



DA IDEIA AO PAPEL

Workshop de elaboração de projetos culturais

SETEMBRO DE 2025

QUEM SOU



Ricardo Faria é produtor cultural, jornalista, gestor público, ator e diretor. Atualmente, faz parte da Tia Chica de Teatro, com a atriz Amanda Ribeiro e o músico Zé Ricardo Ferreira.

2

O QUE É UM PROJETO CULTURAL?

O projeto cultural é um instrumento técnico, estratégico e de comunicação com duração definida, objeto específico, recursos limitados e autonomia, cujo eixo central é a cultura.

3

4 ETAPAS DE UM PROJETO CULTURAL

- **Elaboração**
- **Execução**
- **Prestação de Contas**
- **Relatórios e Avaliações do projeto**

DICAS

Planejar é simplesmente **antecipar as ações** com base na observação e interpretação do contexto atual.

Não existe modelo único de projeto cultural, este dependerá do produto, serviço ou bem a ser produzido, do tamanho e da complexidade, bem como do contexto em que está inserido.

Devemos **apresentar todas as informações necessárias** para a compreensão do que se **pretende fazer**, de **como será feito, quanto custará, a quem se destinará, com quem será e quando acontecerá**.

DICAS

Isso não significa que se trate de um documento de **leitura cansativa, subjetiva e com pormenores excessivos e desnecessários**. Muito pelo contrário, um projeto deve ser **sucinto, escrito com textos articulados e coerentes**.

**QUEM AVALIARÁ O PROJETO,
NÃO TERÁ MUITO TEMPO DISPONÍVEL
PARA TAL TAREFA.**

6

ELABORAÇÃO

Qual é minha ideia?

Qual o ponto de partida/ideia central que desejo transformar em projeto cultural?

Responda a estas 3 perguntas:

1. O que pretendo desenvolver?
2. Por que pretendo?
3. A quem destinarei?

O QUE PRETENDO DESENVOLVER?

Ex: Montagem de um espetáculo teatral que fala sobre as diferenças raciais, com foco nas consequências da prática do preconceito.

8

POR QUE PRETENDO?

Por que pretendo realizar o projeto?
Qual problema deve ser solucionado?
E qual demanda cultural não é atendida?

Ex: Por que é uma prática que ainda impede a evolução de nossa sociedade, interfere na dignidade humana e muitas pessoas precisam ser conscientizadas dos seus direitos.

A QUEM DESTINAREI?

A quem se destinará o produto gerado pelo projeto e com quem trabalharei para a sua realização?

Ex: O espetáculo será destinado à população adulta da cidade de Penápolis. E trabalharei com diretor/dramaturgo, atores, cenógrafo, iluminador, figurinista, músicos, assessor de imprensa, etc.

10

CONCEITO DE PRODUÇÃO CULTURAL

PRÉ
PRODUÇÃO



PRODUÇÃO



PÓS
PRODUÇÃO

11

PRÉ-PRODUÇÃO

Destaque para os serviços e atividades iniciais como suporte para a realização da produção/execução.

Exemplos:

1. Correio
 2. Direitos Autorais - SBAT
 3. Direitos Autorais - ECAD
 4. Direitos Autorais - AUTOR(A)
 5. Contratação de toda a Equipe
 6. Cotações de Preços
 7. Reservas de Hospedagens
 8. Aquisição de equipamentos
 9. Estabelecimento de Parcerias
- Etc.

12

PRODUÇÃO

DESTAQUE PARA AS REALIZAÇÕES DOS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA QUE AS ATIVIDADES ACONTEÇAM.

EXEMPLOS:

1. Ensaios
2. Confecção do cenário
3. Confecção dos figurinos
4. Criação e impressão do material de divulgação
5. Envio e/ou distribuição do material de divulgação
6. Planejamento e trabalho da assessoria de imprensa
7. Apresentações
8. Registro fotográfico
9. Registro em vídeo

PÓS-PRODUÇÃO

Destaque para as ações que efetivamente comprovam a realização e êxito do projeto.

