

APOSTILA “DE NÓS PRA NÓS”

PARTE 2: FORMAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

Sobre esta formação

Esta oficina tem como objetivo ser um espaço de diálogo sobre estratégias que podem ser adotadas no dia a dia para que o grupo, coletivo ou iniciativa sociocultural amplie suas perspectivas de desenvolvimento institucional (DI) e de mobilização de recursos. Para isso, serão apresentadas metodologias e ferramentas para que os alunos aprendam a mapear possibilidades de fonte de recursos para os coletivos dos quais fazem parte. Para construir este material, recorreremos ao autor Domingos Armani que pesquisa o desenvolvimento institucional como condição de sustentabilidade das Organizações Não Governamentais (ONGs) no Brasil, assim como outros materiais de referência nos temas trabalhados.

A formação tem carga horária de 15h e conta com dois módulos. O primeiro refletirá sobre os conceitos de desenvolvimento institucional e mobilização de recursos, assim como, estratégias para sensibilização de parceiros e ferramentas online para mobilização em massa. Já o segundo, trata de uma das principais formas de mobilização de recursos para coletivos culturais: a escrita de projetos. **Para falar sobre tudo isso, esta apostila é nossa guia!** Nela, estão os conceitos básicos que dialogam com videoaulas que já gravamos e estão prontinhas esperando a melhor hora para você assistir.

Ao final, propomos uma atividade prática de análise de cenário de mobilização de recursos dos grupos, com levantamento de ações possíveis e um diagnóstico colaborativo de redes de mobilização de recursos.

Há também atividades complementares que possibilitam exercitar a escrita de tópicos fundamentais que constituem um projeto.

Os participantes que completarem 70% das tarefas de cada módulo das duas partes do curso serão certificados pela AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs.

O que você aprenderá durante o percurso formativo?

O curso será dividido em dois módulos:

- Módulo I - Mobilização de Recursos.
- Módulo II - Escrita de projetos: o mundo dos editais.

No Módulo I você vai aprender noções básicas sobre o desenvolvimento institucional, a mobilização de recursos e o lugar de ambos no enfrentamento dos desafios de sustentabilidade dos grupos. Ainda nesse primeiro módulo, trouxemos algumas formas de mobilizar recursos para que vocês aprendam e reflitam sobre qual a melhor escolha para sua organização ou grupo.

No Módulo II passamos pelos principais pontos da escrita de projetos, uma das principais formas de mobilização de recursos e das que mais geram dúvidas. Você vai perceber que o processo é mais simples do que parece. O importante é ter clareza sobre a missão da instituição para elaborar o projeto e ficar atento aos requisitos e características de cada edital.

Há algum requisito ou pré-requisito para participar da oficina?

Além de ter tempo para ler e assistir aos materiais e fazer os exercícios junto aos demais membros do coletivo, para realizar o curso você vai precisar de: dispositivos eletrônicos (celular, tablet ou computador) e conexão à internet.

Sobre a AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs:

Somos uma organização sem fins lucrativos!

Nossa missão é realizar ações que gerem diálogos significativos e colaboração entre os mais variados sujeitos, atuando de modo criativo e transformador pela promoção do desenvolvimento humano. Nascemos de um projeto de extensão da Universidade Federal de Minas Gerais, realizado de 1993 a 1996: a TV Sala de Espera. Da experiência – uma TV comunitária que tratava de qualidade de vida e cidadania – veio o propósito que nos levou a criar a instituição: promover o acesso público à comunicação.

Ao longo de uma trajetória de quase três décadas, a promoção do direito à comunicação conectou a AIC a variadas outras causas de interesse público e a inúmeras mobilizações. Além disso, nosso grupo cresceu e se diversificou. Centenas de pessoas já atuaram nos projetos realizados pela entidade. Milhares de pessoas e centenas de grupos, coletivos e entidades de promoção da cidadania, além de organizações públicas e da iniciativa privada, também se tornaram parte dos fazeres e dos saberes de nossa entidade.

Dessa forma, a AIC foi se transformando. Desenvolvimento humano e educação se tornaram áreas de interesse direto das ações realizadas. A atuação em comunicação, originalmente muito relacionada à produção midiática, passou a envolver um trabalho também voltado ao fortalecimento da comunicação estratégica das iniciativas comunitárias e pró direitos humanos.

