



**Mobilização de Recursos:
o mundo dos editais**

Sumário

APRESENTAÇÃO	3
CAPÍTULO 1: OS TIPOS DE EDITAIS	4
CAPÍTULO 2: A ESTRUTURA BÁSICA DE UM PROJETO	10
CAPÍTULO 3: A IDEIA, O TÍTULO E O RESUMO	12
CAPÍTULO 4: A JUSTIFICATIVA	17
CAPÍTULO 5: OS OBJETIVOS	20
CAPÍTULO 6: DESCRIÇÃO / CRONOGRAMA	22
CAPÍTULO 7: ORÇAMENTO	26
DICAS SOBRE FORMULÁRIOS DE INSCRIÇÃO E DOCUMENTAÇÕES	32
CONCLUSÃO	33



Apresentação

Olá!

Nós da Agência de Iniciativas Cidadãs – Equipe Conexão Comunidade criamos uma série de vídeos sobre o mundo dos editais e suas possibilidades. Sabemos que este pode ser um campo burocrático, com demandas, chamadas e formatos, por vezes, pouco acessíveis, então, além da série de vídeos (disponíveis no link: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL3hoOWNKhpOWqB8BbSjoaPqXd-JcahSxMZ>), criamos este material de apoio para que você e seu grupo se sintam mais amparados e encorajados a enviar propostas para editais.

Sobre o CONEXÃO COMUNIDADE

O que tem da identidade do lugar nas identidades das pessoas e como o que a gente constrói transforma as histórias de tudo que está em volta: essa é a matéria que nós da AIC juntamente com estudantes da rede pública e agentes culturais de nove cidades diferentes, usamos na manufatura do Conexão Comunidade. O projeto lança mão de processos de escuta e criação colaborativa para promover reflexão, registro e difusão sobre a memória coletiva e o patrimônio cultural dos municípios.

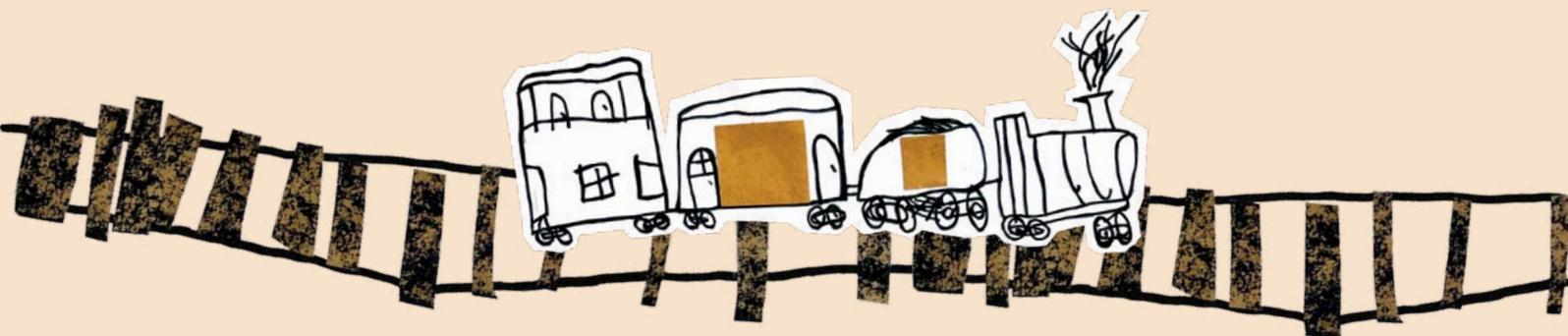
Na longa estrada que percorremos lado a lado com grupos culturais de diversas naturezas, é impossível ignorar a luta diária travada por eles para garantir os recursos necessários às suas permanências e resistências diante dos contextos de apagamento e eliminação da diversidade. Por isso, nessa realidade de distanciamento, mantemos nosso apoio a grupos culturais com conteúdos formativos sobre mobilização de recursos e ações de fortalecimento institucional. Por meio de nossos canais você e seu grupo podem acessar todos esses conteúdos e conversar com a gente sobre suportes oferecidos para o fortalecimento de sua iniciativa sociocultural.

Esses são os nossos canais:

Site: conexaocomunidade.org.br

Instagram: [@conexaocomunidade](https://www.instagram.com/conexaocomunidade)

Cel/WhatsApp: (31) 9 9655-7046

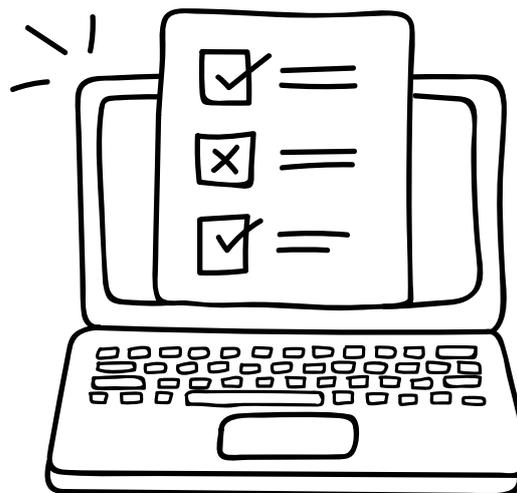


CAPÍTULO 1: OS TIPOS DE EDITAIS

Existem muitos tipos de editais e chamadas abertas para financiamentos de projetos diversos: culturais, esportivos, de educação, de assistência social, voltados à infância, às juventudes, aos idosos, etc. Eles são lançados e divulgados por organizações ou secretarias governamentais, por empresas, ou por organizações da sociedade civil. Cada edital é único e o seu texto é a lei daquela convocatória. Nesse texto você se baseia para encontrar todas as informações que precisa para elaborar sua proposta: quais são os critérios de seleção, que tipo de grupo e projetos podem participar, as datas, formas de inscrição, entre outros.



O primeiro passo para enviar sua proposta é sempre uma boa leitura da convocatória para entender se seu projeto e organização se encaixam nos requisitos.



Os principais tipos de editais disponíveis para apoio a projetos são: os fundos de apoio direto e os incentivos fiscais. Mas quais são as diferenças entre eles?

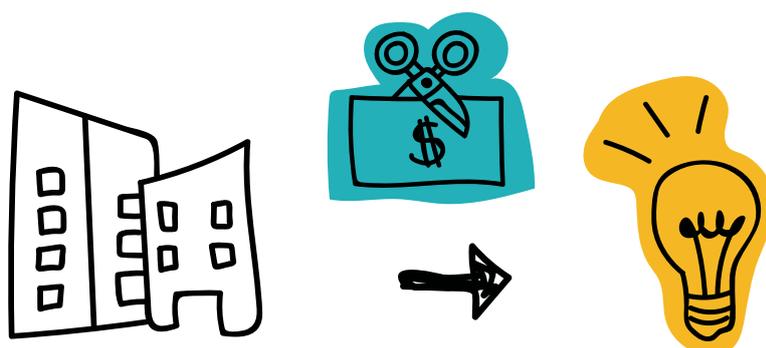
Os fundos de apoio direto

Tratam-se de editais para a transferência de recursos diretos ao projeto inscrito, por meio de doação ou patrocínio. Podem ser convocações feitas por fundos públicos, como o Fundo Estadual da Cultura, por exemplo, ou por empresas e até por fundações e organizações da sociedade civil. Nos fundos de apoio direto, a instituição que faz a chamada determina quais são as regras, objetivos e critérios de seleção e transfere os recursos diretamente para os projetos selecionados.