Exemplos:

1. Clipagem
2. Levantamento dos resultados nas mídias sociais
3. Edição das melhores fotos
4. Edição das melhores imagens filmadas
5. Avaliações
6. Relatórios
7. Prestação de contas

A organização da **prestação de contas acontece nesta etapa**, porém toda a **documentação é administrada dia a dia**, de forma que no final tudo já **esteja praticamente pronto**.

14

ETAPAS DE TRABALHO

As etapas estão associadas aos objetivos estabelecidos;

Enumerar, por ordem cronológica, todas as atividades que serão necessárias, prevendo o tempo de duração de cada uma delas, as aquisições necessárias, os serviços a serem realizados ou contratados e que devem ser condizentes com os itens "Orçamento" e "Cronograma";

Prever o tempo de duração de cada etapa.

Demonstra a **capacidade do proponente** de viabilizar o projeto.

15

ETAPAS DE TRABALHO

**PRÉ
PRODUÇÃO**

2 MESES



PRODUÇÃO

9 MESES



**PÓS
PRODUÇÃO**

1 MÊS

16

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

O desenvolvimento do cronograma deve responder à pergunta:

QUANDO?

Detalhamento lógico das atividades previstas em formato visível, claro e objetivo.

O cronograma deverá apresentar total coerência com as etapas de trabalho.

Serve para identificar o período previsto de cada atividade a ser realizada.

Define a sequência cronológica das atividades.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

CONOGRAMA DE EXECUÇÃO - CORA E SUAS RAÍZES - LPG SP Nº 20/2023

ITEM	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12
PRÉ-PRODUÇÃO												
Reunião da equipe												
Contratação de produtores locais												
Seleção de espaços												
Produção de comunicação												
Contratação de Prestadores de serviços												
Criação e produção da exposição itinerante												
PRODUÇÃO												
Ensaio												
Divulgação												
Apresentação em Penápolis												
Apresentação em Andradina												
Apresentação em Jaboticabal												
Apresentação em São Paulo												
Oficina "A construção do Teatro Poético"												
Oficina de Produção Cultural												
Circulação da exposição itinerante												
PÓS-PRODUÇÃO												
Pagamento dos Profissionais												
Avaliação Geral												
Prestação de contas												

18

OBJETIVO GERAL

- É mais amplo
- Nele escreve-se de forma sucinta o que se pretende realizar
- Produto cultural que será desenvolvido
- Resultado esperado
- Público a ser beneficiado
- Local onde o projeto será realizado

EXEMPLO:

Realizar festival de teatro, durante 5 (cinco) dias, na cidade de Penápolis, com foco no público adolescente, de 12 a 15 anos.

19

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Menos abrangentes
- Ações previstas
- Contribui para alcançar o objetivo geral
- Resultado esperado mais detalhado
- Público a ser beneficiado - maiores detalhes (condição financeira)
- Local onde o projeto será realizado - maiores detalhes
- Parcerias a serem estabelecidas
- Número de cidades beneficiadas
- Número de profissionais envolvidos
- Preço do ingresso, ou gratuidade ou valor simbólico
- N°/Quantidade do produto (Quantas apresentações ou sessões ou horas/aula de determinada oficina)

20

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

MAS, LEMBRE-SE!

Associadas aos **objetivos específicos**, temos as **metas**, que são o **desdobramento das ações dos objetivos específicos** e que devem **ser mensuráveis**.

E as **metas** são ações **concretas quantificáveis**, por meio delas, pode-se **avaliar o desenvolvimento do projeto** e a sua **efetividade**.

EXEMPLOS DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar documentário sobre a arte urbana brasileira: história, técnicas e principais pessoas envolvidas, etc;
- Realizar oficinas gratuitas de grafite para jovens de comunidades carentes.
- Divulgar uma das principais manifestações artísticas da atualidade.
- Contribuir para a desconstrução da associação entre arte urbana e vandalismo.