Para acompanhar o nosso trabalho:

www.aic.org.br

https://www.instagram.com/aic_cidadania/

O processo formativo de “De Nós Pra Nós” está sendo realizado pela AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs, com recursos provenientes da Lei Aldir Blanc / SECULT MG - EDITAL N°01/2021 “Modalidade Seleção de Propostas - Organizações da Sociedade Civil” (Termo de Compromisso SECULT/ECULT/LAB-FOMENTO n°. 37990637/2021).

Quem vai estar com a gente durante a formação?

- Bárbara Gonçalves – Tutora
Contatos: (31) 99529-7023 / barbara.goncalves@aic.org.br

Relações Públicas e futura jornalista, atuo na AIC desde 2020. Faço parte da articulação das redes do Periferia Viva e, nos projetos Comunidade Viva Sem Fome e Agência de Comunicação Solidária, atuo principalmente nas áreas de mobilização social e comunicação comunitária.

- Júnia Cardoso - Tutora
Contatos: (31) 99844-8276 / junia@aic.org.br

Relações-públicas e graduanda em Administração, desde 2017 desenvolvo trabalhos de comunicação e relacionamento em projetos ligados à cultura, ao entretenimento e à mobilização social.

Olá!



Estamos muito felizes que você tenha topado fazer este projeto acontecer junto com a gente! Nossa vontade era estar junto para trabalharmos esse assunto pessoalmente, nos conhecermos melhor e tomarmos um café no quintal da sede da AIC. Mas, infelizmente, dessa vez, não vai dar. Mesmo assim, queremos que essa experiência seja muito proveitosa, ainda que de forma remota, que tem também seus benefícios:

- Faça no seu tempo livre e no seu ritmo! Use os momentos no transporte, ou enquanto faz atividades manuais para assistir às videoaulas. Para conseguir se organizar, sugerimos que você coloque metas e prazos para fazer os módulos e aproveitar ao máximo o apoio das monitoras.
- Siga o roteiro de estudos e faça as atividades propostas nos vídeos. Elas foram preparadas para que você possa aprender colocando a mão na massa junto ao restante dos membros do seu grupo.
- Não deixe de assistir às videoaulas! Nossa apostila dialoga o tempo todo com o que falamos por lá.
- Entre em contato com a equipe de tutoria e participe dos encontros de abertura e fechamento das duas formações para tirar suas dúvidas e pedir algumas dicas para colocar os aprendizados em prática.

Nós estamos disponíveis para acompanhá-los nessa jornada e para aprendermos juntos! Aqui na AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs, acreditamos que todos temos conhecimentos para compartilhar e multiplicar com as nossas comunidades. Contamos com você para construirmos uma rede articulada, preparada e participativa. Estaremos sempre à disposição para esclarecer dúvidas e dar todo o apoio que precisarem nessa jornada!

Partiu?

Prazo de realização: para fazer o primeiro módulo todo, você vai precisar de aproximadamente 15 (quinze) horas. Sugerimos que já reserve alguns encontros com os membros do coletivo para realização das atividades práticas. Mas isso não precisa ser feito com rigidez. Planeje a melhor estratégia para a sua realidade!

MÓDULO I - MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

1.1 AFINAL, O QUE É E PARA QUE SERVE O DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL?

No universo dos coletivos, Organizações Não Governamentais, (ONGs) Organizações da Sociedade Civil (OSCs) e outros grupos, ouvimos falar, muitas vezes, sobre desenvolvimento institucional. Mas, afinal, de que se trata esse assunto? Para que serve esse tal desenvolvimento institucional?

O desenvolvimento institucional inclui os processos e iniciativas que pretendem garantir a realização, de forma sustentável, da missão institucional; e fortalecer o posicionamento estratégico do seu grupo na sociedade. Para que isso aconteça, são necessárias medidas que:

- Fortaleçam a capacidade de articulação das iniciativas e de promoção de processos de mudança social;
- Ampliem a base social, legitimidade e credibilidade da organização;
- Busquem o aprimoramento gerencial e operacional da instituição.

Quando falamos sobre desenvolvimento institucional, estamos falando de processos que tem o objetivo de gerar mudanças nas nossas organizações. Esse movimento de mudança é perceptível, e sempre está lá, é um fenômeno que mostra a mudança que está acontecendo dentro dos nossos grupos. Ou seja, falamos de desenvolvimento institucional quando existe uma ação, intencional e planejada de desenvolver a organização.

