	Direção de Produção	Contratos assinados
Pré-produção	Reserva e alvará do local	Semanas 2 a 4	Definição de datas	Produção Executiva	Alvará emitido
Pré-produção	Divulgação e assessoria de imprensa	Semanas 4 a 8	Arte gráfica finalizada	Coordenador de Comunicação	Lançamento da campanha

Fase	Atividade	Duração	Dependência	Responsável	Marco (Milestone)
Produção	Montagem de estrutura e som	Sexta-feira (dia 1)	Liberação do espaço	Direção Técnica	Palco pronto para ensaio
Produção	Execução das apresentações	Sábado e Domingo	Montagem técnica	Produção Geral	Evento realizado
Pós-produção	Desmontagem e devolução do local	Segunda-feira	Fim dos shows	Direção Técnica	Espaço liberado
Pós-produção	Pagamentos e prestação de contas	Semanas 9 a 10	Coleta de comprovantes	Gestor Financeiro	Relatório final enviado

EQUIPE E FORNECEDORES

Dimensionando quem faz o projeto acontecer

OS 4 NÚCLEOS DE ATUAÇÃO

Gestão e
produção

Artístico

Técnico

Comunicação e
suporte

SELEÇÃO DE FORNECEDORES

Verifique regularidade fiscal (nota fiscal válida), capacidade técnica e cotações de mercado.

FICHA TÉCNICA

Apresente nomes, funções, currículos e cartas de anuência assinadas.

Função	Núcleo	Etapa de Entrada	Documento Necessário
Coordenador Geral	Gestão	Pré-produção	Currículo + Carta de Anuência
Produtor Executivo	Gestão	Pré-produção	Currículo + Carta de Anuência
Artista / Oficineiro	Artístico	Produção	Portfólio + Carta de Anuência
Técnico de Som	Técnico	Produção	Atestado de Capacidade / Currículo
Empresa de Som/Luz	Fornecedor	Produção	Proposta Comercial + CNPJ/NF
Contador	Suporte	Pré-produção	Registro Profissional (CRC)

GESTÃO DE RISCOS

O seu plano B

PRINCIPAIS IMPREVISTOS

Mudanças de agenda

Chuva em
evento aberto

Falhas técnicas

Baixa adesão

AÇÃO PREVENTIVA

Reduz a chance de o problema acontecer.

Ex.: contratar gerador, solicitar o alvará mais cedo.

AÇÃO CONTINGENCIAL

O que fazer quando o problema ocorre.

Ex.: mover o show da praça para o galpão coberto vizinho.

Categoria de Risco	Exemplo Prático	Impacto no Projeto
Mudanças de agenda	Atraso na liberação da pauta do teatro ou na emissão de alvará municipal.	Deslocamento de datas de apresentação e reagendamento de divulgação.
Baixa adesão de público	Venda de ingressos ou inscrições em oficinas abaixo da meta esperada.	Prejuízo nos indicadores de impacto social e na receita própria.
Falhas técnicas	Queima de equipamento de som ou oscilação na rede elétrica do espaço.	Interrupção do espetáculo ou atraso na abertura dos portões.
Condições climáticas	Chuva forte em festival ou exposição ao ar livre.	Risco à segurança do público, danos a equipamentos e queda de presença.
Indisponibilidade de recursos	Cancelamento de integrante da equipe principal ou fornecedor essencial.	Paralisação temporária de etapas de pré-produção ou montagem.

Categoria de Risco	Plano de Resposta
Ações preventivas para agenda	Confirme reservas de pauta por contrato antes da divulgação oficial e estabeleça margens de folga no cronograma físico entre a pré-produção e a estreia.
Ações contingenciais para agenda	Preveja datas alternativas de apresentação ou extensão da temporada na própria ficha técnica enviada ao edital.
Ações preventivas para público	Realize parcerias estratégicas com escolas, associações comunitárias e veículos locais de imprensa desde a fase inicial de produção.
Ações contingenciais para público	Intensifique o impulsionamento digital focado na região e disponibilize lote de ingressos gratuitos para instituições parceiras.
Ações preventivas para infraestrutura e clima	Exija geradores e coberturas no contrato com o local do evento, além de técnicos de plantão durante toda a execução.
Ações contingenciais para infraestrutura e clima	Remaneje apresentações ao ar livre para áreas cobertas previamente mapeadas no mesmo local de realização.

BLOCO 3

DESCOMPLICANDO O ORÇAMENTO E A CAPTAÇÃO



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



ESTRUTURA DO ORÇAMENTO

Orçamento cultural

A regra de ouro: toda despesa deve ter correspondência direta com uma ação do cronograma.