Os incentivos fiscais

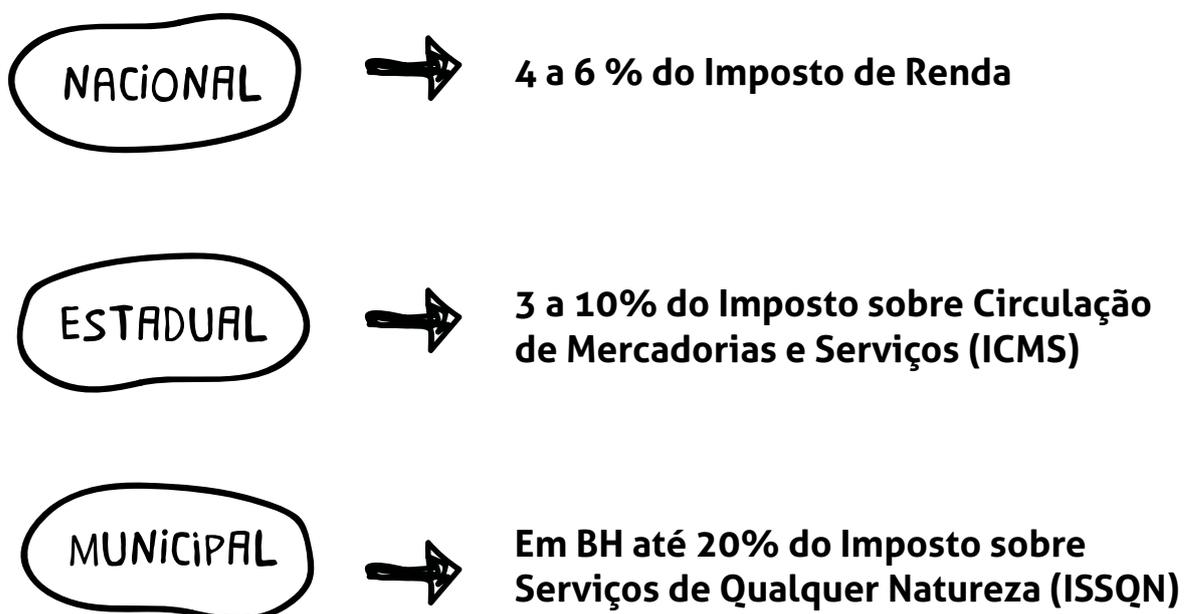
São estímulos concedidos pelo governo a pessoas físicas e jurídicas que desejam apoiar projetos culturais, esportivos e sociais, por meio da destinação de parte dos seus impostos devidos. Há leis de incentivo fiscal federais, estaduais e até municipais (em algumas cidades). A ideia é a seguinte: empresas e pessoas podem direcionar parte do valor que iriam destinar a impostos, para o financiamento de projetos previamente aprovados pelo governo por meio de convocatórias das leis de incentivo.



Em cada esfera, essa destinação está associada a um imposto diferente e tem regras muito específicas. Por exemplo, no caso da Lei de Incentivo Federal à Cultura, atualmente em 2020, é possível direcionar de a 4 a 6% do Imposto de Renda. No caso do incentivo cultural estadual de Minas Gerais, podem ser direcionados de 3 a 10% do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Já na esfera cultural municipal, em Belo Horizonte, é possível direcionar até 20% Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN.

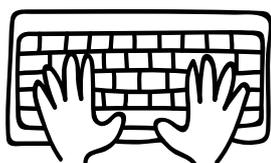
É importante lembrar que essas porcentagens mudam sempre com o tempo e de acordo com o edital e perfil do patrocinador: se é pessoa física, se é uma empresa de pequeno ou grande porte.

Importante destacar que há também uma variação na porcentagem de abatimento, ou seja, no valor do desconto que o patrocinador tem do imposto que iria pagar ao apoiar um projeto aprovado. Esse valor pode variar, por exemplo de 60 até 100% dependendo de uma série de critérios determinados na lei da convocatória. Por exemplo: se seu projeto tem o valor total de R\$ 100.000,00 e a porcentagem de abatimento do edital de incentivo fiscal para o seu patrocinador fosse de 60%, ele poderia, desse valor total, financiar o projeto tendo reembolso do imposto previsto de R\$60.000,00 e arcando com recursos próprios com o valor de R\$40.000,00. Agora, se o tipo de projeto previsse 100% de abatimento, o patrocinador poderia ter o reembolso total do valor investido. Essas variações vão depender de muitas variáveis como o tipo de projeto e como o porte da empresa patrocinadora. Na Lei Federal de Incentivo à Cultura, por exemplo, em seu artigo 18, estão previstas uma série de projetos que tem porcentagem de 100% de abatimento de impostos, como iniciativas de audiovisual, ou de resgate e difusão de patrimônios imateriais.





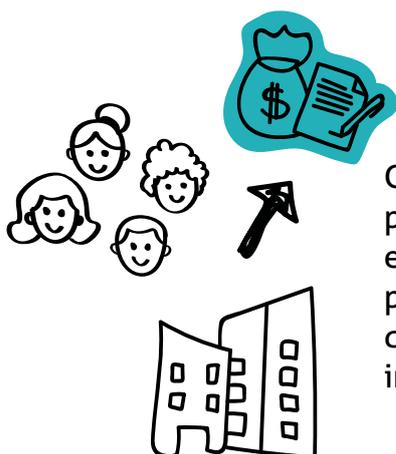
O governo de cada esfera abre chamadas para iniciativas¹ que queiram se candidatar à lei de incentivo.



As inscrições para essas chamadas são feitas por meio da proposição de um projeto, da maneira como a lei da convocatória vai determinar.



Se o projeto for aprovado, a iniciativa fica habilitada para receber esses recursos vindos de empresas ou pessoas físicas via isenção de impostos.



Com esse certificado de projeto habilitado para captar, a iniciativa corre atrás de empresas e pessoas parceiras que desejem patrocinar esse projeto com os recursos que serão descontados no recolhimento de impostos posteriormente.

¹ A palavra "iniciativas" aqui, pode dizer respeito a pessoas físicas ou jurídicas, MEI, associações ou fundações, a depender da lei da convocatória. O que não muda é que os projetos apresentados não podem ter fins lucrativos, devem buscar promover impactos positivos, fomento e desenvolvimento de uma causa social em contraposição a benefícios de interesse privado.

