**FUMPROARTE PORTO ALEGRE AMANHÃ**

EDITAL 009/2016

**IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO**

1. Título do Projeto: [ ]
2. Proponente: [ ]
3. CPF: [ ]
4. Área do projeto: [ ]
5. Prazo de execução: [ ] meses.

*Todo o formulário deve ser preenchido em fonte ARIAL, tamanho 12, espaçamento 1,15. Após o preenchimento integral da proposta, salvar em PDF para submeter no sistema FUMPROARTE.*

**APRESENTAÇÃO**

|  |
| --- |
| **Apresente de forma clara e sucinta o que é o projeto.** |
|  |

**ASPECTOS ARTÍSTICOS**

|  |
| --- |
| ***Justificativa:*** *Apresente o mérito e a relevância do projeto com argumentos sólidos em sua defesa, destacando o porquê de ser realizado, seus aspectos mais importantes, sua originalidade, contexto histórico, alcance de público, etc.* |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Objetivos:** Exponha os resultados que pretende atingir, os produtos finais a serem elaborados e os benefícios da proposta. Inicie a frase sempre com um verbo no infinitivo. |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |
| 6 |  |
| 7 |  |

**ADEQUAÇÃO DE PÚBLICO**

|  |
| --- |
| ***Público-Alvo do Projeto:*** *Identifique o público-alvo do projeto, incluindo referências etárias, culturais e socioeconômicas.* |
|  |

**CRONOGRAMA**

*Detalhamento das etapas de execução do projeto: Apresentar todos os passos a serem seguidos, mês a mês, com o maior detalhamento possível, permitindo uma clara compreensão de como o projeto será realizado. Apresente, em ordem cronológica, as etapas do gerenciamento do projeto, de modo a demonstrar as atividades e a coerência entre cada período e os custos previstos. DIVULGAÇÃO: Deve ser informada a estratégia de divulgação da assessoria de imprensa, assim como o planejamento de mídia. Este planejamento estratégico deve ser voltado para o público direto apontado na aba público alvo.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etapa | Data Início | Data Fim |
| **Pré-produção** | **Mês 1** |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Produção** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Pós-produção** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Divulgação** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Comercialização e/ou distribuição** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**RETORNO DE INTERESSE PÚBLICO**

|  |
| --- |
| *Elaborar um plano artístico-cultural de contrapartida para a SMC. Faz-se também obrigatória a cedência de até 10% do total do produto para o acervo municipal da PMPA, para uso público. (Dec.10867/93, art. 21).*  *São identificados também como contrapartidas: ações de promoção de acessibilidade para pessoas com deficiência, ações de redução de impacto ambiental, ações de formação para capacitação de novos agentes culturais, difusão de produtos em outros idiomas (bilíngues, trilíngues, etc.), assim como, outros formatos que o proponente julgar adequados ao perfil do projeto. itens podem estar contemplados na planilha orçamentária.* |
|  |

**PLANEJAMENTO E ADEQUAÇÃO DO PRODUTO**

|  |
| --- |
| *Relacione possíveis questões que podem fazer o projeto ter seu desempenho comprometido e as soluções previstas para resolve-las.* |
|  |

|  |
| --- |
| *Apresente o plano de ação para posicionamento do produto no mercado, após o término do financiamento do FUMPROARTE.* |
|  |

**INFORMAÇÕES ADICIONAIS**

|  |
| --- |
|  |
|  |