

“

Patrimônio é tudo o que criamos, valorizamos e queremos preservar: são os monumentos e obras de arte, e também as festas, músicas e danças, os folguedos e as comidas, os saberes e danças, fazeres e falares.

Tudo enfim que produzimos com as mãos, as ideias e a fantasia.

Cecília Londres

A Constituição Federal apresentava, quando de sua promulgação, em 05 de outubro de 1988, as seguintes disposições com respeito ao patrimônio cultural brasileiro:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

- I – as formas de expressão;
- II – os modos de criar, fazer e viver;
- III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Não jogue este impresso em via pública.

“

Entende-se por *cultura* todas as ações por meio das quais os povos expressam suas "formas de criar, fazer e viver". A cultura engloba tanto a linguagem com que as pessoas se comunicam, contam suas histórias, fazem seus poemas, quanto à forma como constroem suas casas, preparam seus alimentos, rezam, fazem festas. Enfim, suas crenças, suas visões de mundo, seus saberes e fazeres. Trata-se, portanto, de um processo dinâmico de transmissão, de geração a geração, de práticas, sentidos e valores, que se criam e recriam (ou são criados e recriados) no presente, na busca de soluções para os pequenos e grandes problemas que cada sociedade ou indivíduo enfrentam ao longo da existência.

IPHAN/MinC



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Cultura

apresenta

ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS SOCIOCULTURAIS E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Realizado com recurso do
Funcultura



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Cultura


EMPÓRIO
CAPIXABA

PROJETO

É um instrumento técnico e estratégico que consiste num conjunto de atividades inter-relacionadas e coordenadas, com o fim de alcançar objetivos específicos dentro dos limites de um orçamento e de um período de tempo. Antes de começar responda:

- O que se pretende desenvolver?
- Por que pretendo realizar o projeto: Um problema a ser solucionado? Uma demanda não atendida?
- A quem se destinará o produto gerado pelo projeto e com quem trabalharemos para a sua realização?
- De que forma será realizado o projeto?
- Qual o valor do projeto e de onde virão os recursos para a sua realização?
- Em que período o projeto será realizado e qual será a duração prevista?
- Onde será apresentado, realizado, consumido ou distribuído o produto?

TÍTULO

Deve mostrar a finalidade e o conteúdo do projeto. Por isso deve ser explicativo, para fazer com que o leitor compreenda logo no início qual o produto desejado.

RESUMO

É uma síntese das ações a serem executadas. É a partir dele que os avaliadores poderão ter uma visão geral da proposta. Sugerimos que tenha, aproximadamente, 05 linhas.

JUSTIFICATIVA

Como o objetivo do patrocinador é resolver um problema, então, você deve apresentar-lhe... um problema.

Demonstrar os motivos pelos quais pretende realizar o projeto e o que o torna relevante para a sociedade. Fundamentar a importância da proposta argumentando o motivo que provocou a execução do projeto, caracterizando as necessidades e carências do público que será beneficiado.

Também devem ser citadas as linhas gerais de ações ou soluções que serão implantadas para amenizar ou suprir os desafios identificados. E o perfil dos profissionais que envolverá na realização da sua iniciativa. É importante responder:

- Por que executar o projeto?
- O que há de interessante na sua proposta?
- Porque ele deve ser aprovado e implementado?
- Existem outros projetos semelhantes sendo desenvolvidos? Qual a possível relação e atividades semelhantes ou complementares entre eles e o projeto proposto?
- Quais são os benefícios econômicos, sociais e culturais a serem alcançados pela comunidade e os resultados para a região ou público alvo?
- Com quais profissionais e ações atingirá seus objetivos?

APRESENTAÇÃO OU CONTEXTO

Uma análise do contexto socioeconômico e diagnóstico da região é o motivo mais forte para a razão de existir do seu projeto. Apresente informações sobre o contexto que cerca o trabalho que se pretende desenvolver. Você analisará e exibirá a situação da região ou do público alvo, suas dificuldades e carências.

Apresente as questões sociais existentes na região e as pessoas com as quais o projeto pretende trabalhar. É importante que você demonstre sua compreensão das realidades geográfica, social, econômica e organizacional onde o projeto será inserido.

Devemos descrever:

- Que grupos sociais compõem a comunidade?
- Qual é a questão sociocultural com a qual vai trabalhar?
- Quais as características socioeconômicas desta área?
- Como essas questões se apresentam na área geográfica específica?
- Quais são os desafios com os quais se pretende lidar?

PÚBLICO ALVO

Conhecendo melhor o seu público, poderá planejar as ações do projeto de forma mais eficiente. É hora de definir quantas pessoas você pretende beneficiar e descrever as características da população que será beneficiada, direta ou indiretamente, pelo projeto. Indique o número de pessoas e os seus perfis: faixa etária, escolaridade, situação socioeconômica.

- A quem se destina esse projeto?
- Qual é o perfil do público beneficiado?
- Esse público é formado por quem: Adultos? Crianças? Alunos de instituições de ensino? Professores? Público em geral?
- Quem são? Quantos são? De onde são?