Fundos de conselhos de direitos

Além dessas chamadas públicas, ainda há a possibilidade de direcionamento de impostos a fundos de conselhos de direitos, como conselhos municipais ou estaduais da criança e do adolescente, do idoso, entre outros. Para acessarem esse tipo de recurso, as organizações precisam estar cadastradas nos conselhos relacionados às suas áreas de atuação e seguirem uma série de requisitos determinados por cada conselho.

DICA

É muito importante lembrar que, ao enviar uma proposta para chamada de fundo direto ou de incentivo fiscal, você se compromete a realizar o que projetou dentro do tempo, das etapas e do orçamento que propôs. Por isso, na hora de escrever um projeto é importante pensar o que de fato é possível realizar considerando o cronograma e os recursos disponíveis.

Aonde encontrar editais abertos?



Há muitos sites na internet que coletam e divulgam chamadas. Deixamos aqui os links de alguns e os portais oficiais das chamadas públicas do governo federal, e dos estados em que o projeto Conexão Comunidade está presente.

Prosas – reúne e divulga diversas chamadas de patrocínio a projetos socioculturais
<https://prosas.com.br/>

Lei Federal de Incentivo à Cultura
<http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br/>

Lei Municipal de Incentivo à Cultura – Belo Horizonte
<https://prefeitura.pbh.gov.br/cultura/lei-municipal-de-incentivo-cultura-lmic>

Secretaria de Cultura de Minas Gerais
<http://www.secult.mg.gov.br/>

Programa de Ação Cultural de São Paulo
<http://www.proac.sp.gov.br/>

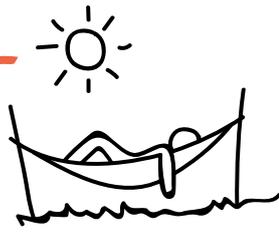
Secretaria de Cultura da Bahia
<http://www.cultura.ba.gov.br/>

CAPÍTULO 2: A ESTRUTURA BÁSICA DE UM PROJETO

Escrever propostas de projetos para editais é como fazer um plano de viagem. Há uma série de perguntas que você precisa responder para que a experiência seja a melhor possível.

1

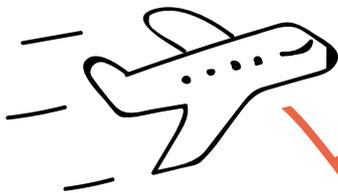
A primeira é:
Por que você quer viajar?



É para descansar, para trabalhar? Para aprender a história de algum lugar? Ou para fazer alguma pesquisa? Respondendo a essas questões você tem sua **JUSTIFICATIVA**. O porquê deseja viajar ou, no nosso caso, porque é importante realizar esse projeto.

2

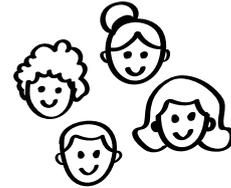
Depois, é preciso pensar:
Onde deseja ir?



Para onde você vai? Onde deseja chegar? Essa pergunta é fundamental, é o seu **OBJETIVO**. Tendo em vista a justificativa do porquê viajar, você responde com mais facilidade a essa segunda pergunta. E nos projetos, assim como nas viagens, só depois de decidimos onde queremos chegar é que podemos avançar nos detalhes do nosso planejamento.

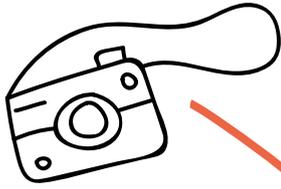
3

Você também vai precisar saber:
Quem estará nessa viagem?



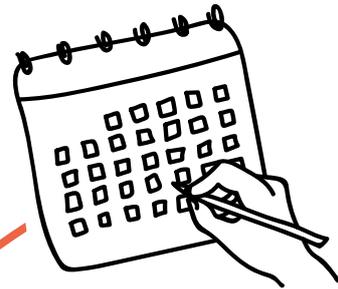
Quem irá com você? Com quem deseja compartilhar essa viagem? Esses são os **PÚBLICOS** que serão envolvidos em seu projeto. São tanto a equipe que atuará junto a você na realização da proposta, quanto as pessoas ou grupos que participarão das ações do seu projeto.

4



Definidos os passageiros, é hora de pensar: **Como você fará essa viagem e o que deve levar na bagagem?**

Você vai de avião? Onde vai se hospedar? Quais atividades fará enquanto estiver lá? Quais ferramentas, roupas e acessórios vai precisar levar? Essa é a **DESCRIÇÃO** da sua proposta. É nela que você detalha e explica o que vai acontecer: o que você fará de fato? Em quantas etapas o projeto será dividido, como cada atividade será realizada?



Quantos dias você passará em cada localidade? Qual é o dia de partida e de chegada? Com quanta antecedência é preciso comprar as passagens e reservar os hotéis? Esse é o **CRONOGRAMA**. É ele que, tanto na viagem quanto no projeto, organiza no tempo todas as atividades e etapas previstas.

A próxima pergunta é muito conectada à descrição. Você precisa definir **Por quanto tempo irá viajar?**

5

6



Por último, vem aquela pergunta que muitas vezes faz com que a gente tenha que rever o plano todo: **Qual é seu orçamento?**

Com qual quantia de dinheiro contamos e como vamos gastá-lo? Qual será nossa cota para alimentação, para transporte, para compras e para pagar passeios especiais? No projeto é a mesma coisa. Quais serão os gastos que teremos para executar as ações? O orçamento é suficiente para tudo que está previsto em nossos objetivos, descrição e cronograma? Se não, como vamos adaptar esse recurso?

Assim como nas viagens, uma boa proposta de projeto, com objetivos e motivações bem definidas e que está adequada à realidade de tempo, públicos e recursos, tem tudo para ser uma excelente experiência.

CAPÍTULO 3: A IDEIA, O TÍTULO E O RESUMO

A ideia

A ideia do projeto é o que vai guiar todos os demais itens, ela precisa ser pensada estrategicamente para que a iniciativa consiga atingir seus objetivos e, ao mesmo tempo, dialogar com os critérios e prioridades da chamada para qual deseja enviar sua proposta.

Uma dica importante é pesquisar projetos anteriores já patrocinados pelo edital a que irá concorrer. Dessa forma, você consegue visualizar melhor o perfil dos projetos mais comumente aprovados por aquele financiador.

Para trilharmos esse caminho da criação de uma proposta de projeto de maneira prática, vamos utilizar aqui um exemplo fictício.

O caso

Nosso exemplo será sobre uma organização que trabalha com mulheres idosas no Aglomerado das Pedras, em Belo Horizonte. O grupo já oferta um espaço de convivência no aglomerado, com aulas de costura e artes. A principal demanda do grupo é conseguir recursos e contratar mais educadores para realizarem atividades com as idosas.

Há um novo edital aberto, mas ele vai financiar apenas publicações de livros. Será que dá para a organização do nosso exemplo participar? Bom, se for de interesse do grupo, com certeza é possível adaptar sua demanda às possibilidades do edital, sempre dentro dos limites do que faz sentido na prática com os públicos e com os objetivos de cada iniciativa.