DIVISÃO EM CATEGORIAS

01

Pré-produção

02

Produção

03

Pós-produção

04

Divulgação

05

Custos
administrativos e
impostos

Categoria	Descrição	Exemplos de Itens
Pré-produção	Despesas necessárias para preparar e viabilizar o projeto antes da execução principal.	Pesquisa, elaboração de projeto, assessoria jurídica, licenciamentos e ensaios.
Produção / Execução	Custos diretos para a realização das atividades culturais e entregas do projeto.	Cachês artísticos, equipe técnica, locação de espaço, sonorização e transporte.
Pós-produção	Gastos vinculados ao encerramento, desmobilização e consolidação dos resultados.	Edição de vídeo final, devolução de equipamentos, relatórios e prestação de contas.
Divulgação e Comunicação	Investimentos para promover o projeto e atrair o público-alvo.	Design gráfico, assessoria de imprensa, impressão de material e impulsionamento digital.
Custos Administrativos e Impostos	Despesas operacionais da gestão do projeto e obrigações tributárias.	Contabilidade, tarifas bancárias, materiais de escritório e impostos incidentes.

MEMÓRIA DE CÁLCULO

Sem “chutes” financeiros

A FÓRMULA BÁSICA

Unidade de medida

×

Quantidade

×

Valor unitário

=

Valor total

EXEMPLO

2 produtores × 3 meses ×
R\$ 2.500,00/mês

= R\$ 15.000,00

ATENÇÃO AOS ENCARGOS (PF × PJ)

Contratar pessoa física exige prever INSS patronal (20%) e retenções na fonte.

COERÊNCIA

Entre “atividades” e “despesas”

- **Despesas sem justificativa:** não inclua itens na planilha orçamentária que não foram citados na descrição das atividades.
- **Atividades sem orçamento:** certifique-se de que todas as ações previstas no cronograma possuem os recursos necessários alocados no orçamento.
- **Dimensionamento proporcional:** verifique se a quantidade de diárias, horas ou profissionais condiz com a duração e a escala do evento.

PESQUISA DE PREÇOS

- **Colete orçamentos formais:** obtenha cotações detalhadas de fornecedores e prestadores de serviço contendo CNPJ, data e descrição do serviço.
- **Consulte tabelas de referência:** utilize tabelas de sindicatos ou associações profissionais da área cultural quando disponíveis (ex.: técnicos de espetáculos, músicos, artistas plásticos etc.).
- **Guarde os comprovantes:** organize as propostas comerciais recebidas em uma pasta de referência para anexar ao projeto ou apresentar em auditorias.

PLANILHA ORÇAMENTÁRIA

Cada coisa em seu devido lugar

Etapa / Item	Unidade	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
1. Pré-Produção				
1.1 Pesquisa e Roteiro	Mês	2	3.000,00	6.000,00
2. Produção				
2.1 Técnico de Som	Diária	4	800,00	3.200,00
2.2 Locação de Espaço	Diária	2	2.500,00	5.000,00
Total Geral				14.200,00

CAPTAÇÃO E CONTRAPARTIDAS

Captação de recursos

DOSSIÊ COMERCIAL (PITCH DECK) Resumo executivo, público estimado, cotas de patrocínio e histórico da equipe.

TIPOS DE CONTRAPARTIDA

SOCIAIS

Oficinas gratuitas,
doação de acervos,
ingressos para escolas.

VISIBILIDADE

Marcas em peças
gráficas, redes sociais,
releases.

INSTITUCIONAIS

Ingressos exclusivos ou
atividades para
colaboradores do
patrocinador.

DOSSIÊ COMERCIAL (PITCH DECK)

- **Resumo executivo:** Uma síntese de poucas linhas explicando o que é o projeto, onde e quando acontecerá.
- **Público e alcance:** Dados concretos sobre a estimativa de público presencial e o alcance nas redes sociais.
- **Cotas de patrocínio:** Divisão do valor total em cotas de diferentes patamares (como Cota Apresenta, Cota Ouro e Cota Prata), detalhando o que cada uma oferece.
- **Ficha técnica:** Breve histórico dos realizadores para transmitir segurança e capacidade de execução.

TIPOS DE CONTRAPARTIDA

Categoria	Exemplos de Contrapartida	Público-Alvo do Benefício
Social	Oficinas gratuitas, doação de acervo, ingressos para escolas públicas.	Comunidade e avaliadores de editais.
Visibilidade	Aplicação de marca em peças gráficas, menção em releases, estande no local.	Empresas patrocinadoras e marcas.
Institucional	Cota de ingressos para colaboradores da empresa, uso do espaço para eventos corporativos.	Diretoria e equipe interna do apoiador.