OBJETIVO GERAL

Estamos falando da solução qualitativa e resumida do problema. Normalmente há apenas um objetivo geral. Todas as atividades desenvolvidas ao longo do projeto cultural serão norteadas pelo objetivo a ser alcançado, sendo todos os esforços empregados para essa conclusão. Expressa a intenção de atingir um determinado fim, produto final, por isso não deve ser quantificado. Deve expressar o que você quer alcançar em longo prazo ultrapassando, inclusive, o tempo de duração do projeto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estamos falando da solução qualitativa e quantitativa do problema. São menos abrangentes e correspondem às ações previstas, as quais contribuirão para alcançar o objetivo geral. Corresponde à realização do projeto e das ações que propõe a executar, dentro de um determinado período de tempo. Esses itens falam sobre a forma como se pretende concretizar o projeto, através da descrição das etapas e do montante que se pretende alcançar. Também podem ser chamados de passos estratégicos, ou resultados esperados, e devem se realizar até o final do projeto.

METODOLOGIA OU AÇÕES

Uma vez que a solução tenha sido exposta e justificada é preciso descrever possíveis soluções práticas (planejadas, propostas, executadas e acompanhadas) para o problema, sob a orientação de profissionais especializados.

Um projeto pode ser considerado bem elaborado quando o “passo a passo” estiver bem definido apontando que procedimentos serão adotados e como será a avaliação e divulgação.

É a metodologia que vai dar aos avaliadores a certeza de que os objetivos do projeto realmente têm condições de serem alcançados de forma eficiente (habilidosa) e eficaz (infalível). Ela precisa responder de uma só vez às seguintes questões:

- Como o projeto vai atingir seus objetivos?
- Como começarão as atividades?
- Que referências ou experiências embasam o método?
- Esses métodos já foram usados em outras situações? Tiveram sucesso?
- Você acha que esse método pode ser reaplicado ou multiplicado?
- Como serão coordenadas e gerenciadas as atividades?
- De que maneira a equipe técnica será montada e preparada?
- Como e em que momentos haverá a participação e envolvimento direto do público alvo?

CRONOGRAMA

O cronograma de tempo é a organização gráfica das etapas em que as atividades serão realizadas e permite uma rápida visualização da sequência em que as ações acontecerão. Deverá estar coerente com as ações de trabalho, apresentadas anteriormente. Com o cronograma você deve:

- Saber quando começa e termina cada etapa do projeto;
- Identificar o período previsto para a realização;
- Definir a sequência das atividades;
- Acompanhar e controlar o andamento das atividades.

Não se esqueça de incluir no cronograma as etapas a serem realizadas com seus prazos, avaliações processuais e resultados.

ORÇAMENTO

É um resumo ou cronograma financeiro de gastos do projeto. Considere todas as despesas financeiras e recursos técnicos necessários para implantação do projeto, com quantidade e valor. Podem-se ter diferentes tipos de despesas, por exemplo:

- Custo fixo (água, luz, telefone);
- Material de consumo e escritório;
- Pessoal e equipe técnica;
- Encargos sociais e impostos;
- Transporte, alimentação e hospedagens;
- Máquinas e equipamentos;
- Impressos;
- Marketing e divulgação.

Exemplo:

Descrição	Unid.	Quant. Unid.	Ocorrência	Valor Unid.	Valor Total
Assistente	Mês	2	5	R\$ 600,00	R\$ 6.000,00

DIVULGAÇÃO

Demonstra a capacidade de comunicação dos idealizadores e é a forma para se relacionar com os demais atores do projeto. A divulgação prevê todas as peças publicitárias e veículos necessários para a promoção dos produtos e ações.

A comunicação deve ser utilizada não só para subsidiar todo o processo de mobilização da comunidade e do público alvo, mas também, para divulgar os resultados e retorno aos patrocinadores. Algumas perguntas podem ajudar:

- Que tipo de mídia é mais adequada à realidade local?
- Que recursos, peças publicitárias ou instrumentos serão necessários?
- Que materiais precisarão ser produzidos?
- Quanto custará?

Diversas são as opções de divulgação dos projetos elaborados para atingirem os diversos públicos. Tenha em mente qual parcela da população pretendem alcançar e produza, por exemplo:

- Cartaz impresso e eletrônico;
- Folder eletrônico e impresso;
- Convite;
- Divulgação nas rádios, nos jornais e blogs;
- Site institucional;
- Apresentação impressa;
- Espaço Virtual;
- Mala direta eletrônica;
- Postagem nas principais redes sociais.

CONTRAPARTIDA

O plano de contrapartida deve apresentar informação detalhada sobre todo retorno concreto previsto para patrocinadores e parceiros do projeto, como retribuição ao apoio recebido, bem como para a comunidade onde este projeto será desenvolvido. Vai além da simples veiculação da marca das instituições patrocinadoras no material de divulgação, que é a forma de contrapartida mais comum, porém, não é a única. Podemos citar:

- Contrapartidas de imagem;
- Contrapartidas sociais;
- Contrapartidas ambientais;
- Contrapartidas negociais;
- Contrapartida financeira ou econômica.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Começa com a primeira ação executada. Guarde todas as notas fiscais, todos os materiais de divulgação, fotografe cada iniciativa, envolva toda a equipe na prestação de conta.