A ideia que surgiu

Poderíamos pensar na publicação de um livro que reunisse relatos e memórias das idosas, como produto final de um processo de criação colaborativa e diversa. O grupo poderia promover rodas de conversa para levantamento e registro das memórias e, dessa maneira, continuaria ofertando espaços de troca e convivência. Para isso, poderia solicitar, no orçamento do projeto, recursos para contratar educadores que fariam a mediação das rodas de conversa. Dessa forma, encontramos um caminho para conciliar as demandas do grupo com as normas do edital.

Com uma boa ideia na cabeça é hora de começar a dar nome a esse projeto. Vamos falar então sobre como criar o título?

O título

O título deve refletir a ideia central do projeto. Ele é o primeiro contato de qualquer avaliador com a proposta. Por isso, deve ser original, de maneira que se destaque e, ao mesmo tempo, já diga a que veio A IDEIA.

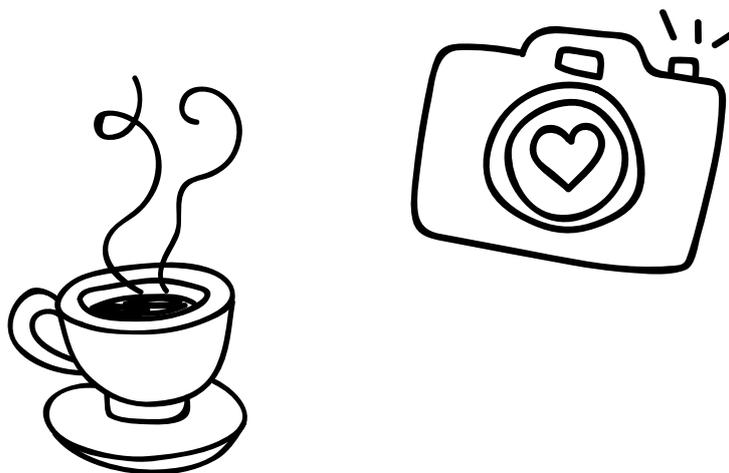
Algumas dicas importantes são:

- Evite utilizar o próprio nome da instituição ou do grupo no título
- Evite o uso de jargões e clichês
- Menos é mais: preze por um nome original, mas ou mesmo tempo simples e fácil de compreender
- Quando sentir necessidade, você pode criar um título curto com um subtítulo um pouco mais explicativo.

Voltando ao nosso exemplo das rodas de conversas com as senhoras do grupo de convivência, elaboramos a seguinte ideia para o título:

“Memórias de Roda: registros de vivências no Morro das Pedras”

Ao mesmo tempo que reflete a ideia do projeto, convida o leitor a saber um pouco mais.





O resumo

O resumo é o espaço para dizer, em linhas gerais, o que vai ser realizado. Ele precisa despertar o interesse de um futuro parceiro ou financiador. É o cartão de visitas que fará o avaliador apreciar a proposta verificando se ela está adequada ao que propõe o edital. Essa apresentação tem a missão de sintetizar, de maneira eficiente, todas as informações chave relativas ao projeto. Vamos imaginar como seria o resumo da proposta de projeto do nosso exemplo?

O projeto realizará **um ciclo de rodas de conversa e encontros de criação coletiva** com **25 mulheres de 60 a 85 anos, moradoras da comunidade do Morro das Pedras, em Belo Horizonte**. O objetivo é promover a troca e o registro de suas memórias de vida e de suas relações com esse território. A proposta é, **por meio de metodologias de rodas de conversa para colheita de histórias orais e de design colaborativo**, criar um espaço de construção coletiva dessas memórias, para **a criação de um livro digital** que contará com esses relatos em formato de texto, ilustração, fotografia e sons. Esse processo, **além de gerar o produto do livro como ferramenta de registro e visibilidade das narrativas e vivências dessas mulheres, criará também, por meio dos encontros e rodas de conversa, um ambiente de convivência, interação e apoio mútuo entre elas**.



O que será feito

Um ciclo de rodas de conversa e encontros de criação coletiva.



O público beneficiado, o local e a quantidade

25 mulheres de 60 a 85 anos, moradoras da comunidade do Morro das Pedras, em Belo Horizonte.



Como será feito

Por meio de metodologias de rodas de conversa para colheita de histórias orais e de design colaborativo.



Quais serão os resultados

A criação de um livro digital.



Qual a importância e impacto do projeto

Além de gerar o produto do livro como ferramenta de registro e visibilidade das narrativas e vivências dessas mulheres, criará também, por meio dos encontros e rodas de conversa, um ambiente de convivência, interação e apoio mútuo entre elas.

PRATIQUE

Agora é hora de começar a pensar no seu projeto. Selecione um edital e pense, a partir dos critérios dele, como as demandas de sua iniciativa podem se enquadrar nessa chamada. Depois, crie o título e o resumo. E tudo bem se, à medida que você escreve o projeto, a ideia, o título e o resumo forem mudando. É natural que a proposta vá se encorpando, você reflita melhor e surjam outros caminhos no decorrer da escrita.

CAPÍTULO 4: A JUSTIFICATIVA

Nos textos das propostas, a Justificativa é o espaço destinado para contextualização e defesa do projeto. Ali, explicamos **POR QUE** a execução daquelas ações é importante diante de um cenário que apresenta problemas e potencialidades pouco ou nada exploradas. Os argumentos devem ser colocados de maneira clara, consistente e bem fundamentada, amparados nos desafios e oportunidades daquela realidade que levaram o grupo ou organização a propor o projeto.

Apresentamos aqui algumas dicas para te ajudar nessa construção:

- 1)** Aponte de maneira clara qual é a situação-problema. Demonstre que existe um desafio real que precisa ser enfrentado.
- 2)** Use dados e informações oficiais quando possível, para demonstrar que o desafio que você apontou existe de fato.
- 3)** Apresente quais são as circunstâncias que favorecem a realização do seu projeto, como parcerias ou públicos de interesse que você já mobilizou.
- 4)** Demonstre como sua proposta traz uma solução diferenciada para o desafio apontado.

No projeto “Memórias de roda”, quais aspectos poderiam ser abordados na justificativa?

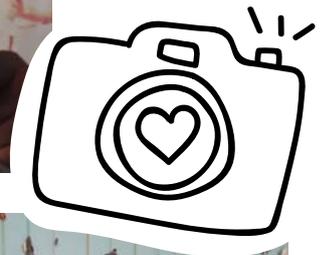
Bom, vamos começar pensando nas perguntas que precisam ser respondidas para construção da justificativa.

- 1) Por que esse projeto foi pensado e proposto? Quais desafios ele pretende enfrentar?**

São dois os desafios principais neste caso: a) A baixa oferta de convívio social e experimentação cultural para idosas no Aglomerado Morro das Pedras e b) O baixo volume de registros da memória de construção da comunidade e de visibilidade para essas narrativas.

2) Esses desafios são reais de fato?