É muito comum confundir desenvolvimento institucional com fortalecimento institucional, mas existe diferença entre os dois termos:

- **Desenvolvimento Institucional:** processo de mudança de uma organização, conduzido por suas lideranças;
- **Fortalecimento Institucional:** apoio ao desenvolvimento institucional de uma organização, quando um terceiro investe no desenvolvimento de uma organização.

Atualmente temos falado muito sobre desenvolvimento institucional, isso porque, queremos chamar a atenção para a importância de colocar o foco na organização, pois se ela não é capaz de se sustentar em médio e longo prazo, as suas ações terão muito menos impactos.

Ou seja, um processo de desenvolvimento institucional tem a ver com fortalecer o alinhamento e a conexão entre as partes e o todo da organização, e vice-versa, trazendo mais consciência coletiva sobre o que é essa organização, sobre o que a une e o que a fragiliza no momento.

1.2 MOBILIZAR RECURSOS É SÓ ESCREVER PROJETOS?

Mobilizar recursos vai muito além de se inscrever em editais! Neste tópico, vamos falar sobre o conceito de mobilização de recursos e sobre como essa pode ser a resposta para os desafios de sustentabilidade da sua organização nesse momento.

Sustentabilidade? Sim, sustentabilidade!

Uma organização sustentável é capaz de, por muito tempo, manter o seu valor social e seu funcionamento, o que conseqüentemente fortalece as dimensões da sustentabilidade de forma completa.

A sustentabilidade de uma organização acontece por todos os fatores relevantes que afetam sua vida. A seguir, listamos alguns dos fatores mais importantes:

Fatores políticos: o nível de envolvimento dos públicos do coletivo nas ações, a definição para o grupo de qual é o seu papel na construção da sociedade (lembrem-se das reflexões sobre a causa sobre a qual conversamos no Vídeo 1), as práticas de transparência e prestação de contas.

Fatores técnicos: a qualidade do trabalho feito, a capacidade de planejar suas ações, o constante monitoramento e avaliação das atividades realizadas e a capacidade de produzir conhecimentos.

Fatores financeiros: volume de receitas, diversidade das fontes de recursos, ou seja, o dinheiro não vir de um lugar só, capacidade de mobilizar recursos públicos e privados, geração de renda/economia solidária e doações.

Ouvimos muito sobre a captação de recursos, mas o conceito de mobilização de recursos é ainda mais amplo. Isso porque dentro de recursos estão incluídos: recursos financeiros, recursos materiais,

recursos técnicos e recursos políticos. Ou seja, os recursos mobilizados pelas organizações podem ir desde doações em dinheiro ou em materiais, até o trabalho de voluntários no projeto. Entendemos a mobilização de recursos como o processo de gerar todo tipo de recursos e, ao mesmo tempo, mobilizar apoio social e político para a organização. Por isso, os exemplos mais comuns de mobilização de recursos são: redes de voluntários, sócios mantenedores, doadores recorrentes, vaquinhas e campanhas por causas sociais, e as iniciativas de geração de renda. Mas sabemos que manter uma rede mobilizada não é uma tarefa fácil e exige dedicação e trabalho constantes.

Um bom ponto de partida para se falar em mobilização de recursos na sua organização é contar com a contribuição da comunicação, tanto interna quanto externamente. Por esse motivo muitos coletivos começam o planejamento de mobilização de recursos com uma melhoria na estruturação da comunicação. Essa lógica guiou também a ordem do percurso formativo que estamos fazendo agora! Se pensarmos que a mobilização de recursos representa uma ação política de contato, aproximação, diálogo e acordo junto a possíveis apoiadores da causa defendida por sua organização, então a definição da identidade da organização, da causa, da mensagem, dos posicionamentos, a qualidade dos materiais informativos são um grande passo para tornar esse contato e aproximação possíveis.