Metas:

- Realizar filmagens para um documentário de 90 minutos de duração sobre arte urbana brasileira em cinco cidades: Cidade 1, Cidade 2, Cidade 3, Cidade 4 e São Paulo.
- Realizar 15 oficinas gratuitas de grafite para um total de 180 jovens com idades entre 12 e 15 anos, moradores de comunidades carentes das cidades envolvidas no projeto. As oficinas terão carga horária de 8 horas, cada uma.

22

JUSTIFICATIVA OU RELEVÂNCIA

Responda às seguintes questões:

1. Por que seu projeto deve ser realizado?
2. Em que contexto sociocultural o projeto está inserido?
3. Como o projeto atende os critérios exigidos?
4. Qual o histórico do projeto?
5. Qual o diferencial do projeto? – Ineditismo, pioneirismo, etc.

A Justificativa precisa ser bem estruturada:

1. Basear-se em argumentos efetivos/sólidos
2. Precisa convencer a comissão julgadora da sua importância para a sociedade
3. Mérito do projeto
4. Originalidade
5. Relevância Cultural – possíveis desdobramentos futuros?

PÚBLICO-ALVO

É muito importante obter o máximo de informações do público que desejamos beneficiar, assim poderemos planejar as ações do projeto de forma mais eficiente.

1. A quem se destina meu projeto?
2. Qual é o perfil do público a ser beneficiado?
3. Esse público é formado por quem? Adultos? Crianças? Alunos de instituição pública? Professores?
4. Quantas pessoas serão beneficiadas?

De forma clara e objetiva:

- Quem é seu público-alvo?
- Qual a faixa etária?
- Quantidade?

EQUIPE

Quais os profissionais que irão compor a equipe do projeto?

As pessoas convidadas a participar do projeto deverão ter condições de trabalhar em equipe. O projeto merece coesão entre os envolvidos e também a sintonia de todos, já que o fim a ser atingido será comum: o sucesso da realização do projeto.

EQUIPE

Faça uma lista, assim chegará à quantidade de profissionais necessários:

NOME	CPF/CNPJ	FUNÇÃO
Ricardo Faria		Ator/Assistente de Produção/...
Amanda Ribeiro		Atriz/Produção Geral
José Ricardo da Silva Ferreira		Músico
Rodrigo Santiago		Diretor/Produção Executiva/O...

26

EQUIPE

Pedir para cada integrante da ficha técnica:
Currículos sucintos, de no máximo 1 página:

1. Nome Completo
2. Nome Artístico
3. Endereço completo
4. Documentos – RG e CPF ou CNH
5. Registro Profissional (se houver)
6. Formação Acadêmica
7. Experiências Profissionais (as mais relevantes e recentes – últimos 3 anos)
8. Cursos (Ministrados)
9. Cursos (Participações)

DADOS COMPLETOS PARA QUE VOCÊ CONSIGA FAZER O TERMO DE COMPROMISSO E ENCAMINHAR OS BREVES CURRÍCULOS, QUE NORMALMENTE SÃO SOLICITADOS.

27

CURRÍCULO DO PROPONENTE

1. Nome Completo
2. Endereço Completo
3. Documentos - N° RG e N° CPF
4. N° do Registro Profissional (se houver)
5. Formação Acadêmica e/ou Formação
6. Profissional
7. Histórico
8. Links que dão suporte ao histórico
9. Fotos
10. Matérias e/ou outros registros

28

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Estabelecer o plano de divulgação antes de fechar a planilha de custos, pois ele integra os cálculos que irão determinar o valor do projeto.

1. O plano de divulgação prevê todas as ações de mídia necessárias para a promoção pública do projeto.
2. Demonstra a capacidade de comunicação do projeto.
3. É pelo plano de divulgação que a comissão avaliadora enxergará o alcance da veiculação das marcas exigidas pelo edital.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Necessário definir as peças e veículos de divulgação:

1. Assessoria de imprensa, social mídia...
2. Cartazes, folders, postal, panfleto, banner, livreto, convite, adesivo...
3. Anúncio de jornal, anúncio de revista, informativos...
4. Camiseta, boné, bolsa, pasta...
5. Televisão (anúncios e programas), rádio, cinema, carro de som...
6. Busdoor, outdoor, painéis eletrônicos...
7. Site, blog, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter...