Para demonstrar que esses desafios existem, podemos falar brevemente sobre o contexto do Aglomerado Morro das Pedras, a história de construção da comunidade, trazendo dados e informações oficiais relativos à condição do território como índices de vulnerabilidade, por exemplo. Podemos citar também a quantidade desigual de equipamentos públicos e ofertas de cultura, lazer, convívio social e saúde para idosos naquele território. Além disso, seria interessante mencionar o baixo volume de documentos, pesquisas e materiais de comunicação sobre a história do aglomerado. Outro dado importante, diz respeito ao público prioritário do projeto, já que a maioria das participantes são mulheres negras, que, infelizmente, também enfrentam outros desafios como taxas de mortalidade maiores e menor acesso a oportunidades de educação formal, se comparadas a mulheres brancas.



3) Quais circunstâncias favorecem a realização do projeto?

Para provar que o projeto é viável e pode concretizar seus objetivos, podemos citar o fato da iniciativa já ter um grupo mobilizado de idosas interessadas em realizar o projeto, a parceria com centro cultural comunitário que cederia o espaço físico e outras parcerias para disseminação das produções e mobilização de outros públicos da comunidade para o evento de lançamento.

4) Qual é o diferencial que esse projeto propõe?

O projeto, ao mesmo tempo que articula e mobiliza essas idosas, criando esse espaço de convívio e sociabilidade, ainda gera registro das memórias por meio da criação de um produto que tem potencial de dar visibilidade a narrativas que são tradicionalmente apagadas e marginalizadas.

Após responder a essas questões, é importante criar um texto coeso e claro, articulando bem esses argumentos listados. Com tantos pontos sólidos e bem apresentados, o objetivo é deixar o avaliador sem saídas, percebendo que o projeto faz muito sentido, é muito importante e precisa mesmo acontecer.

DICA

Ao redigir a justificativa, é interessante também verificar quais são os critérios de avaliação e seleção específicos daquele edital: que aspectos serão melhor pontuados e serão decisórios naquela chamada. Esses critérios apontam fatores e características que contribuem para que o seu projeto seja bem avaliado dentro do que o edital busca, portanto é fundamental considerá-los dentro do seu projeto e, principalmente, trazê-los dentro da sua justificativa.

PRATIQUE

Então vamos lá: retorne ao seu edital de treino, reserve um tempo para fazer algumas pesquisas e crie sua justificativa.

CAPÍTULO 5: OS OBJETIVOS

Os objetivos são o coração da nossa proposta. Esse é o espaço reservado para explicar o que desejamos alcançar com nosso projeto: quais são nossos resultados pretendidos, produtos que serão entregues e benefícios trazidos com a execução das ações.

Na maior parte dos casos, são divididos em: *objetivo geral e objetivos específicos*.

Objetivo geral: apresenta de maneira sintética onde o projeto pretende chegar e quais as soluções que visa alcançar para o problema a ser enfrentado, aquele desafio apresentado lá na JUSTIFICATIVA.

Objetivos específicos: traduzem na prática como o objetivo geral irá se concretizar. Apresentam os resultados concretos que serão atingidos, como pequenas metas, detalhando a quantidade de pessoas beneficiadas, de produtos e eventos que serão realizados, por exemplo.

Vamos imaginar como seriam os objetivos do projeto “Memórias de Roda”?

O **objetivo geral** geralmente é um pequeno parágrafo que exprime de maneira mais abrangente a ideia. Poderia ser assim:

“O objetivo do projeto é proporcionar espaços de convivência, interação, apoio mútuo e criação colaborativa entre idosas do Morro das Pedras, possibilitando a criação de um livro que registre e dê visibilidade às narrativas e vivências dessas mulheres e de suas relações com o território que habitam”.



Já os **objetivos específicos**, podem ser organizados em tópicos e geralmente são iniciados com verbos no infinitivo:

- Realizar ciclo de **10 encontros** de rodas de conversa e encontros de criação coletiva com **25 mulheres de 60 a 85 anos**, moradoras da comunidade do Morro das Pedras em Belo Horizonte.
- Criar **um livro** como ferramenta de registro e visibilidade a partir dos relatos das histórias de vida dessas idosas e sua relação com o território do Morro das Pedras. O livro teria **versão digital e 300 exemplares gratuitos impressos**.
- Realizar **um evento** comunitário de lançamento do livro com a participação de, pelo menos, **200 pessoas** da comunidade.

Uma dica importante é voltar ao RESUMO da proposta e criar os objetivos de maneira coerente com as ideias que estiverem lá.

Outro ponto fundamental é o recorte. Temos muitas boas ideias para nossas causas e às vezes dá vontade de abraçar o mundo inteiro. Mas, na hora de elaborar os objetivos, é preciso pensar: o que realmente é possível fazer? Quais serão as formas práticas de concretizar esses objetivos? Será que é possível, de fato, alcançar tudo isso com os recursos que sei que esse edital disponibiliza?

Estruturar os objetivos dessa maneira proporciona uma noção mais clara para quando for a hora de fazer o orçamento e talvez seja necessário voltar aos itens anteriores do projeto para fazer ajustes. Mas desde o momento da escrita dos objetivos, é preciso projetar o volume de trabalho que essas ideias significam para adequar de forma mais realista os objetivos aos recursos disponíveis.

E com os objetivos do seu projeto bem definidos, você jogou luz no final desse túnel e já sabe onde quer chegar. Agora, é desenhar o caminho até alcançá-lo a partir das etapas e recursos necessários.

PRATIQUE

Exercite a escrita dos objetivos criando textos claros, completos e que estejam bem adequados ao que é possível fazer no seu contexto.

CAPÍTULO 6: DESCRIÇÃO/CRONOGRAMA

Descrição e cronograma são dois elementos que muitas vezes podem ter nomes diferentes em cada edital, ou mesmo contarem com subdivisões como “Plano de Ação”, “Metas” e “Resultados”.

Vamos trabalhar aqui com os formatos mais abrangentes da Descrição e do Cronograma, pois agrupam bem o conjunto de ideias que dizem do passo a passo da execução do projeto e do caminho traçado para alcançar os OBJETIVOS.

A DESCRIÇÃO

A descrição precisa ter dois componentes principais:

- 1) as estratégias do projeto para alcançar os objetivos
- 2) as ações operacionais, práticas, necessárias para que aplicar as estratégias

Vamos por partes, então. Por onde começar a escrita da descrição?

Volte aos itens OBJETIVO GERAL e OBJETIVOS ESPECÍFICOS. A partir deles, liste todas as atividades necessárias para atingir esses objetivos.

Tente organizar essa lista de ações em etapas de realização na ordem em que cada uma precisa acontecer.

Organize dentro de cada etapa de realização, a lista de ações e serviços que precisarão acontecer para que aquela etapa seja cumprida

Preveja o tempo que cada uma das etapas vai demandar

Preveja quem serão as pessoas responsáveis por cada ação descrita em cada etapa

No Memórias de Roda poderíamos organizar o projeto em 5 etapas:

ETAPA 1: PREPARAÇÃO

Inscrições dos participantes, divulgação do projeto, contratação da equipe, preparação e planejamento das rodas de conversa.