Dicas para sua organização aumentar o seu poder de mobilização de recursos:

1. Saiba qual é a sua missão, qual a sua causa; demonstre para a comunidade que a sua organização é legítima e que o desenvolvimento do seu trabalho é importante para a sociedade como um todo;
2. Organize e mostre sua identidade, seu trabalho e seus posicionamentos para os seus públicos, esse movimento fortalece a sua capacidade de se comunicar com a sociedade;
3. Favoreça a cooperação e o trabalho em equipe, entre todos os integrantes da sua organização. Tente não centralizar todos os conhecimentos e responsabilidades em apenas uma pessoa!
4. Formule um plano estratégico de mobilização de recursos, que contenha princípios, objetivos, metas, ações e responsabilidades bem definidas. Em todo planejamento que fazemos aqui na AIC, além do prazo de execução, colocamos o nome das pessoas responsáveis por cada tarefa. Isso ajuda a não deixar tarefas “sem dono”.

Se você deseja fortalecer a capacidade de mobilização de recursos, realizar um diagnóstico dos fatores de sustentabilidade, identificar os eventuais problemas e tomar iniciativas para superá-los ajuda muito. Seja com a criação de um plano de mobilização de recursos, como faremos ao final deste módulo, ou com outros planos institucionais, como o de comunicação.

1.3 PARCERIAS: DICAS DE COMO SENSIBILIZAR, ARTICULAR E PERPETUAR.

Parcerias são muito importantes para grupos, coletivos e iniciativas ampliarem sua atuação e cumprirem sua missão. Para além do apoio financeiro, as parcerias também podem ser utilizadas na realização de eventos, capacitação de equipes, desenvolvimento de projetos e muito mais. Tendo clareza sobre os desafios e objetivos, é hora de ir atrás de potenciais parceiros nos setores públicos, privados e no chamado “terceiro setor”.

A sensibilização é o primeiro passo para a construção dessa relação. Indo além da noção de transmitir ideias, precisamos levar as pessoas à reflexão e fazer com que sintam genuinamente a necessidade de agir para que mudanças aconteçam. Sensibilizar é o pontapé inicial para as articulações dessas parcerias.

E temos algumas dicas para te ajudar!

A. Pesquise e colete informações sobre o parceiro em potencial:

- a. Entenda como a causa do seu grupo se conecta com esse parceiro;
- b. Reflita se o momento é favorável e qual o melhor contexto para fazer contato;
- c. Esse possível parceiro tem um histórico de apoiar projetos como o seu?

B. Prepare uma apresentação sobre o projeto em que deseja apoio: Prepare-se para reuniões e ligações. Tenha detalhes, dados e informações importantes em mente e busque clareza na linguagem. Fique atento para entender as necessidades explícitas ou não do possível parceiro.

- a. Fale sobre a causa;
- b. Quem são os públicos beneficiados;
- c. Conquistas e histórias de sucesso com doses de emoção;
- d. Diferenciais e pioneirismo do seu projeto;
- e. Quais os impactos que podem ser gerados com essa parceria.

C. Tenha em mente possibilidades de contrapartidas e mostre-se aberto para estabelecer uma relação que tenha benefícios para ambos os lados;

D. Parceria fechada? Mantenha a proximidade e deixe que o parceiro sinta que faz parte do projeto:

- a. A comunicação e atenção dada ao parceiro deve ser frequente;
- b. Convide e engaje-os para visitas às atividades do projeto;
- c. Comunicar desafios, resultados gerados e novas oportunidades visualizadas. Aqui, a prestação de contas e a transparência são elementos fundamentais e devem apresentar não apenas dados, mas questões que sensibilizem sobre o impacto da parceria para os públicos beneficiados.

1.4 FINANCIAMENTO E COLABORAÇÃO COM FERRAMENTAS ONLINE

O uso de ferramentas online para o financiamento e colaboração em massa vem crescendo a cada dia e pode ser uma alternativa para desenvolver novos projetos e ações do seu grupo. As duas modalidades mais usadas são o **crowdfunding** e o **crowdsourcing**. Vamos entender a diferença entre eles?

A. Crowdfunding

O crowdfunding é a famosa vaquinha online ou financiamento coletivo. O objetivo dessa estratégia é reunir apoio financeiro para os projetos, sendo de forma pontual ou contínua/recorrente. Da forma pontual o projeto apresenta um orçamento delimitado e prazo para finalizar as doações, podendo oferecer recompensas de acordo com o valor apoiado. Já o financiamento contínuo são doações mensais que têm como função garantir a sustentabilidade do projeto ou grupo. Existem ferramentas online para ambas as formas, é importante ler com atenção as condições de cada uma.

