

GUIA DE APOIO

AULA 1: Da ideia à estruturação da proposta cultural

Este material é a sua referência rápida para transformar intuições criativas em propostas bem fundamentadas e prontas para receber financiamento.

1. Fundamentos: o que é um projeto cultural?

- **Ideia cultural:** É o desejo ou a intuição criativa em estado bruto. Ela aponta uma intenção artística, mas não define como, quando, com quem ou com quais recursos a ação acontecerá.
- **Atividade cultural:** É a execução prática pontual (o evento em si, como o show ou a oficina). Não traz o detalhamento das etapas preparatórias nem o plano financeiro sustentável.
- **Projeto cultural:** É o documento estruturado que planeja, justifica e delimita a execução de uma ou mais atividades. Ele conecta a ideia inicial a metas, cronograma, equipe, orçamento e impactos esperados.

Os 3 pilares de sustentação

Para ser aprovado, seu projeto deve cumprir três exigências fundamentais simultaneamente:

1. **Apresentável:** Comunica a proposta de forma clara, objetiva e atraente para avaliadores e patrocinadores;
2. **Financiável:** Apresenta coerência orçamentária, com despesas justificáveis, detalhadas e compatíveis com o mercado,
3. **Executável:** Demonstra viabilidade técnica, logística e temporal realista para ser entregue dentro do prazo e orçamento previstos.

2. A proposta inicial e fontes de recursos

Antes de preencher formulários complexos, consolide a **matriz inicial do projetista** respondendo a 5 perguntas:

- **O QUE será feito?** (Objeto central em uma frase verbal);
- **POR QUE será feito?** (Justificativa e necessidade cultural);
- **PARA QUEM será feito?** (Público-alvo diretamente beneficiado);
- **QUANTO vai custar?** (Ordem de grandeza orçamentária),
- **QUEM vai fazer?** (Responsáveis e funções indispensáveis).

GUIA DE APOIO

De onde vem o dinheiro?

- **Fomento público direto:** Verbas orçamentárias e de fundos governamentais repassadas via editais para garantir a democratização e os direitos culturais;
- **Leis de incentivo fiscal (misto):** O governo renuncia a impostos (IR, ICMS, ISS) e autoriza o projeto a captar verbas com empresas ou pessoas físicas, que abatem o valor do imposto devido,
- **Patrocínio privado direto:** Verba própria corporativa (marketing ou ESG) focada em retorno de imagem, visibilidade e alinhamento comunitário.

3. Cadeia produtiva e viabilidade da proposta

A produção cultural circula por **4 etapas funcionais**:

1. **Criação:** Concepção artística, roteiros, composições e ensaios;
2. **Produção e aderência técnica:** Viabilização prática, gestão, contratações, infraestrutura e logística;
3. **Difusão e distribuição:** Comunicação, assessoria de imprensa e transporte de estruturas,
4. **Consumo e fruição:** O momento do encontro e interação com o público.

Testando as 5 dimensões de viabilidade

Avalie se seu projeto atende às dimensões **Artística, Técnica, Financeira, Territorial e de Público**.

- **Ajuste de escala:** Se o orçamento do edital for menor do que o planejado, adapte a escala operacional (reduza dias de evento, simplifique cenários ou firme parcerias com espaços que já tenham equipamentos instalados) sem alterar a essência criativa do trabalho.

4. Escrevendo a justificativa com argumentos fundamentados

O **Diagnóstico Cultural** analisa o cenário do território através de dados secundários (IBGE, pesquisas), primários (entrevistas, escutas) e observação direta. Use esse diagnóstico para montar a **Justificativa em 4 blocos**:

GUIA DE APOIO

1. **Apresentação do problema ou lacuna;**
2. **Relevância para o público e para o território;**
3. **Pertinência da solução escolhida,**
4. **Oportunidade e urgência (“Por que agora?”).**

Atenção: Evite frases genéricas como “a arte transforma vidas”. Use dados concretos do local (ex.: “o bairro X não possui salas de cinema num raio de 15 km para seus 40 mil moradores”).

5. Objetivos, público-alvo e impactos

Estruturação dos objetivos

- **Objetivo Geral:** Sintetiza o propósito em uma frase: *Verbo no infinitivo + Objeto da ação + Delimitação de público/local + Finalidade principal*. Dê preferência a verbos de ação concreta (realizar, produzir, formar, circular),
- **Objetivos Específicos:** Metas mensuráveis desmembradas nas dimensões de *Produção, Acesso/Público e Formação/Social*.

Se um objetivo específico não gerar uma ação no cronograma nem um custo no orçamento, ele deve ser reformulado ou eliminado.

Público-alvo e impactos

A caracterização do público deve cruzar **4 dimensões**: *Perfil sociodemográfico, Recorte territorial, Necessidades culturais e Nível de participação*. A proposta deve demonstrar **3 eixos de impacto**: *Cultural* (identidade e acervo), *Social* (cidadania e inclusão) e *Econômico* (empregos e movimentação comercial local).