ETAPA 2: REALIZAÇÃO DAS RODAS DE CONVERSA E ENCONTROS DE CRIAÇÃO COLETIVA

Ações de mobilização dos participantes, preparação da logística de gravação das rodas para registro, realização dos 10 encontros de criação; ações de monitoramento e avaliação dos encontros

ETAPA 3: CRIAÇÃO DO LIVRO

Transcrição das rodas de conversa, edição dos textos e imagens, diagramação, revisão, publicação e impressão do livro.

ETAPA 4: EVENTO DE LANÇAMENTO

Convites e divulgação na comunidade, logística do evento (alimentação, montagem do espaço, som e infraestrutura necessária)

ETAPA 5: RELATORIA E PRESTAÇÃO DE CONTAS

Por último, é sempre muito importante prever um tempo para a avaliação, as relatorias e prestação de contas de execução e financeira do projeto.

O CRONOGRAMA

Com etapas claras e bem estruturadas, fazer o cronograma fica fácil. Geralmente ele é apresentado em formato de tabela:



ETAPA	AÇÕES	RESPONSÁVEIS	DURAÇÃO
1. PREPARAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Inscrições dos participantes - Divulgação do projeto - Contratação da equipe - Preparação e planejamento das rodas de conversa 	Coordenador, educador, profissional de comunicação	Mês 1 e Mês 2
2. REALIZAÇÃO DAS RODAS DE CONVERSA E ENCONTROS DE CRIAÇÃO COLETIVA	<ul style="list-style-type: none"> - Ações de mobilização dos participantes - Preparação da logística de gravação das rodas para registro - Realização dos 10 encontros de criação - Ações de monitoramento e avaliação dos encontros 	Coordenador, educador, profissional de comunicação	Mês 3 a Mês 7
3. CRIAÇÃO DO LIVRO	<ul style="list-style-type: none"> - Transcrição das rodas de conversa - Edição dos textos e imagens - Diagramação, revisão, publicação e impressão do livro 	Coordenador, redator, designer, revisor	Mês 6 a Mês 09
4. EVENTO DE LANÇAMENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Convites e divulgação na comunidade - Logística do evento (alimentação, montagem do espaço, som e infraestrutura necessária) 	Coordenador, educador, profissional de comunicação	Mês 08 e Mês 09
5. RELATORIA E PRESTAÇÃO DE CONTAS	Avaliação, relatorias e prestação de contas de execução e financeira do projeto	Coordenador, educador e contador	Mês 10

A coluna “Duração”, que também poderia ser chamada de “Data”, ou “Prazo”, apresenta o tempo de execução que cada etapa irá demandar. Uma dica é não apresentar datas muito fixas, porque a data de início dos projetos pode variar muito dependendo do resultado do edital e aporte dos recursos. Use então Mês 1 a Mês 2, por exemplo, ou diga a quantidade de semanas que aquela etapa levará (a não ser que o edital exija uma data fixa).

As nomenclaturas e formas de organização da descrição e do cronograma do projeto variam muito de edital para edital, mas a lógica de detalhamento e organização das atividades em um período de tempo, é sempre a mesma.

Em alguns casos o cronograma pode ser dividido em:

Pré-produção (o momento prévio de execução do projeto, a etapa de preparação para que o projeto possa acontecer). No caso do nosso exemplo seria a ETAPA 1.

Produção (a execução de fato). Aqui as ETAPAS 2, 3 E 4.

E **Pós-produção** (o momento posterior, de desmobilização da estrutura material e humana, sistematização dos resultados e prestação de contas). Que seria a nossa ETAPA 5.

PRATIQUE

Siga o passo a passo sugerido aqui para criar a descrição e o cronograma de seu projeto. Esse elemento do projeto é muito importante, pois permite visualizar de maneira objetiva todas as etapas e caminho a ser percorrido. É preciso que ele seja bem pensado e realista, não só para a aprovação da proposta no edital, mas para colocar o projeto em prática depois.

CAPÍTULO 7: ORÇAMENTO

Existe um mito quase generalizado de que o orçamento é a parte mais difícil de escrever uma proposta de projeto. De fato, pode ser uma etapa trabalhosa, mas não é um bicho de sete cabeças.

O orçamento é a indicação clara e objetiva dos recursos financeiros que vão ser necessários para a execução do projeto. Ele é a demonstração final de que é viável realizar a estrutura apresentada por meio dos itens anteriores da proposta. No orçamento, apresentamos qual é o custo de cada etapa do cronograma e quais são os valores unitários e totais dos bens e serviços necessários.

Aqui você encontra um passo a passo para auxiliá-lo na elaboração do orçamento:

Passo 1: Checar os limites e predefinições do edital

Cada edital traz sempre alguns detalhes específicos em relação ao orçamento que precisam ser observadas com cuidado: limites para o valor total da proposta, quais itens ou serviços podem ser pagos com os recursos do edital, qual o limite de gastos para cada item. Tudo isso vai variar de acordo com cada convocatória e é preciso conferir o que determina a chamada antes de fazer sua proposta.

Passo 2: Listar os itens necessários

Checados então os limites e definições do edital, volte ao seu cronograma e tente listar quais tipo de profissionais, equipamentos ou serviços você vai precisar para fazer seu projeto acontecer.

Vamos voltar a nosso exemplo do Projeto Memórias de Roda

Olhando para a etapa 1 do projeto (preparação), sabemos que vamos precisar de:

- Um coordenador geral do projeto para organizar tudo;
- Um educador para fazer o planejamento das atividades;
- Um profissional da comunicação para fazer o material de divulgação do projeto.

Se seguirmos adiante nas etapas, vamos perceber que o coordenador e o educador precisarão estar presentes no projeto inteiro, durante os seus 10 meses de duração.

Na etapa 2 (realização das rodas de conversa e encontros de criação coletiva), além do educador e coordenador, percebemos a necessidade de:

- Equipamento de gravação de som e de fotografia (para que seja possível registrar as rodas de conversa com qualidade).

Para a etapa 3 (criação do livro), vamos precisar de:

- Um redator para editar os textos para a publicação;
- Um designer para diagramação do livro;
- Um revisor;
- Recursos para impressão de pelo menos 300 exemplares do livro.

A etapa 4 (evento de lançamento) vai precisar de:

- Recursos para lanche do evento de lançamento;
- Aluguel de equipamento de som e iluminação para o evento;
- Aluguel de cadeiras;
- Recursos para impressão de eflyers de divulgação do evento e carro de som.

Na última etapa (relatoria e prestação de contas), seria importante prever também recursos para contratação de:

- Um contator para fazer o fechamento financeiro do projeto, além dos custos administrativos, impostos e taxas, quando for o caso.

Passo 3: Pesquisa de preços

Bom, listados todos os itens necessários, é hora de fazer cotações para conseguir prever o custo de cada um desses itens.

