

Núcleo de Estímulo

à Produção Artístico-Cultural

CONFIRA O QUE FIZEMOS NO 1º SEMESTRE!

ENCUENTROS

17/03

NePac

ENCONTRO 1

GESTÃO CULTURAL NO BRASIL


rede educare

 Instituto
Cuidare



Katia Rocha Brasileiro

24/03

ENCONTRO 2

LEIS DE INCENTIVO À CULTURA NO BRASIL



Sergio Andreucci

07/04

NePac

ENCONTRO 3

ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS



Carla Rabelo

28/04

ENCONTRO 4

MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS



Marcela Campos

05/05

NePac

ENCONTRO 5

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS



MUSEU
DO IPIRANGA
— USP



Gustavo Carbonaro

12/05

ENCONTRO 6
**PRESTAÇÃO DE
CONTAS**



NePac



Cris Olivieri

26/05

ENCONTRO 7

BRANDING E CULTURA



NePac



Silvio Sato



02/06



ENCONTRO 8

BRANDING E COMUNICAÇÃO PARA PROJETOS CULTURAIS

(uma visão de dentro)



Clara Valverde

09/06

NePac

ENCONTRO 9

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO EM PROJETOS CULTURAIS

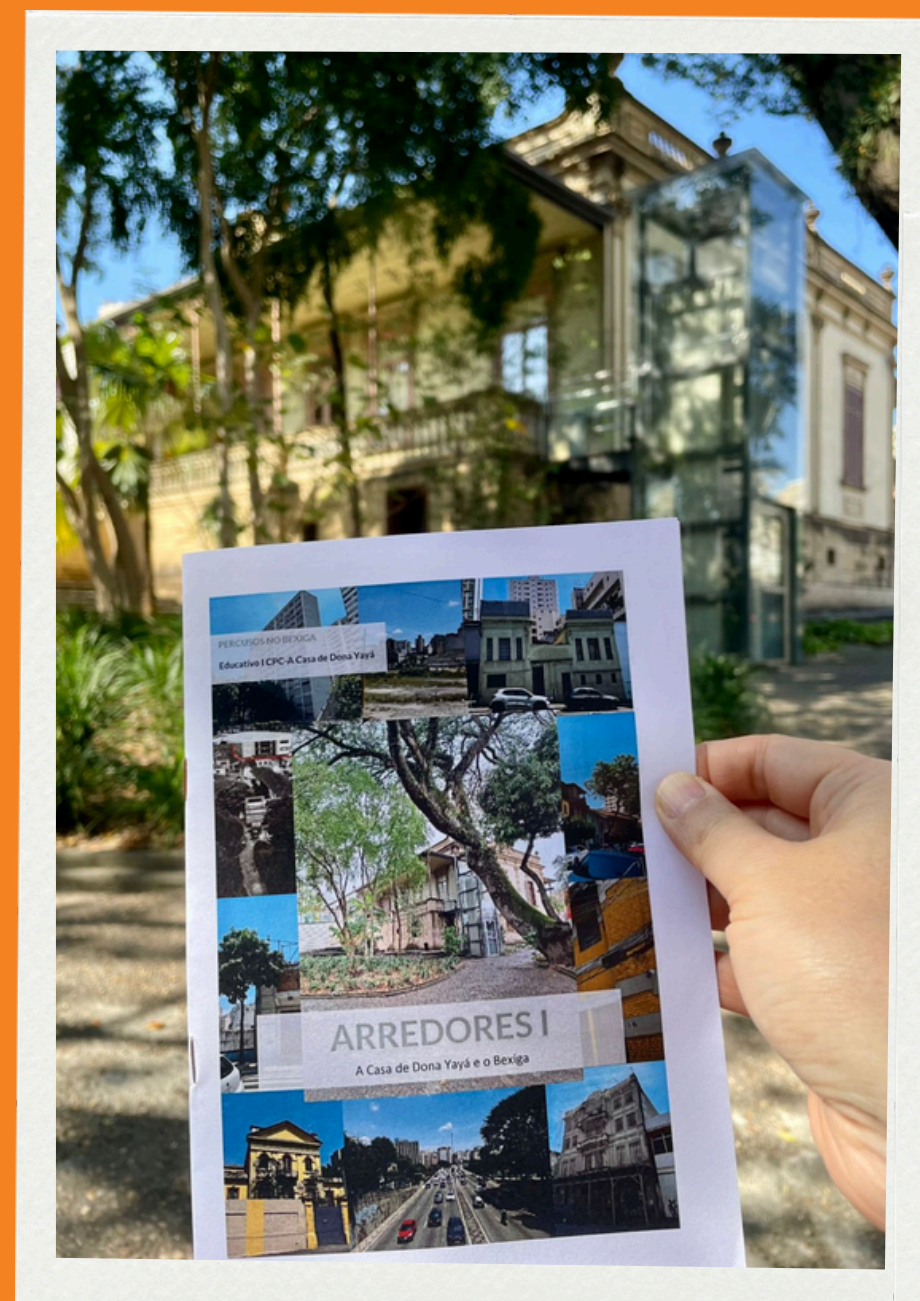


Alan Albuquerque

VISITAS TÉCNICAS

Casa de Dona Yayá

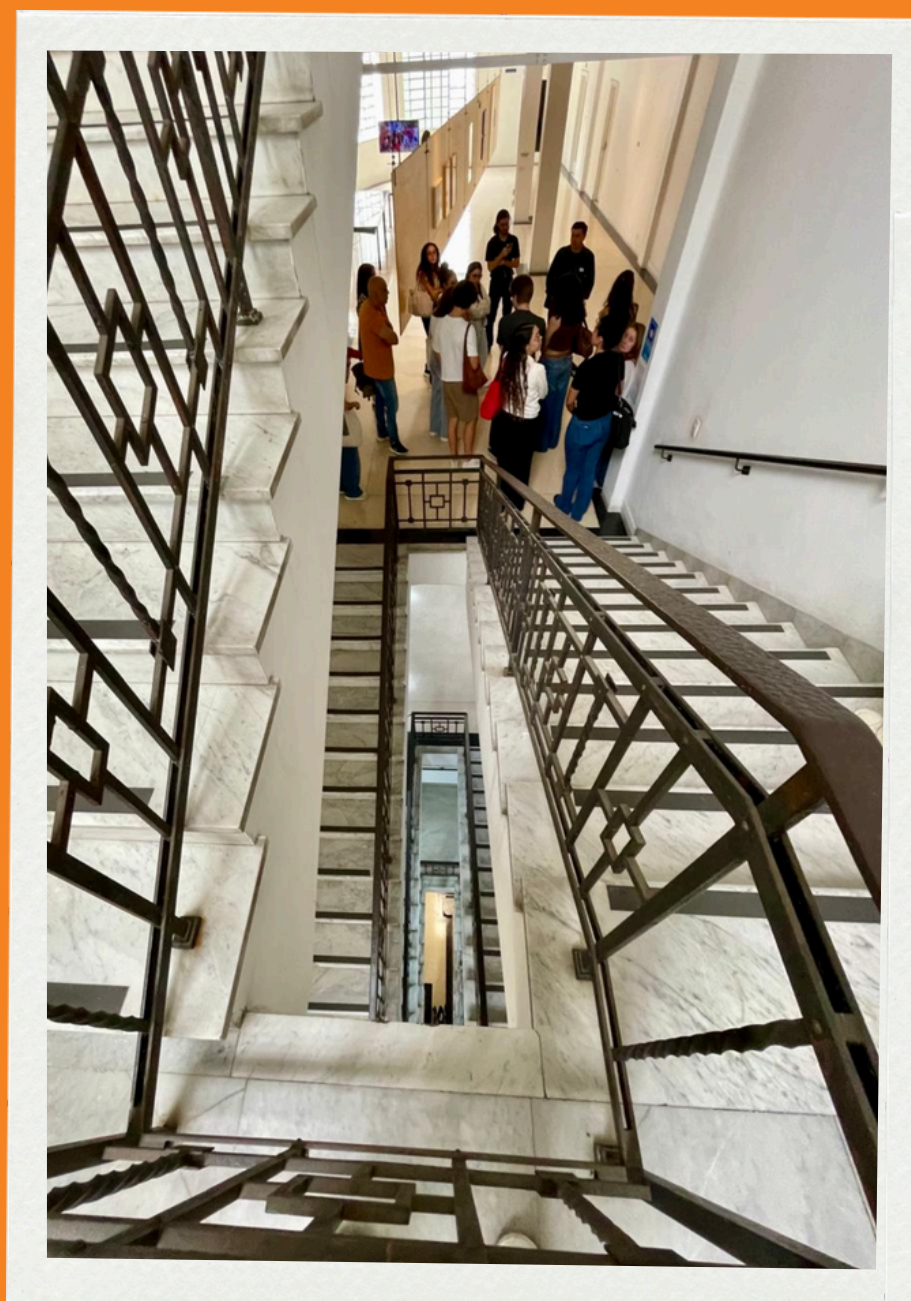
R. Maj. Diogo, 353 - Bela Vista, São Paulo