BLOCO 4

COMUNICAÇÃO, INCLUSÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE

Plano de comunicação e acessibilidade transversal

COMUNICAÇÃO EM 3 FASES

Pré-lançamento
teasers e inscrições

Lançamento e execução
cobertura

Pós-evento
resultados e agradecimentos

AS 3 DIMENSÕES DA ACESSIBILIDADE

Arquitetônica
rampas, banheiros adaptados, piso tátil

Comunicacional
Libras, audiodescrição, legenda (LSE),
Braille

Atitudinal
equipe treinada, recepção acolhedora e
anticapacitista

COMUNICAÇÃO

Canal de Comunicação	Materiais Necessários	Perfil do Público Indicado
Redes sociais e mensagens digitais	Cards estáticos, vídeos curtos, carrosséis informativos e textos curtos	Jovens e adultos conectados, praticantes de ações culturais urbanas
Imprensa e assessoria de mídia	Mailing de jornalistas, release de imprensa e porta-vozes para entrevistas	Público geral, formadores de opinião e parceiros institucionais
Divulgação comunitária e territorial	Cartazes, panfletos, faixas de rua e avisos em rádios comunitárias	Moradores do entorno do espaço cultural, idosos e públicos com menor acesso digital

ACESSIBILIDADE

Seção do Projeto	Ponto de Checagem	Status de Integração
Justificativa e Público	A proposta reconhece a diversidade do público e explicita o direito de acesso da pessoa com deficiência?	Obrigatório
Metodologia	As atividades preveem a presença de intérpretes, audiodescritores ou materiais adaptados durante a execução?	Obrigatório
Ficha Técnica	Há profissionais qualificados (ex: consultores de acessibilidade, intérpretes de Libras) listados na equipe?	Obrigatório
Orçamento	Todas as medidas descritas na metodologia possuem rubricas financeiras correspondentes e justificadas?	Obrigatório
Comunicação	As peças de divulgação contêm símbolos de acessibilidade e descrições de imagem para leitores de tela?	Obrigatório

INDICADORES E AVALIAÇÃO

de resultados

QUANTITATIVOS

Números objetivos:

*público presente, oficinas realizadas,
empregos gerados*

QUALITATIVOS

Transformação e satisfação:

*pesquisas de percepção, evolução do
aprendizado*

MEIOS DE VERIFICAÇÃO

Listas de presença assinadas, fotos e vídeos em alta resolução, clipping e relatórios virtuais.

PRESTAÇÃO DE CONTAS SEM MEDO

COMEÇA NO DIA 1

Guarde todos os comprovantes desde a primeira despesa.

DOCUMENTOS FINANCEIROS OBRIGATÓRIOS

- Notas fiscais com o nome do projeto
- Contratos assinados
- RPAs
- Extratos da conta bancária exclusiva do projeto

RELATÓRIO FINAL

Cruzamento entre o que foi aprovado, o que foi gasto e as evidências materiais das entregas.

TESTANDO CONHECIMENTOS



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



Em qual fase do projeto cultural devemos realizar a obtenção de alvarás na prefeitura e a liberação de direitos autorais no ECAD?

- A Pós-produção.
- B Pré-produção.
- C Fase de Execução/Produção.
- D Não precisa, pois uma ação cultural é algo muito importante para a cidade.

Qual das seguintes opções apresenta uma Memória de Cálculo correta e detalhada para a contratação de um técnico de som?

- A Verba para equipe de som = R\$ 3.200,00.
- B Técnico de som = R\$ 3.200,00.
- C Técnico de Som | 4 diárias | R\$ 800,00 (valor unitário) | Total: R\$ 3.200,00.
- D Locação de equipamento de som/Técnico de som = R\$ 10.000,00.

Contratar intérpretes de Libras e disponibilizar audiodescrição em um espetáculo são recursos de qual dimensão da acessibilidade?

- A Acessibilidade Física.
- B Acessibilidade Comunicacional.
- C Acessibilidade Atitudinal.
- D Acessibilidade Universal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

**MINISTÉRIO DA
CULTURA**



CHECKLIST FINAL DE ENTREGA

Conferência em 4 passos

- ✓ Coincidir os valores totais
- ✓ Testar os links de portfólios
- ✓ Conferir as datas das certidões
- ✓ Validar as assinaturas das cartas de anuência

Projeto revisado, viável e pronto para submissão!

OBRIGADO



Secretaria de Estado da
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE
ALAGOAS**



**POLÍTICA NACIONAL
ALDIR BLANC
DE FOMENTO À CULTURA**