Procure saber o valor mensal do serviço de coordenadores e educadores, dos alugueis e de compra dos equipamentos, faça orçamentos em gráficos para checar os custos de impressão e etc.

Passo 4: Organizar as informações em uma planilha

Feita essa pesquisa, crie uma planilha simples no Excel³ para organizar seu orçamento. Cada edital tem uma planilha e uma forma diferente de se organizar, então não há receita de bolo, mas as ideias, em geral, são similares, apenas aparecem com nomes ou formas de agrupamento diferentes.

Nomenclaturas e divisões muito comuns são:

- **Categorias:** grupos de gastos da mesma natureza, ou então organizados por etapas de realização do projeto. No nosso exemplo, poderíamos dividir as categorias por tipo (pessoal, materiais de divulgação, alugueis de equipamento), ou a partir das próprias etapas do projeto descritas no cronograma.
- **Itens, ou rubricas:** gastos detalhados de serviços ou produtos, organizados dentro das categorias.
- **Unidade de medida:** é a forma de mensurar aquele gasto: se é por mês, hora ou dia, por Kg, cota ou por exemplar etc.
- **Quantidade:** é a soma de todas as vezes que aquela unidade de medida irá ter no projeto.
- **Valor unitário** da unidade de medida e **valor total** que é o unitário multiplicado pela quantidade.

No "Memórias de Roda" poderíamos ter:

- Uma Categoria chamada **Materiais de divulgação**
- Dentro dessa categoria, um Item chamado **Carro de som de divulgação do evento de lançamento**
- A Unidade de medida seria **Horas**
- A Quantidade seria **10**
- O Valor unitário **R\$40,00**, tendo, portanto, o Valor total, de **R\$400,00**.

Depois de organizar todos os itens e detalhar suas especificidades, os valores totais de cada item devem ser somados para então chegarmos ao valor final geral de nosso projeto.

Deixamos aqui um exemplo da planilha orçamentária completa de nosso projeto fictício:

CATEGORIA	ITENS	UNIDADE	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
PESSOAL	1 coordenador	Mês	10	2000,00	20.000,00
	1 educador	Mês	10	1000,00	10.000,00
	1 profissional de comunicação	Mês	7	1000,00	7.000,00
	1 designer	Mês	4	1000,00	4.000,00
	1 redator	Mês	4	1000,00	4.000,00
	1 revisor	Mês	4	1000,00	4.000,00
	1 contador	Mês	1	1500,00	1.500,00
MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO	Cartazes de divulgação do projeto	Exemplar	100	3,00	300,00
	Panfletos de divulgação do evento de lançamento	Exemplar	1000	0,10	100,00
	Carro de som de divulgação do evento de lançamento	Hora	10	40	400,00
LOGÍSTICA	Materiais de papelaria para criação nos 10 encontros	Cota	10	200	2.000,00
	Materiais de escritório	Cota	10	70,00	700,00
	Plano de internet e telefonia	Mensalidade	10	150	1.500,00

EQUIPAMENTOS	Gravador de som profissional	Unidade	1	1500,00	1.500,00
	Câmera fotográfica e filmadora profissional	Unidade	1	4500,00	4.500,00
PRODUTO FINAL	Impressão de livro	Unidade	300	22,00	6.600,00
EVENTO	Aluguel equipamento de som	Hora	2	700,00	1.400,00
	Aluguel equipamento de iluminação	Hora	2	500,00	1.000,00
	Aluguel de cadeiras	Unidade	250	10,00	2.500,00
	Alimentação	Cota	250	20,00	5.000,00
Valor total do projeto					76.000,00

Passo 5: Adequar o projeto ao orçamento

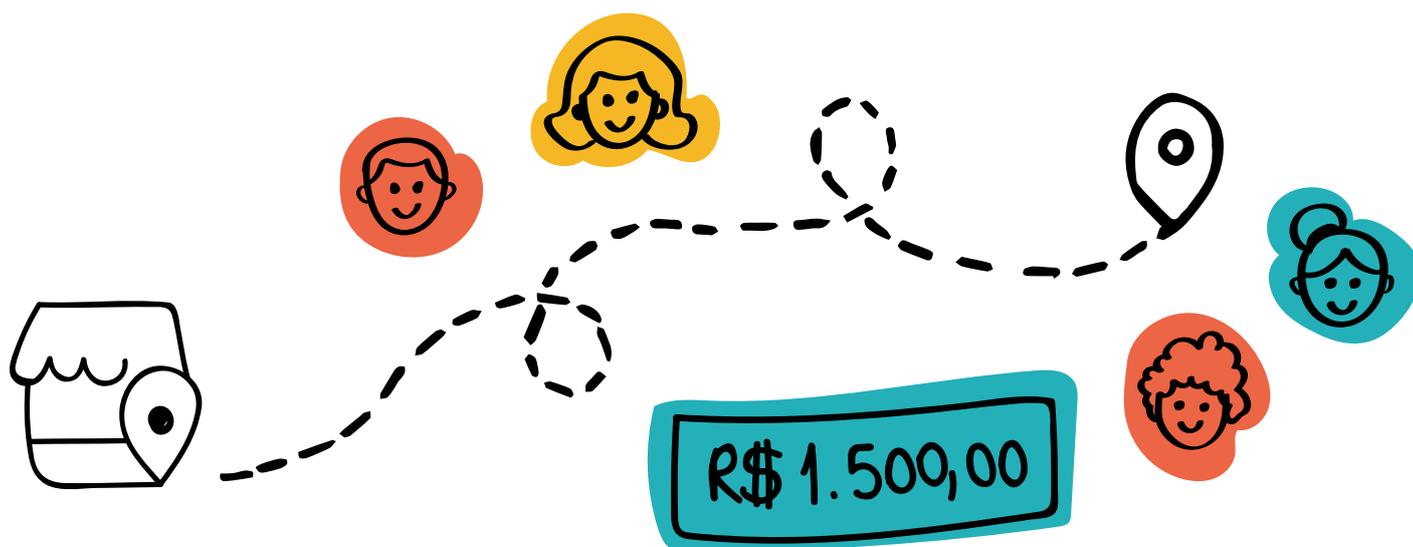
Muitas vezes só quando fazemos as pesquisas e colocamos no papel todos os valores é que nos damos conta de que talvez algumas das coisas que imaginamos fazer vão extrapolar o orçamento, ou pode ser que esteja sobrando algum recurso e seja possível adicionar coisas à proposta. Por isso, depois de criar o orçamento, é fundamental fazer um pente fino em toda a proposta para ver se as projeções batem e se todas as ações propostas estão bem previstas no orçamento.

Alguns lembretes importantes:

- 1) Alguns editais já **pré-determinam categorias, ou rubricas e itens específicos**. Nesses casos, é importante tentar buscar que itens dos previstos na chamada mais se adequam às necessidades reais de seu projeto.
- 2) Alguns editais **não permitem a aquisição de materiais de consumo**

permanente, como, no nosso exemplo, equipamentos de áudio e fotografia. Nesses casos seria preciso propor o aluguel desses itens. Muito importante sempre checar os limites que o edital estipula para o uso dos recursos.