B. Crowdsourcing

Enquanto isso, o crowdsourcing busca a colaboração de pessoas através de suas habilidades e conhecimentos. Com a ajuda de sites específicos para isso ou publicações nas redes sociais, para o crowdsourcing é importante descrever o projeto e as atividades para que estão precisando de pessoas, sejam remuneradas ou voluntárias.

Na hora de escolher qual modalidade faz mais sentido para seu projeto ou ação, pense bem quais objetivos o grupo quer alcançar para entender qual será o melhor aliado. Além disso, usando os sites ou as próprias redes, lembre-se de contar sobre o projeto, como irá impactar, quem serão os beneficiados, quais os resultados e todos os detalhes que possam ser importantes para mobilizar mais pessoas.

Conheça ferramentas que podem facilitar as ações de *crowdfunding* e *crowdsourcing* do seu coletivo:

- Benfeitoria - www.benfeitoria.com
- Catarse - www.catarse.me
- Kickante - www.kickante.com.br
- Juntos - www.juntos.com.vc
- Evoé - <https://evoe.cc/>
- Apoia.se - <https://apoia.se/>

MÓDULO II - Escrita de projetos: o mundo dos editais

1.1. COMUNICAÇÃO PARA MOBILIZAÇÃO SOCIAL

Vamos começar?

Como aprendemos no Módulo I, existem muitas formas de mobilizar recursos para uma organização. Uma dessas formas, que gera muitas dúvidas e inseguranças entre os coletivos, é a escrita de projetos.

O objetivo do Módulo II, que começa agora, é passar pelos principais pontos sobre a escrita de projetos, começando pela identificação de editais possíveis até a prestação de contas.

Antes de começar, gostaríamos de te convidar a entrar no mundo dos editais deixando pra trás essa história de que escrever projetos é difícil ou só para quem tem muita experiência. Durante essa formação, você vai entender que grande parte do trabalho de elaborar um projeto é saber argumentar sobre a atuação do seu coletivo, a importância do que vocês fazem e do impacto que o projeto proposto pode ter sobre a causa pela qual atuam.

1.1 OS TIPOS DE EDITAIS

-> Assista ao Vídeo 003 - Mobilização de recursos pelo caminho dos 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: 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 do edital 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, os incentivos fiscais e fundo de conselhos de direito. Mas quais são as diferenças entre eles?

A) 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 promovidos por fundos públicos, como o Fundo Estadual da Cultura, por exemplo, por empresas ou fundações e organizações da sociedade civil. Nos fundos de apoio direto, a instituição que faz a chamada (a responsável por escrever o edital) determina quais são as regras, objetivos e critérios de seleção e transfere os recursos diretamente para os projetos selecionados.

B) 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 pagar em impostos para o financiamento de projetos previamente aprovados pelo governo por meio de convocatórias das leis de incentivo. Em cada esfera (federal, estadual ou municipal), essa destinação está associada a um imposto diferente e tem regras muito específicas. Por exemplo, no caso da Lei de Incentivo Federal à Cultura, é possível direcionar de 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, no caso de Belo Horizonte, por exemplo, é possível direcionar até 20% Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN).

É importante lembrar que de tempos em tempos essas porcentagens mudam e dependem também do 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.

Parece confuso, né? Mas vamos tentar simplificar!

Resumindo, a lógica do incentivo fiscal funciona assim:

1. O governo de cada esfera abre chamadas para iniciativas¹ que queiram se candidatar à lei de incentivo.
2. As inscrições para essas chamadas são feitas por meio da proposição de um projeto, da maneira como o edital determinar.
3. Se o projeto for aprovado, a iniciativa fica habilitada para receber esses recursos vindos de empresas ou pessoas físicas via isenção de impostos.
4. Com esse certificado de projeto habilitado para captar, cabe à iniciativa correr 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.

C) 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 que têm como objetivo promover, proteger e defender os direitos 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 um. Apesar de terem regulamentações específicas em cada município e estado, os fundos de conselhos são mecanismos federais, dessa forma, as doações de pessoas físicas e jurídicas podem ser deduzidas apenas do imposto de renda.

Dica

É muito importante lembrar que, ao enviar uma proposta para chamada de fundo direto ou de incentivo fiscal, você se compromete a realizar as ações 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 humanos e financeiros disponíveis.

Onde encontrar editais abertos?

