

Gestão De Processos Em Música

PROJETO CULTURAL

Várias fontes

Segundo TORNAGHI (1958), **planejar** é "decidir por antecipação o que deve ser feito e mais: o como, o quando, o quanto, por quem e onde, e isto depois de indagar por que". Embora nosso objetivo primordial não seja fixar conceitos, é interessante notar a simplicidade desta definição.

Um projeto cultural pode ter inúmeras funções. Pode servir para consolidar parcerias, para captar recursos junto à iniciativa privada, para conseguir apoios de órgãos públicos, ou mesmo para conseguir os benefícios das leis de incentivo à cultura. Muitas vezes elaboramos formatações diferenciadas do mesmo projeto cultura, conforme os objetivos e destinações dadas a ele. Para uma mesma idéia chegamos a formatar 10 ou 15 projetos diferentes desta idéia.

A elaboração de projetos profissionais e acadêmicos deve sempre considerar a função e o objetivo da materialização do mesmo:

- **A quem se destina a confecção deste projeto?**
- **Quem irá ler o projeto que vai ser escrito?**
- **Quais os objetivos para se apresentar o projeto?**

DADOS GERAIS PARA CONFEÇÃO DE UM PROJETO CULTURAL

- A boa apresentação do projeto é fundamental. Ele deve ser montado de forma organizada, lógica, bem diagramado, com o máximo de informações visuais – gráficos fotos etc.; e principalmente limpo.
- Evite textos rebuscados, repletos de adjetivos e informações subjetivas. Busque uma linguagem acessível. O texto deve ser claro, conciso, objetivo e direto.
- Não se esqueça de quantificar todas as informações possíveis, principalmente a respeito do público a ser atingido pelo projeto. Estas informações interessam em demasia aos futuros patrocinadores.
- No caso de projetos que são encaminhados para obter os benefícios das Leis de Incentivo, devemos sempre seguir as orientações e especificações básicas de cada uma das Leis.

PARTES DE UM PROJETO CULTURAL

Evidentemente, a disposição e organização de cada uma das partes de um projeto cultural vão variar de acordo com o direcionamento que será dado ao projeto. O destaque e a ênfase em uma ou outra informação também vão depender desta função do projeto.

Mesmo assim, todo projeto deve conter:

1. Nome do projeto

Por mais que pareça óbvio, escolher um bom nome é importante para poder transmitir a idéia central do projeto de forma mais rápida. Um nome sucinto e objetivo facilita a compreensão e ajuda a atingir os objetivos com mais eficiência. Muitas vezes, a adoção de nomes extensos e rebuscados pode atrasar todo o processo. Como princípio de eficiência na escolha de um tema, um lema a ser seguido é o de que **“o tema teve ser reconhecível e definido de tal maneira que seja reconhecível igualmente por outros”**.

2. Introdução e objetivos (o quê)

Todo projeto deve ter seus objetivos. Neste tópico o produtor deve procurar ser conciso, descrevendo apenas o que pretende com a execução deste projeto. O projeto deve transmitir segurança no conhecimento sobre o tema, autoconfiança, talvez com um toque de entusiasmo, mas não promessas extravagantes! Em suma, a introdução de um projeto de pesquisa deve conter a exposição clara e de maneira encadeada e cronológica do projeto.

A conclusão da Introdução deve ser uma declaração simples e objetiva sobre qual objetivo pretende-se alcançar – é a **justificativa**.

3. Justificativa (porque)

Neste item o proponente do projeto deve explicar porque está propondo a realização do mesmo. Este item deve começar de forma direta, anunciando para o leitor/avaliador quais são os objetivos do projeto: "O objetivo deste projeto é..."; "Pretende-se ao longo do projeto verificar a relação existente entre..."; "Este trabalho enfocará..."; são algumas das formas às quais é possível recorrer. De um modo geral, os objetivos servem para mostrar o que será buscado com o projeto, de uma forma sucinta e objetiva.

4. Sinopse / Mecânica de funcionamento (como)

O produtor deve sempre explicar sucintamente o conceito central do projeto e seu mecanismo de funcionamento. É o momento de se dizer o que é projeto e como vai funcionar: duração, conteúdo, forma de produção e produto final.

5. Público alvo (quem)

Ao inserir a descrição do público alvo nunca deixe de especificar a faixa etária, grau de formação e outras informações sobre o público almejado. Este tópico é o mais importante caso o projeto seja direcionado para obtenção de apoios e patrocínios junto à iniciativa privada.

6. Desenvolvimento e cronograma (quando)

No cronograma o proponente deverá fazer um planejamento das atividades ao longo do tempo que você dispõe para o projeto. Ele é uma excelente ferramenta para controlar o tempo de trabalho e o ritmo de produção. Ao mesmo tempo, servirá para o patrocinador ou a agência financiadora acompanhar o andamento do projeto. Também aqui há uma pergunta chave: *"quando as diferentes etapas do projeto serão levadas a cabo?"*

Procure detalhar as formas de desenvolvimento no transcorrer do projeto, metodologia utilizada e prazos necessários para sua realização. Quando será realizada cada uma das atividades pretendidas.

Deve-se calcular o tempo que vai ser gasto em cada etapa do projeto, incluindo-se o tempo gasto na aquisição material necessário ao desenvolvimento do projeto.

Seja realista ao estabelecer prazos e ao definir seu cronograma de trabalho. Os projetos culturais costumam ser elaborados e apresentados com muita antecedência. O prazo ideal para a realização de um projeto é de seis meses, dependendo de sua amplitude. Projetos de pequeno porte também precisam de no mínimo três meses de antecedência para sua captação de recursos e execução.