- 3) Alguns editais pedem que você detalhe **outras fontes de financiamento** complementares ao seu projeto. Provavelmente seu grupo tem outras fontes de apoio como voluntários, parceiros, equipamentos próprios, que podem entrar como recursos oferecidos pelo próprio grupo para viabilizar a realização do projeto.
- 4) Outro item comum aos orçamentos de alguns editais é a **contrapartida**, que é algum recurso financeiro ou de serviço que o grupo que propõe o projeto oferece. As contrapartidas podem ser formações ou encontros a mais para além dos previstos, pode ser a utilização de espaço físico ou equipamento do grupo, ou outras ideias que você venha a ter. O importante é estimar um valor que aquele serviço ou oferta teria. Por exemplo, uma oficina a mais no caso do nosso projeto com outras pessoas da comunidade que não participaram do projeto, poderia ter o custo estimado de R\$ 1.500,00 e ser ofertada como contrapartida do grupo.



PRATIQUE

Exercite a criação de seu orçamento. As formas de organizar o orçamento variam muito, mas, lembre-se, o básico não muda:

- a importância de pesquisar e cotar bem os preços;
- a checagem em todas as etapas do projeto o que você vai precisar adquirir ou contratar pra que suas ideias sejam factíveis;
- a organização de todos esses itens e valores em uma planilha bem detalhada.

DICAS SOBRE FORMULÁRIOS DE INSCRIÇÃO E DOCUMENTAÇÕES

- Antes de começar a redigir o projeto é **importante sempre acessar o formulário de inscrição**, que geralmente é fornecido no mesmo site que o edital. Cada edital solicita que as informações exemplificadas anteriormente sejam apresentadas de uma maneira diferente, por isso é importante ver o formulário antes de começar a redigir para que você monte o seu projeto a partir do que deve ser respondido. Além disso o formulário fornece o limite do texto de cada campo a ser preenchido. Isso é dado pelo número de palavras ou de caracteres, dessa forma é importante considerar essas informações ao redigir para que o seu texto esteja adequado ao espaço cedido.
- Muitos editais disponibilizam o formulário em arquivos que dificultam a edição ou, ainda, formulários on-line que exigem que você esteja conectado o tempo todo à internet. Sugere-se que você **copie as perguntas desses formulários e crie um arquivo de rascunho, em que você possa editar, revisar e guardar as respostas escritas**. Isso é importante pois, em muitos casos, você corre o risco de perder o que já escreveu, por isso é sempre bom ter esse rascunho que, depois de pronto, é só copiar e colar as respostas para o formulário oficial.
- Além do formulário, muitos editais solicitam outros documentos que precisam ser redigidos e acompanham a sua proposta como anexos. Por exemplo, caso seu projeto preveja a realização de oficinas, será necessário, muitas vezes, anexar uma ementa curricular de cada uma delas. Esses documentos devem ser coerentes com a proposta escrita e específicos para o seu projeto. Por isso, **esteja atento aos demais anexos que cada edital solicita**, pois eles também precisarão ser redigidos por você e a falta deles, muitas vezes, pode fazer seu projeto ser desclassificado.
- Alguns editais pedem uma descrição do proponente ou das suas ações. Nesses campos é **importante que sejam descritas ações que ressaltem os aspectos e atividades do proponente que ressaltem a familiaridade que possui com o tipo de proposta que está sendo apresentada**. Então, por exemplo, se for um edital voltado para a cultura, é importante que sejam destacadas as ações culturais. Se for para ações sociais, que sejam foco as atividades direcionadas para a atuação social. Evite apenas copiar nesses campos um mesmo currículo, adapte-o sempre que possível!
- É muito comum também que as chamadas solicitem um portfólio do proponente, uma comprovação da atuação do grupo na área relativa às ações propostas no projeto. Por isso, **é muito importante registrar permanentemente as ações, aparições em mídias e produções de seu grupo, mantendo esses registros organizados para apresentação nessas chamadas**.

CONCLUSÃO

Apresentamos aqui diretrizes básicas para a escrita de um projeto para editais socioculturais. É claro, entretanto, que cada proposta terá especificidades e variações diversas que precisarão ser estudadas caso a caso. Uma dica importante é acessar sempre os canais disponibilizados pelos responsáveis da convocatória para tirar dúvidas por email ou telefone.

Apesar de muitas vezes trabalhoso, esse processo pode gerar bons frutos e viabilizar iniciativas muito relevantes. A dica é exercitar bastante e ter persistência nesse percurso de escrita e envios de propostas, sabendo que mesmo tendo propostas recusadas no caminho, é sempre possível reaproveitar projetos para enviar em novos editais e tentar novamente.

Esperamos que esse material seja de valia para sua organização, grupo ou iniciativa, cooperando para a democratização do acesso aos recursos públicos e privados disponíveis para o financiamento de projetos socioculturais no Brasil.

Texto: Eveline Xavier, Letícia Lopes e Raissa Faria

Diagramação e ilustrações: Jéssica Kawaguiski

Fotografias: Acervo Projeto Flores do Morro @floresdomorro

Revisão: Priscila Justina



conexão
comunidade

O projeto Conexão Comunidade – Rede de agentes comunitários pelo fortalecimento do patrimônio imaterial e de culturas locais –, número de Pronac: 190340, é executado pela Agência de Iniciativas Cidadãs, patrocinado pela VLI e realizado com recursos da Lei de Incentivo à Cultura da Secretaria Especial de Cultura do Ministério do Turismo, Governo Federal. Em 2019 e 2020, realiza atividades presenciais e remotas de diagnóstico colaborativo do patrimônio cultural local, de educação patrimonial e de educomunicação junto a professores, estudantes e agentes culturais de cidades de Seripe, Bahia, Minas Gerais e São Paulo.

Sobre a VLI

A VLI é uma empresa de logística que opera duas ferrovias: a Centro-Atlântica e a Norte-Sul. Elas se integram a portos e terminais. Além da sua cidade, ela também está presente em mais de 300 municípios e 10 estados brasileiros. Muita coisa, não é mesmo?

Pelas ferrovias e terminais da VLI passam produtos agrícolas como grãos (milho, soja e farelo de soja), açúcar e fertilizantes, produtos siderúrgicos e industrializados.

Para isso, a VLI conta com mais de 8 mil quilômetros de linha férrea, 700 locomotivas, 24 mil vagões, 3 portos, 8 terminais e quase 8 mil funcionários para cuidar disso tudo.

A VLI tem paixão por transformar a logística do Brasil e acredita que isso só é possível em parceria com as comunidades que convivem com as suas operações. Por isso, viabiliza iniciativas como o Conexão Comunidade. Para saber mais sobre a VLI, acesse www.vli-logistica.com.br, ou ligue para o **Alô VLI: 0800 022 1211**.

Ministério do Turismo apresenta: Conexão Comunidade

Patrocínio:

Realização:



SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA

MINISTÉRIO DO TURISMO