26/04/2026

Centro MariAntonia

R. Maria Antônia, 258 | 294 - Vila Buarque, São Paulo



09/05/2026

Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin

R. da Biblioteca, 21 - Cidade Universitária, São Paulo

NePac



19/05/2026

OSUSP

R. do Anfiteatro, 109 - Cidade Universitária, São Paulo



23/05/2026

TUSP

R. Maria Antônia, 294 - Vila Buarque, São Paulo

NePac



13/06/2026

CONFIRA O CALENDÁRIO DO 2º SEMESTRE!

ENCONTROS PRESENCIAIS

LOCAL: PRÉDIO 3 DA **ECA** | SALA 3
HORÁRIO: das **9h30** às **12h**

15.08	Abertura	Integração e organização dos grupos
-------	----------	-------------------------------------

19.09	Etapa 1 - Diagnóstico	Apresentação do diagnóstico do cliente escolhido
-------	-----------------------	--

17.10	Etapa 2 – Plano Estratégico	Apresentação da estratégia
-------	-----------------------------	----------------------------

28.11	Etapa 3 - Plano de ação	Apresentação do cronograma de atividades de cada grupo e encerramento
-------	-------------------------	---

SUGESTÃO DE ROTEIROS

(os roteiros poderão ser adaptados de acordo com cada projeto)

ETAPA 1 - DIAGNÓSTICO

1

DIAGNÓSTICO

Breve histórico da instituição, coletivo ou projeto.

- Origem e trajetória;
- Principais realizações;
- Artistas, produtores e agentes envolvidos;
- Missão, valores e propósito;
- Principais projetos, obras, produtos ou atividades;
- Reconhecimento, repertório e ativos construídos ao longo da trajetória.

2

CONTEXTO INTERNO E EXTERNO

- Estrutura organizacional e capacidade de produção;
- Recursos humanos, técnicos e financeiros;
- Modelo atual de gestão e produção;
- Infraestrutura e recursos disponíveis;
- Contexto cultural, social, econômico e político;
- Características e transformações do setor de atuação;
- Legislação, políticas culturais e mecanismos de financiamento relevantes.

3

PÚBLICOS E STAKEHOLDERS

- Identificação dos públicos atuais e potenciais;
- Características, necessidades, interesses e comportamentos;
- Relação atual com os diferentes públicos;
- Artistas, produtores, parceiros, patrocinadores, instituições e poder público;
- Comunidades e territórios relacionados ao projeto;
- Oportunidades de ampliação e diversificação dos públicos.