30

PLANO DE DEMOCRATIZAÇÃO

Entende-se como medidas de democratização a oferta de um conjunto de ações visando garantir o mais amplo acesso da população em geral ao produto cultural gerado, objetivando com isso a descentralização e/ou garantia da universalização do benefício ao cidadão, sempre em Consideração ao interesse público e a democratização do acesso aos bens culturais resultantes.

O projeto deverá incluir as seguintes medidas de democratização:

- a) Gratuidade em no mínimo 10% de todas as atividades/apresentações propostas.
- b) Participação em ações e programas desta Secretaria - com a atividade cultural viabilizada a partir deste Concurso. A definição dessa participação será feita posteriormente, de acordo com a disponibilidade do proponente e interesse da Secretaria.

PLANO DE DEMOCRATIZAÇÃO

Não se afigurando viável a participação em ações e programas da Pasta, poderá o proponente, realizar a atividade em um espaço cultural preferencialmente da administração pública estadual ou municipal.

c) Ação Formativa – Durante o processo de produção, deverá realizar 02 (dois) ensaios abertos seguidos de bate papo, alinhados com o objeto deste edital. A atividade deverá ser aberta ao público e gratuita, com um foco especial em populações menos assistidas ou excluídas devido a condições socioeconômicas, etnia, deficiência, gênero, faixa etária, local de residência e ocupação.

ACESSIBILIDADE E DEMOCRATIZAÇÃO

Reconhecer os SUJEITOS em suas SINGULARIDADES e DIFERENÇAS, prevendo ações de acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência e/ou em situação de vulnerabilidade social.

Medidas de democratização do acesso:

- Fornecer transporte para o público em situação de vulnerabilidade social ao local de realização do evento;
- Atividades fora do circuito tradicional, em regiões periféricas;
- Promover experiências intergeracionais, entre crianças, jovens, adultos e idosos;
- Definir a gratuidade do produto cultural ou a adoção de preços populares;
- Doações do produto cultural a instituições públicas ou sem fins lucrativos;

33

ACESSIBILIDADE E DEMOCRATIZAÇÃO

- Acolhimento e o atendimento da pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Ações com intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais), voltadas para pessoas surdas e/ou com deficiência auditiva;
- Contratar consultorias especializadas em acessibilidade e inclusão que podem contribuir para a formação da equipe, bem como com metodologias de acessibilidade e inclusão para que a experiência artística e cultural aconteça na relação com os diversos públicos;
- Desenvolver tecnologias assistivas, tais como: audiodescrição, legendas para surdos usuários de língua portuguesa (legenda oculta e estenotipia), elevadores (para cadeirantes).

34

GARANTIA DE ACESSIBILIDADE

O projeto deve oferecer medidas de acessibilidade de acordo com as características dos produtos resultantes do objeto sendo arquitetônica, comunicacional e atitudinal, nos termos do disposto na Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência).

Para o PROAC, são consideradas medidas de acessibilidade:

- a) Arquitetônica: no caso de ações presenciais, rotas acessíveis, espaço de manobra para cadeira de rodas, inclusive em palcos e camarins, piso tátil, rampas, elevadores adequados, corrimãos e guarda-corpos, banheiros adaptados, vagas de estacionamento, assentos para pessoas obesas, com mobilidade reduzida e idosos, iluminação adequada, e demais recursos que permitam o acesso.
- b) Comunicacional: Língua Brasileira de Sinais - Libras, sistema Braille, sinalização ou comunicação tátil, audiodescrição, legendas, linguagem simples, textos adaptados para software de leitor de tela, e demais recursos que permitam uma comunicação acessível.

GARANTIA DE ACESSIBILIDADE

- c) Atitudinal: capacitação de equipes, contratação de profissionais com deficiência, formação e sensibilização de agentes culturais, e outras medidas que visem à eliminação de atitudes capacitistas.

Os recursos para medidas de acessibilidade devem estar previstos nos custos do projeto, desde a sua concepção, sendo as mesmas ações previstas no presente edital.