Há muitos sites que coletam e divulgam editais. Deixamos aqui os links de alguns e os portais oficiais das chamadas públicas do governo federal e alguns estados. Separe sempre um tempinho na sua semana para acessá-los e ficar por dentro das oportunidades!

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/>

Secretaria Municipal de Cultura de Contagem:

http://www.contagem.mg.gov.br/?oq=501356&op=fundac_edital

Secretaria Municipal de Arte e Cultura de Betim:

<https://www.betim.mg.gov.br/portal/secretarias/2/secretaria-municipal-de-arte-e-cultura>

1.2 A ESTRUTURA BÁSICA DE UM PROJETO

-> Assista ao Vídeo 004 - Estrutura básica de uma proposta de 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.

A primeira é:

1. 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.

Depois, é preciso pensar:

2. 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.

Você também vai precisar saber:

3. 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.

Definidos os passageiros, é hora de pensar:

4. 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?

A próxima pergunta é muito conectada à descrição. Você precisa definir:

5. Por quanto tempo irá viajar?

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.

Importante: se você vai passar poucos dias no local de destino, não adianta planejar visitar cada canto da cidade. A descrição das ações deve ser compatível com o período de execução.

Por último, vem aquela pergunta que muitas vezes faz com que a gente tenha que rever o plano todo:

6. 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.

1.3 A IDEIA, O TÍTULO E O RESUMO

-> Assista ao Vídeo 005 - A ideia, o título e o resumo

A partir de agora vamos falar sobre elementos importantes que quase sempre fazem parte da estrutura de uma proposta de projeto. Vamos começar pela ideia do projeto, o título e o resumo. Bora lá?

A) A IDEIA

A ideia do projeto é o que vai guiar todos os demais itens, ela precisa ser pensada estrategicamente para que o seu grupo 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 seu grupo irá concorrer. Dessa forma, você vai conseguir visualizar melhor o perfil dos projetos que geralmente são aprovados por aquele financiador.

Para treinar um pouco, vamos utilizar um exemplo fictício para criar a proposta de um projeto!

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 mulheres.

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?

B) O TÍTULO

O título deve refletir a ideia central do projeto. Afinal, 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.

C) 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.

Todo resumo precisa ter:

- **O que será feito:** um ciclo de rodas de conversa e encontros de criação coletiva
- **Público beneficiado e quantidade:** 25 mulheres de 60 a 85 anos, moradoras da comunidade
- **Local:** comunidade do Morro das Pedras, Belo Horizonte
- **Como será feito:** por meio de metodologias de rodas de conversa para colheita de histórias orais e de design colaborativo
- **Resultados, 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

1.4 RESPONDENDO A JUSTIFICATIVA

-> Assista ao Vídeo 006 - Respondendo 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, com base 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 oficiais² 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.

² Essas informações podem ser adquiridas em reportagens jornalísticas, institutos de pesquisa oficiais (como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE) e trabalhos acadêmicos. É importante, ao utilizar essas informações, fazer referência às fontes. Essa busca de dados pode ser feita em uma pesquisa no Google ou no Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br>) por termos relacionados à sua justificativa.

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!

Quando estiver fazendo sua justificativa, lembre-se de prestar atenção em quais são os critérios de avaliação e seleção específicos daquele edital: quais detalhes poderão trazer mais pontos para seu projeto e serão decisórios naquela chamada. Esses critérios nos contam quais fatores e características mais 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.

1.5 DEFININDO OS OBJETIVOS

-> Assista ao Vídeo 007 - Como criar os objetivos gerais e específicos

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.

1.6 DESCRIÇÃO E CRONOGRAMA DE UM PROJETO

-> Assista ao Vídeo 008 - Como criar a descrição e o cronograma de um projeto

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

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”.

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?

1. Volte aos itens **OBJETIVO GERAL** e **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**. A partir deles, liste todas as atividades necessárias para atingir esses objetivos. Todas mesmo, viu? Feche os olhos e tente imaginar que está executando a ação. Quais passos e ações são necessários para que ela aconteça?

2. Tente organizar essa lista de ações em etapas de realização na ordem em que cada uma precisa acontecer;
3. Organize dentro de cada etapa de realização, a lista de ações e serviços que precisarão acontecer para que aquela etapa seja cumprida;
4. Preveja o tempo que cada uma das etapas vai demandar. Seja realista, pois um dos critérios que os avaliadores vão olhar é a viabilidade do projeto proposto ser realizado no tempo previsto;
5. 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**.

