

# ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS I

*Como transformar ideias em ações reais*

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

MINISTÉRIO DA  
CULTURA



*BLOCO 1*

# DESMISTIFICANDO O PROJETO CULTURAL



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



# O QUE É UM PROJETO CULTURAL?

O projeto é a **ponte** que traduz um desejo artístico em um plano organizado e compreensível por patrocinadores e equipes.

## IDEIA

O desejo bruto.  
*"Quero fazer um festival."*



## ATIVIDADE CULTURAL

O evento em si.  
*"O show no sábado."*



## PROJETO CULTURAL

O plano completo:  
prazos, custos,  
equipe, justificativa e  
regras.

# OS 3 PILARES

*de sustentação do projeto*

01

## APRESENTÁVEL

Claro, atraente e compreensível para qualquer avaliador.

02

## FINANCIÁVEL

Custos coerentes, detalhados e alinhados ao mercado.

03

## EXECUTÁVEL

Viável na prática, com prazos e logística realistas.

*BLOCO 2*

# A PROPOSTA INICIAL E ONDE BUSCAR RECURSOS



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



# AS 5 PERGUNTAS MÁGICAS

*A proposta inicial*

O QUE

será feito?

*Objeto*

POR QUE

será feito?

*Justificativa*

PARA QUEM

será feito?

*Público-alvo*

QUANTO

vai custar?

*Escala do orçamento*

QUEM

vai fazer?

*Equipe responsável*

# DE ONDE VEM O DINHEIRO?

*Fontes de financiamento*

## FOMENTO PÚBLICO DIRETO

Verba de orçamentos e fundos governamentais, acessada via editais.

## INCENTIVO FISCAL (MISTO)

O governo renuncia a impostos (IR, ICMS, ISS) e autoriza a captação com empresas.

## PATROCÍNIO PRIVADO DIRETO

Verba própria de marketing ou de sustentabilidade (ESG) das empresas.

*BLOCO 3*

# A CADEIA CULTURAL E A VIABILIDADE DA IDEIA



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



# QUEM FAZ A CULTURA ACONTECER?

*A cadeia produtiva*

## CRIAÇÃO

Quem concebe.

*Artistas,  
dramaturgos,  
curadores.*



## PRODUÇÃO E ADERÊNCIA TÉCNICA

Quem viabiliza.

*Produtores,  
gestores,  
técnicos de  
som e luz.*



## DIFUSÃO E DISTRIBUIÇÃO

Quem  
comunica e faz  
o produto  
circular.

*Assessoria,  
mídias.*



## CONSUMO E FRUIÇÃO

O público e a  
comunidade  
receptora.

# ANÁLISE DE VIABILIDADE

*O projeto cabe na realidade?*

## AS 5 DIMENSÕES

Artística

Técnica

Financeira

Territorial

De público

### DICA DE OURO: AJUSTE DE ESCALA

Se o orçamento for menor, reduza o número de apresentações ou faça parcerias com espaços que já tenham estrutura, sem alterar a essência criativa.

*BLOCO 4*

# ESCREVENDO A PROPOSTA NA PRÁTICA



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



# DIAGNÓSTICO CULTURAL

*Escutando o território*

O que é: entender o cenário real antes de propor a solução.

## O QUE IDENTIFICAR

- Contexto local
- O problema ou a lacuna
- A oportunidade
- A necessidade real da comunidade

## FONTES DE DADOS

- Secundários: IBGE, pesquisas
- Primários: entrevistas com moradores
- Observação direta

# A JUSTIFICATIVA

*Defendendo o seu projeto*

A pergunta de ouro: *Por que este projeto deve ser financiado agora?*

## ESTRUTURA EM 4 PASSOS

- 1 Apresentar o problema
- 2 Demonstrar a relevância para o público local
- 3 Explicar por que a sua solução é a ideal
- 4 Indicar a urgência da realização