ETAPA 1 - DIAGNÓSTICO

4

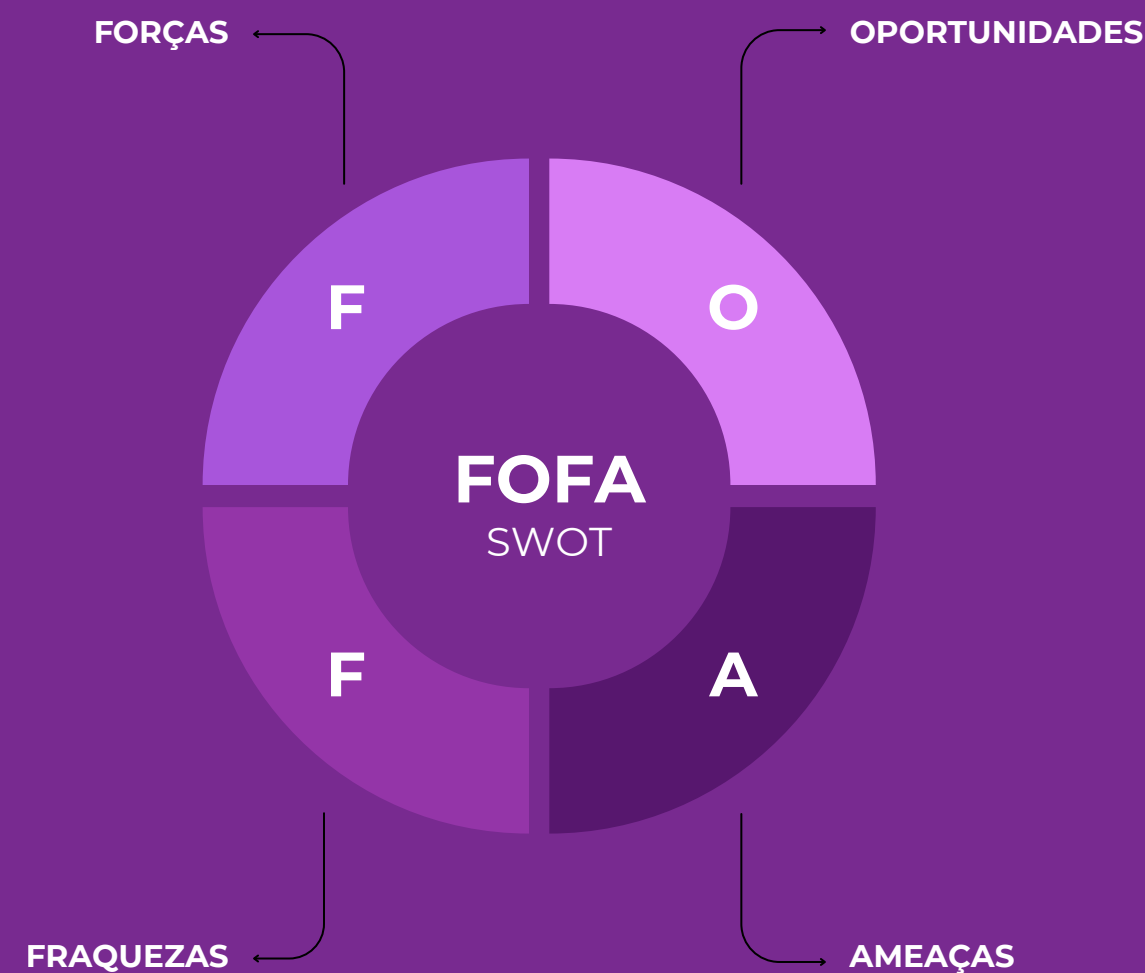
TENDÊNCIAS E BENCHMARKS

Tendências relevantes no campo artístico e cultural. Exemplos:

- Novos formatos de produção, circulação e consumo cultural;
- Transformações tecnológicas e digitais;
- Novos modelos de financiamento e sustentabilidade;
- Benchmarking de iniciativas nacionais e internacionais;
- Projetos e organizações de referência.

5

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO



ETAPA 2 - PLANO ESTRATÉGICO

1

DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

- **Missão** e propósito;
- **Visão** de futuro;
- **Valores** e princípios.

2

OBJETIVOS

Definição dos objetivos em diferentes dimensões (priorizar):

- Artística e cultural;
- Institucional;
- Públicos e relacionamento;
- Comunicação e marca;
- Financeira e sustentabilidade;
- Produção e operação;
- Impacto social e territorial.

3

ESTRATÉGIAS

Definição de acordo com os objetivos do **item 2**.

ETAPA 2 - PLANO ESTRATÉGICO



4

POSICIONAMENTO DA MARCA

Categoria: em qual universo cultural e artístico o projeto se insere?

Público prioritário: para quem o projeto pretende construir relevância?

Promessa: qual valor ou experiência oferece?

Diferenciação: o que o torna singular?

Sustentação: quais elementos concretos legitimam essa promessa?

Território de marca: quais significados, valores e associações pretende ocupar?