APRESENTAÇÃO

Sintetiza informações essenciais que possibilitam aos pareceristas entender o projeto como um todo, desde a ideia central do que se pretende realizar até a relevância do objeto de trabalho, ou seja, que tipo de produto, serviço ou ação cultural resultará da realização do projeto.

Destaque os resultados concretos a serem obtidos com a execução do projeto. Isso ajuda a comissão avaliadora a se situar quanto às dimensões e ao potencial do projeto.

O IDEAL É QUE A APRESENTAÇÃO SEJA O ÚLTIMO TEXTO A SER ELABORADO, POIS ELA É UMA SÍNTESE DO PROJETO.

É por meio dela que a Comissão de Seleção poderá entender – de forma rápida e objetiva – a proposta integral do projeto.

37

ORÇAMENTO

Apresentação de todas as despesas necessárias para que o projeto seja realizado com sucesso.

As despesas orçadas deverão ter uma estrutura coerente com:

- O planejamento das etapas de trabalho;
- Objetivos traçados; e
- Cronograma previsto

Mas, lembre-se:

OS VALORES DEVERÃO SER OS PRATICADOS NO MERCADO.

**ORÇAMENTO MAL ELABORADO COMPROMETERÁ A
EXECUÇÃO DO PROJETO**

38

ORÇAMENTO

A partir do planejamento das Etapas de Trabalho, listar todas as despesas:

- Na Fase de Pré-Produção
- Na Fase de Produção/Execução
- Na Fase de Pós-Produção

**É IMPORTANTE LISTAR TODOS
OS CUSTOS COM MUITA ATENÇÃO**

39

ORÇAMENTO

Depois de listados todos os custos, então inicia-se a Planilha de Custos:

DESPESA / RUBRICA / DESCRIÇÃO - Relaciona-se o item de despesa (Ensaaios, Ilustrador, etc)

UNIDADE - Medida do item de despesa (horas, dias, meses, verba, cachê, etc)

QUANTIDADE - Unidades a serem utilizadas do item de despesa

VALOR UNITÁRIO - Preço unitário do item de despesa.

40

ORÇAMENTO

Criar novas informações

* Grupo de despesa

Selecione o grupo de despesa

Pré-Produção

Produção e Execução

Mídia e Publicidade

Despesas Administrativas

Acessibilidade

Direitos Autorais e Conexos

41

ORÇAMENTO

Criar novas informações

X

* Grupo de despesa

Produção e Execução

▼

* Rubrica / Despesa

▼

* Tipo de Unidade

▼

* Quantidade

* Valor unitário

R\$

Cancelar

Adicionar

42

ORÇAMENTO

* Planilha de despesas

+ Adicionar despesa

Grupo de despesa	Rubrica / Despesa	Quantidade	Tipo de Unidade	Valor total	Ações
Produção e Execução	Ator/atriz	10	Cachê	R\$ 10.000,00	⋮
Produção e Execução	Ator/atriz	10	Cachê	R\$ 10.000,00	⋮
Produção e Execução	Músico(a) de base	10	Cachê	R\$ 10.000,00	⋮
Produção e Execução	Diretor(a) Artística(a)	10	Cachê	R\$ 10.000,00	⋮

< 1 >

R\$ 40.000,00

R\$ 200.000,00

O valor total das despesas deve ser igual ao valor R\$ 200.000,00 informado como "Fonte do edital".

43

DICAS

- **NÃO CONSTRUIR PLANO ORÇAMENTÁRIO EM CIMA DE SUPOSIÇÕES.**
- O plano orçamentário será exaustivamente analisado por qualquer comissão avaliadora.
- Plano orçamentário bem elaborado e também executado com minuciosa atenção, haverá enorme condições da prestação de contas ser realizada sem grandes complicações.

REDIRECIONAMENTO DE RUBRICA:

- Quando a modificação dos valores entre as rubricas se mantiver no limite de **35% (vinte por cento)**, desde que não haja mudança no valor total do projeto.
- Em caso de acréscimo ou supressão de rubrica, deverá enviar solicitação pedindo autorização.
- O prazo é até **20 dias úteis** antes da alteração.