A forma mais fácil de organizar um cronograma é sob a forma de uma tabela. Exemplo:

ATIVIDADES	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A	X	X										
B		X	X	X	X							
C					X	X	X	X	X			
D										X	X	X

7. Materiais e custos

A pergunta básica neste quesito é "de que materiais vou precisar para realizar meu projeto? E quanto terá que ser gasto?"

Especifique toda a estrutura material necessária e relacione os equipamentos indispensáveis para execução do projeto. Aqui também pode haver uma fusão com o quesito custos, ou não, dependendo da intenção do projeto. É importante distinguir o material de consumo (que é usado sem volta durante o projeto – exemplo energia elétrica, papel etc.) do material permanente (de uso continuado após o final do projeto – exemplo instrumentos musicais), a forma de obtenção de cada material e destinação após o final do projeto.

Também o cálculo do trabalho dos assim chamados “recursos humanos”: artistas, colaboradores, pessoal técnico, pessoal administrativo etc. Calcular o tempo de contrato e a quantia a ser recebida - salário, complementação salarial, etc.

Utilize valores e orçamentos razoáveis e dentro da realidade. Não supere-valorize seu projeto, isto pode tirar a credibilidade de sua proposta.

Indique de maneira clara quais os benefícios que receberão os patrocinadores e apoiadores. Às vezes a publicidade, a divulgação e a associação da marca do patrocinador não são os únicos benefícios, Você poderá oferecer como contrapartida parte do produto cultural, no caso de livros, CDs, ingressos etc. Outro benefício pode ser a integração de clientes do patrocinador ao projeto cultural, através da realização de cursos, palestras, oficinas, ou a cessão de vagas para a realização destas atividades dentro do projeto.

8. Plano de divulgação e pós-produção

Especifique a forma de divulgação do projeto e o seu plano de mídia. De que forma será divulgado ou desenvolvido o trabalho de acessória de imprensa. Quantos cartazes, folders, outdoors e outros instrumentos de comunicação serão utilizados. Também os produtos que poderão ser disponibilizados ao final do projeto: fotos, gravações, textos etc.

9. Dados sobre os participantes

É muito importante - e, para nosso desgosto, não é muito comum - encontrar no próprio texto do projeto os dados de identificação de seu autor. Além de servir para facilitar a identificação do próprio projeto, o simples fato de se poder achar um nome de referência facilitará também o contato daqueles que, ao manusearem o projeto, tiverem interesse em aproveitá-lo, discuti-lo ou mesmo (por que não?) levá-lo adiante.

SORE OS PROJETOS MÚSICAIS ELABORADOS NO CURSO DE GESTÃO DE PROCESSOS

1. Cada aluno ou grupo deverá apresentar e finalizar um **projeto musical completo** no decorrer do semestre, nos moldes e com a estrutura geral apresentadas no texto acima (Introdução / Sinopse / Objetivos / Cronograma / Materiais e custos / plano de divulgação / dados dos participantes)
2. O projeto cultural exemplifica e direciona todos os conteúdos e processos planejados para o curso de Gestão de Processos Musicais. Por isso, cada projeto desenvolvido pelos alunos ou grupos deve ser considerado **o trabalho mais importante do decorrer do curso**, e decidirá definitivamente a menção de cada aluno na avaliação geral.
3. Levando em conta que a introdução do projeto deve ser um texto claro, objetivo e acessível, disposto de forma a apresentar e chamar a atenção para o projeto, dentro do cronograma dos trabalhos dos alunos de Gestão de Processos Musicais será tacitamente aceito que o texto da introdução do projeto corresponda ao *press-release* oficial do projeto, já elaborado anteriormente (copiar e colar!). O texto sobre a sinopse do projeto também pode se basear livremente no *press-release*, embora deva ser mais objetivo.

Introdução e sinopse do projeto = Press release

4. Levando em conta que os dados sobre os responsáveis pelo projeto são textos fechados e independentes, e constituem o desenvolvimento pessoal e profissional do responsável, dentro do cronograma dos trabalhos dos alunos de Gestão de Processos Musicais será tacitamente aceito que os textos sobre os dados dos responsáveis pelo projeto correspondam aos memoriais de cada aluno, já elaborados anteriormente (copiar e colar!).

Dados dos responsáveis pelo projeto = memoriais de cada aluno-membro do projeto

5. As várias partes previstas para cada projeto musical serão desenvolvidas no decorrer do semestre, com acompanhamento paulatino do professor. Com isto, muitas das informações necessárias para a elaboração adequada do projeto ainda serão abordadas no curso durante o decorrer do semestre. Acompanhe os prazos máximos para entrega da versão final de cada parte do projeto:

08/ outubro - introdução / justificativa / cronograma

29/outubro – materiais e custos/ mapa de palco

19/novembro - plano de divulgação

03/dezembro - apresentação de pós-produção

FONTES

MIGUEL, Marcelo. **Marketing cultural – a organização de projetos culturais e a utilização das leis de incentivo**. Apostila; Governo do Paraná / Secretaria de Estado da Cultura / Coordenadoria de Incentivo à Cultura – CCI.

GUERRA, Martha de O.; CASTRO, Nancy C. **Como fazer um projeto de pesquisa**. Documento online http://www.faceca.br/bsi/documentos/como_fazer_um_projeto_de_pesquisa.doc (acessado em 2009-09-16).

Como fazer » Projeto de pesquisa. Portal da World Wide Web *Zé Moleza*; Documento online http://www.zemoleza.com.br/como_fazer.asp (acessado em 2009-09-16).

FURASTÉ, Gilberto E. **Projetos - Por quê? / O Quê? / Como? / Quem?**. Documento online <http://br.geocities.com/ramopio/fazerprojeto.htm> (acessado em 2009-09-16).

TORNAGHI, Newton. **Planejamento**. Rio de Janeiro: Edições Newton Torghi, 1968. APUD FURASTÉ.