

**10**

# **PASSOS PARA UM PROJETO CULTURAL**

*de sucesso*



**DESENVOLVIMENTO  
ARTISTICO**

[WWW.DESENVOLVIMENTOARTISTICO.COM/BLOG](http://WWW.DESENVOLVIMENTOARTISTICO.COM/BLOG)  
(CLIQUE PARA MAIS CONTEUDOS COMO ESTE!)

Uma das maiores dores de cabeça para artistas, produtores ou para quem está querendo empreender na economia criativa, é quando chega a hora de elaborar (um bom) projeto cultural e/ou social. O projeto é o detalhamento de todas as etapas e fases que tornam a sua proposta relevante economicamente e socialmente. Para ter sucesso, um projeto precisa ter três características principais: Coerência, objetividade e relevância.

### Então por onde começamos?

Para estruturar de forma coerente a sua ideia de fazer um “espetáculo cultural”, independente da área, o seu projeto você deve reunir o maior número de informações possíveis.

Para facilitar essa captação de dados sugerimos que você comece respondendo essa seqüência lógica de perguntas.



Você vai perceber que com essas perguntas respondidas ajudarão significativamente na construção do seu projeto.

### Etapa 1 – Apresentação

A apresentação de uma proposta para um evento cultural consiste em informar de forma mais objetiva possível o que é o seu evento ou espetáculo cultural. O texto deve ter objetividade, coerência e obedecer a uma estrutura básica de textos: Introdução – Desenvolvimento – Conclusão. Dedicando ao menos um parágrafo para cada um deles. Se você ainda não tem esses dados bem definidos, não há problema em passar para a próxima etapa e deixar essa primeira etapa para escrever em outro momento com mais clareza de idéias.

## **Etapa 2 – Objetivo**

Como o próprio nome diz você deve definir o Objetivo da proposta de forma direta, sem o uso de figuras de linguagem ou de termos e frases de efeito. Não corra o risco de gerar dúvida no avaliador. Em resumo, o Objetivo deve ser objetivo!

Definido o objetivo, é necessário estipular metas tangíveis para que se consiga atingir esse objetivo.

Por essa razão, passamos a explicar a metodologia M.A.R.T.E, eficaz na identificação e definição de metas possíveis.

A sigla MARTE é formada pelas iniciais das palavras Mensurável, Atingível, Relevante, Temporal e Específica.

Quando conseguimos metas possíveis, aumentam as chances de conseguir convencer o avaliador e um possível apoiador desse projeto.

## **Etapa 3 – Justificativa**

Para desenvolver um bom motivo que justifique seu projeto você já deve ter imaginado como esse projeto pode contribuir com a sociedade. Como diz o jargão da Administração, qual a “dor” que o seu projeto resolve? Qual a melhor maneira de abordar esse assunto e como o seu projeto pretende tratar esse assunto.

Entre os aspectos analisados em uma justificativa é a sua originalidade e relação com o objetivo da proposta. Nesse momento é de grande importância que você mencione lacunas culturais que o seu projeto possa atender. No entanto é necessário ser racional na sua justificativa.

## **Etapa 4 – Definição de Público**

É de extrema importância saber qual é o perfil do público que o seu projeto pretende atingir. Saber seus hábitos, comportamentos, modos e costumes e assim poder atraí-los com mais assertividade. A maneira mais adequada para se definir o perfil do seu público é criando o que chamamos de persona.

Com a persona podemos projetar em um “indivíduo virtual” todas as características do público que o projeto deseja atrair. Se homens ou mulheres ou ambos. Se Jovens ou adultos ou crianças. Definir faixa etária e classe social. Quanto melhor definida a persona, melhor o engajamento do público ao projeto.

Outro ponto importante a ser definido neste momento é a estimativa de público. E para que essa informação seja real, deve-se analisar a localidade, datas e até divulgação. Esse momento pede-se para ser realista e sensato.

## **Etapa 5 – Definição da Equipe do Projeto**

Esta é uma das etapas mais importantes do seu projeto. Nesse momento que é necessário planejar e pensar nos profissionais que vão fazer parte do time na realização do seu projeto.



Além da escolha dos profissionais também deve se conhecer sobre gestão de pessoas e gerenciamento de equipes.

É hora de planificar custos, disponibilidade e valores dos profissionais. A gestão é necessária e vai muito mais além do que contratar e remunerar profissionais e empresas prestadoras de serviço.