45

VALORES MÉDIOS

LINK DA PÁGINA

The screenshot displays the official website of the Brazilian Ministry of Culture, specifically the 'Lei de Incentivo à Cultura' (Law of Cultural Incentive) portal. The header includes the logos of the 'Lei de Incentivo à Cultura', 'Ministério da Cultura', and 'Governo Federal do Brasil'. The main content area features two large panels: 'Início em projetos desde 1992' and 'Captação no exercício atual 2024' with a value of 'R\$ 651,04 M'. A left-hand navigation menu is open, showing options like 'Início', 'Consultar', 'Proposta', 'Projeto', 'Proponentes', 'Incentivador', 'Fornecedor', 'Comparativos', and 'Domínio'. The 'Projeto' menu is expanded, revealing a list of filters and reports. The 'Itens Orçamentários' option is further expanded, showing two specific reports: 'Menu de produtos culturais' and 'Item orçamentário por produto - valor médio'.

Menu de produtos culturais

Item orçamentário por produto - valor médio

46

VALORES MÉDIOS

Item orçamentário por produto - valor médio

Produto

Espectáculo de Artes Cênicas



Item Orçamentário

Ator/Atriz



Unidade da Federação

São Paulo



Município

Campinas



 Limpar

 Pesquisa

INCENTIVO FISCAL FEDERAL

47

PRESTAÇÃO DE CONTAS

- A prestação de contas consiste na apresentação de relatórios de realização e comprovantes de receitas e despesas relacionadas ao projeto.
- Com base nos documentos, será analisado se os recursos foram aplicados dentro dos critérios de interesse público e artístico, compatibilidade de custos e atendimento às exigências do Edital.

48

PRESTAÇÃO DE CONTAS

- ❑ É hora de listar os materiais que comprovam a realização do projeto;
- ❑ Relacionar os documentos que comprovam a execução financeira;
- ❑ A planilha de custos é fundamental para o direcionamento da prestação de contas;
- ❑ Verificar quais os relatórios precisam ser preenchidos.

É NECESSÁRIO REVER TUDO O QUE FOI PLANEJADO E SE TUDO FOI ALCANÇADO CONFORME O PLANEJAMENTO ESTIPULADO.

Durante a fase de execução do projeto é bom criar uma planilha para controlar os gastos e registrar os dados dos comprovantes de pagamentos.

PRESTAÇÃO DE CONTAS - PARTE FINANCEIRA

- ☐ PLANILHA ORÇAMENTÁRIA APROVADA;
- ☐ RECIBOS DE PAGAMENTOS DE AUTÔNOMOS (RPA) E COMPROVANTES DE RECOLHIMENTOS;
- ☐ COMPROVANTES DE TRANSFERÊNCIAS;
- ☐ COMPROVANTES DE DEPÓSITOS;
- ☐ COMPROVANTES DE PIX;
- ☐ NOTAS FISCAIS;
- ☐ CUPONS FISCAIS;
- ☐ ORÇAMENTOS;
- ☐ TERMO DE ABERTURA DE CONTA CORRENTE;
- ☐ EXTRATOS BANCÁRIOS;
- ☐ EXTRATOS DE RENDIMENTOS;
- ☐ TERMO DE ENCERRAMENTO DE CONTA CORRENTE;
- ☐ ETC.

EM TODAS AS NOTAS FISCAIS DEVERÁ APARECER O NOME DO PROJETO, N° OU CÓDIGO DO PROJETO E CPF/CNPJ DO PROPONENTE. TODO PROJETO APROVADO RECEBE UM NÚMERO OU CÓDIGO.

50

E LEMBRE-SE

O que vai determinar a aprovação da prestação de contas pela comissão de análise será o bom planejamento do projeto e o próprio andamento da execução dele.

Normalmente o prazo para se apresentar a prestação de contas é de 30 (trinta) dias contados a partir da data de encerramento da execução do projeto.

Preste muita atenção a todos os documentos que compõem a prestação de contas, de forma que ela fique completa e transparente.

A prestação de contas é fiel ao projeto aprovado

51