1.7 O ORÇAMENTO DE UM PROJETO

[-> Assista ao Vídeo 009 - Como fazer o orçamento de um projeto](#)

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 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 aluguéis e de compra dos equipamentos, faça orçamentos em gráficas 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 ideais, 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, aluguéis 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.

³ Para saber como criar uma planilha simples em Excel, acesse:

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	20.000,00
	1 educador	Mês	10	1000	10.000,00
	1 profissional de comunicação	Mês	7	1000	7.000,00
	1 designer	Mês	4	1000	4.000,00
	1 redator	Mês	4	1000	4.000,00
	1 revisor	Mês	4	1000	4.000,00
	1 contador	Mês	1	1500	1.500,00
Materiais de divulgação	Cartazes de divulgação do projeto	Exemplar	100	3	300
	Panfletos de divulgação do evento de lançamento	Exemplar	1000	0,10	100
	Carro de som de divulgação do evento de lançamento	Hora	10	40	400
Logística	Materiais de papelaria para criação nos 10 encontros	Cota	10	200	2.000,00
	Materiais de escritório	Cota	10	70	700
	Plano de internet e telefonia	Mensalidade	10	150	1.500,00
Equipamentos	Gravador de som profissional	Unidade	1	1500	1.500,00
	Câmera fotográfica e filmadora profissional	Unidade	1	4500	4.500,00
Produto Final	Impressão de livro	Unidade	300	22	6.600,00
Evento	Aluguel equipamento de som	Hora	2	700	1.400,00
	Aluguel equipamento de iluminação	Hora	2	500	1.000,00
	Aluguel de cadeiras	Unidade	250	10	2.500,00
	Alimentação	Cota	250	20	5.000,00
Valor total do projeto					76.600,00

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:

- 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.
- 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.
- 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.
- 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\$ 1500,00 e ser ofertada como contrapartida do grupo.

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

Mostramos aqui diretrizes básicas para você escrever um projeto para editais socioculturais. Mas, lembre-se 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 e-mail ou telefone.

Apesar de muitas vezes trabalhoso, esse processo pode gerar bons frutos e viabilizar ações muito importantes para o seu grupo. 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 ajude 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.

Por aqui, acreditamos que aprendemos fazendo, por isso, seguem algumas atividades básicas para você exercitar os tópicos abordados no Módulo II.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES:

Vamos praticar?

Exercício 1.

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.

Exercício 2.

O segundo passo é reservar um tempo para fazer algumas pesquisas e criar sua justificativa de acordo com o que aprendeu no tópico 1.4. Bora lá?

Exercício 3.

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

Exercício 4.

Volte ao tópico 1.6. e siga o passo a passo sugerido 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.

Exercício 5.

E para fechar, 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 para que suas ideias sejam factíveis;
- a organização de todos esses itens e valores em uma planilha bem detalhada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS QUE USAMOS PARA CONSTRUÇÃO DESTE MATERIAL:

Armani, D. (2001). O desenvolvimento institucional como condição de sustentabilidade das ONGs no Brasil. In: Brasil, Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. Coordenação Nacional de DST e AIDS. (2001). AIDS e Sustentabilidade: sobre as ações das organizações da sociedade civil. Brasília: Ministério da Saúde.

[-http://giv.org.br/Publica%C3%A7%C3%B5es/Aids-e-Sustentabilidade-Sobre-A%C3%A7%C3%B5es-das-OSC.pdf](http://giv.org.br/Publica%C3%A7%C3%B5es/Aids-e-Sustentabilidade-Sobre-A%C3%A7%C3%B5es-das-OSC.pdf)

ATENÇÃO!

Os vídeos e o conteúdo de apoio de todos os módulos da formação “Desenvolvimento Institucional e Mobilização de recursos” foram cedidos pela Agência de Iniciativas Cidadãs –AIC para adaptação e uso no “De Nós Pra Nós: formação em mobilização de recursos e comunicação comunitária para coletivos culturais”. Para uso ou cópia - parcial ou integral – do conteúdo deste caderno, pedimos que seja observada a Lei dos Direitos Autorais (Lei9.610/98), artigo 24/ inciso II, que garante como direito do autor “ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o autor, na utilização de sua obra”.