## **Etapa 6 – Cronograma**

Nessa etapa da elaboração do processo é hora de definir, detalhadamente, todos os passos que devem ser cumpridos para atingir os objetivos do projeto. A maneira mais fácil tanto para quem está elaborando quanto para quem está avaliando o projeto é dividi-lo em três partes:

- Pré Produção – aqui o objetivo é buscar financiamentos e montar a equipe que vai te ajudar a elaborar o projeto. É aqui que as metas iniciais devem ser definidas e planejadas.
- Produção – É hora de colocar em prática todas as fases do planejamento se certificando que toda a equipe está em sintonia. Cumpra cada fase do projeto e resolva todos os imprevistos que, certamente, vão aparecer pelo caminho. É importante que todas as pessoas envolvidas no projeto estejam informadas de todos os problemas. As decisões devem ser tomadas em conjunto para diminuir desgastes na equipe.
- Pós Produção – Nessa fase do projeto é necessário fazer uma análise racional dos resultados (positivos ou negativos) gerados pelo projeto. Essa prestação de contas deve ser abrangente e não analisar apenas dinheiro, mas sim todo o impacto gerado pelo projeto bem como se o objetivo foi atingido.
- Essa conduta deve ser cumprida com o objetivo de transmitir compromisso com todos os envolvidos no projeto e principalmente se o projeto for financiado através de iniciativa pública.

## **Etapa 7 – Orçamento**

Todas as etapas anteriores vão auxiliar no planejamento do seu orçamento. É importante prever e descrever todos os custos para a execução do seu projeto. Essa previsão deve conter os custos com profissionais e empresas, locações de espaços e equipamentos e também nos custos com divulgação. Se for possível, um plano financeiro é o ideal para auxiliar o orçamento. Os impostos também devem ser previstos e descritos nessa etapa.

Saiba que o avaliador vai dedicar muito mais atenção na análise do orçamento. Quanto mais detalhado for esse orçamento, mais fácil será a decisão do avaliador.

## Etapa 8 – Divulgação

Assim como a “propaganda é a alma do negócio”, a divulgação é peça chave para o sucesso do projeto. É através da divulgação ( lembra da persona?) que o seu publico vai ser atingido e se interessar pelo seu projeto.

A criação do público é parte fundamental para bom desempenho do projeto. Um produtor cultural não deve negligenciar nessa etapa do projeto.

No entanto, é nessa etapa que entra em cena a estratégia de divulgação. Além de criar a estratégia, é necessário acompanhar o andamento da campanha para que não haja gastos demasiados e resultados inexpressivos.

As redes sociais são partes importantes da estratégia de divulgação e estão totalmente presentes na vida das pessoas. Por essa razão registre, através de fotos e vídeos, algumas fases do projeto e compartilhe nas redes sociais. O alcance de ações como essa vão surpreender.

O outro extremo da divulgação também não deve ser ignorado. A divulgação orgânica (boca a boca) também deve ser praticada e estimulada. Um público criado de forma assertiva faz com que esse tipo de ação seja totalmente natural gerando uma economia na divulgação.

## Etapa 9 – Contrapartidas

As empresas que se interessarem por projetos culturais vão buscar, o que chamamos aqui de Contrapartidas. É uma forma legal de ter um retorno indireto ou troca pelo apoio oferecido. Essas contrapartidas podem ser:

Sociais – Relacionada à sociedade como um todo ou comunidade assistida pelo projeto. Criar oficinas, espaços culturais, doações, ações de cuidado coletivo e valorização do ser humano.

Ambientais – Relacionado à diminuição do impacto ambiental causado de forma direta ou indiretamente pelo seu projeto. O recolhimento de resíduos descartáveis como plásticos vidros e latas são as mais comuns em projetos culturais.

Institucionais – São ações que envolvem diretamente a “marca investidora” do seu projeto. A presença da marca em materiais gráficos e publicações em redes sociais são as mais habituais.

Há também uma prática comum e que envolve o incentivo fiscal. É uma relação legal onde todos os envolvidos saem ganhando.

## Etapa 10 – Conclusão

Seu projeto cultural é muito importante para ser recusado por apresentar erros básicos. Por essa razão é que você deve revisar todas as etapas do seu projeto.

Não é necessário sofrer para elaborar um projeto. No entanto é preciso dedicação, estudo, pesquisa, trabalho em equipe e humildade para reconhecer suas limitações e pedir ajuda. Como um último conselho, não centralize tarefas e sim, divida responsabilidades. O sucesso será uma consequência! Se você ainda está com dúvidas de como montar seu projeto, cheneça aqui o nosso curso completo de Produção Cultural.



CURSO ONLINE

# PRODUÇÃO CULTURAL

**Avise nossa equipe que você é aluno do intensivão e garanta 15% de desconto!**

**Confira todas as informações do curso com desconto especial para alunos [clikando aqui!](#)**



DESENVOLVIMENTO  
ARTISTICO

# Ainda tem duvidas?

Confira aqui as maiores  
duvidas no nosso FAQ.

[@desenvolvimentoartistico](#)



[facebbok/desenvolvimentoartistico](#)



[www.desenvolvimentoartistico.com](#)



**Mais de 13 mil alunos em  
todos os Estados do Brasil e  
em 18 países!**