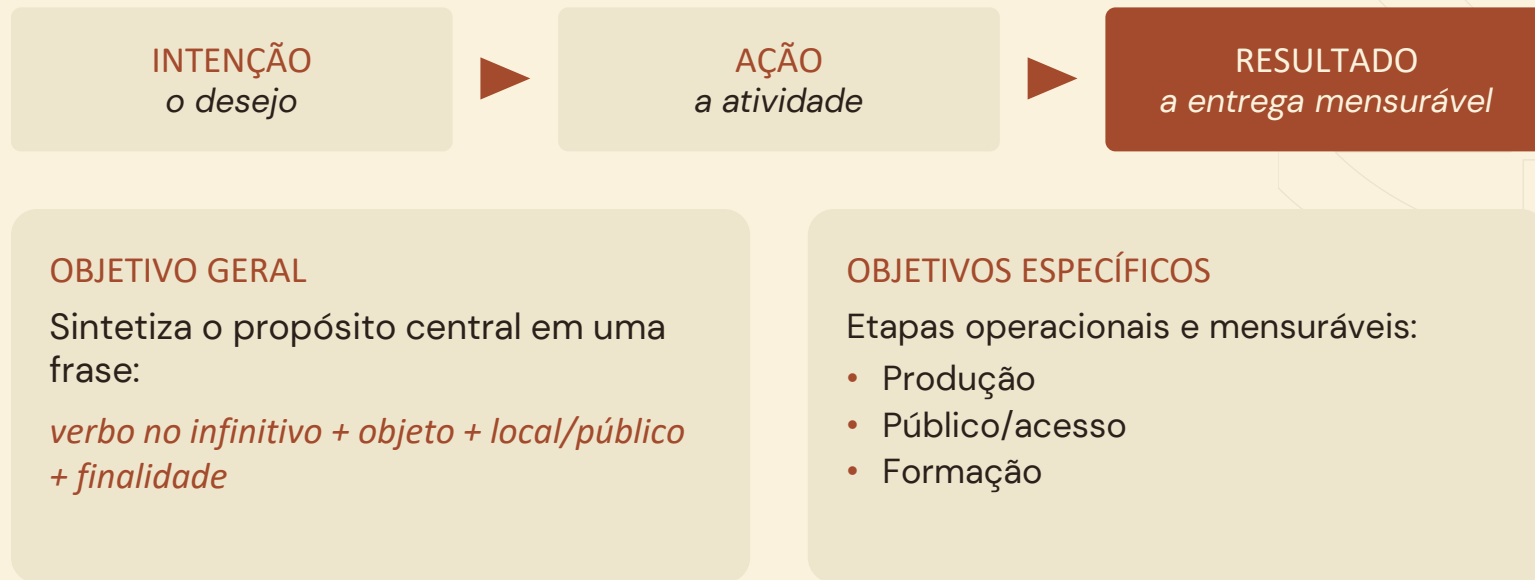
### FUNDAMENTADO × GENÉRICO

Evite frases vagas como “a arte transforma”.

Prefira dados locais concretos.

# FORMULANDO OBJETIVOS

*Ação e entrega*



# PÚBLICO-ALVO E IMPACTO

*Saindo do genérico: evite termos como “público em geral”*

## 4 DIMENSÕES DE CARACTERIZAÇÃO

- Perfil sociodemográfico
- Recorte territorial
- Necessidades culturais
- Nível de participação

## OS 3 IMPACTOS

**CULTURAL** – identidade e repertório

**SOCIAL** – cidadania e inclusão

**ECONÔMICO** – empregos e movimentação local

# TESTANDO CONHECIMENTOS



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



Se um proponente escreve no formulário: “Oferecer 3 oficinas gratuitas de fotografia para 30 jovens do bairro X, com carga horária de 20h, entre março e abril”, ele está apresentando:

- A Uma ideia
- B Uma atividade cultural
- C O objetivo/a meta estruturada de um projeto cultural
- D Um projeto cultural completo

Seu projeto previa circular músicos por 10 cidades, mas o edital em que você foi aprovado liberou apenas metade do orçamento previsto. Qual é a melhor atitude sem perder a essência do projeto?

- A Dispensar toda a equipe técnica qualificada e contratar iniciantes sem experiência.
- B Reduzir a circulação para 5 cidades ou fazer parcerias com locais que tenham estrutura de som.
- C Cancelar as ações de acessibilidade para economizar verba.
- D Reduzir os cachês dos profissionais envolvidos para realizar o projeto como planejado.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

**MINISTÉRIO DA  
CULTURA**



# RESUMO E PRÓXIMOS PASSOS

## RECAPITULANDO

✓ Ideia estruturada

✓ Diagnóstico feito

✓ Justificativa  
defensável

✓ Objetivos  
definidos

### SPOILER DA PRÓXIMA AULA:

Como colocar tudo isso no cronograma, calcular o orçamento exato e fazer a prestação de contas.

# OBRIGADO



Secretaria de Estado da  
Cultura e Economia Criativa



**ESTADO DE  
ALAGOAS**



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