5

MODELO DE SUSTENTABILIDADE

- Fontes de receita e financiamento;
- Patrocínios e apoios;
- Editais e leis de incentivo;
- Bilheteria e comercialização, quando aplicável;
- Parcerias institucionais;
- Produtos e serviços associados;
- Recursos próprios;
- Diversificação das fontes de financiamento.

ETAPA 3 - PLANO DE AÇÃO

1

PROJETOS E INICIATIVAS PRIORITÁRIAS

Para cada iniciativa:

- Objetivo;
- Público;
- Descrição;
- Responsáveis;
- Parceiros;
- Recursos necessários;
- Resultados esperados;

2

CRONOGRAMA

Organização das ações por:

- Curto prazo;
- Médio prazo;
- Longo prazo;
- Etapas de produção;
- Marcos e entregas principais.

3

ORÇAMENTO E LEVANTAMENTO DE CUSTOS

- Recursos humanos;
- Produção;
- Infraestrutura;
- Comunicação;
- Tecnologia;
- Logística e mais...

ETAPA 3 - PLANO DE AÇÃO

4

COMUNICAÇÃO E ATIVAÇÃO

- Conceito da comunicação;
- Identidade e linguagem;
- Canais;
- Estratégia de conteúdo;
- Relações públicas e imprensa;
- Mídias sociais;
- Influenciadores e formadores de opinião;
- Ações de ativação e relacionamento;
- Estratégias de mobilização de públicos.

5

INDICADORES E AVALIAÇÃO

- Indicadores de público;
- Indicadores de comunicação;
- Indicadores financeiros;
- Indicadores de relacionamento;
- Indicadores de impacto cultural e social;
- Avaliação qualitativa e quantitativa;
- Critérios de revisão das estratégias.

CONFIRA OS GRUPOS

CENTRO MARIANTONIA

Orientação: Sérgio Andreucci

Contato: 11-99309-1027

Coordenação:

Giulia Guzzardi
Maria Eduarda Melgarejo

Equipe:

Aline dos Santos	Julia Vieira
Ana Clara de Souza	Larissa Takamura
Ana Fernandes	Laura Aparecida
Camila Kato	Marcelo Lemos
Carlos Eduardo	Miguel Gozi
Fernando Tiago	Pedro Bernal
Giorno Angelone	Rafaela Goulart
Giovana Mattar	Sophia Slongo
Giovana Milane	Yasmim Campos
Heloísa Lobo	Yasmin Almeida Santos
Isabela Castro	

CASA DE DONA YAYÁ

Orientação: Silvio Sato

Contato: 11-99600-0887

Coordenação:

Heloísa Brochieri
Pedro Bernal e Nina

Equipe:

Camila Kato
Giorno Angelone
Juliana Godath
Marcelo Lemos

ATENÇÃO: os encontros dos grupos serão semanais em dias e formato a combinar com seus orientadores.

NÚCLEO DE DANÇA

Orientação: Kátia Rocha Brasileiro

Contato:

Coordenação:

Sophia Paraíso
Juliana Godath

Equipe:

Isis Vergueiro
Lara Arelhano
Luana Campos
Mariana Dias

MOSAICO E LETARGIA

Orientação: Aleteia Salmazo

Contato: 11-97672-4172

Coordenação:

Helô
Felipe Costa

Equipe:

Camila Kato
Giorno Angelone
Juliana Godath
Marcelo Lemos

ATENÇÃO: os encontros dos grupos serão semanais em dias e formato a combinar com seus orientadores.

REFORÇANDO EDUCAÇÃO ZN

PALHAÇOS SEM JUÍZO

Orientação:

Contato:

Coordenação:

Isadora Queiroz

Equipe:

Gabriel Marinbo
Gabriela Tavares
Julia Vieira
Lays de Souza
Marcelle Nery
Sophia Slongo
Vitória Messias

Orientação: Ana Torezan

Contato:

Coordenação:

Maria Julia Carone

Equipe:

XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXX
XXXXXXX

ATENÇÃO: os encontros dos grupos serão semanais em dias e formato a combinar com seus orientadores.

ORGANIZAÇÃO NEPAC

NePac



Sérgio Andreucci
s.andreucci@usp.br

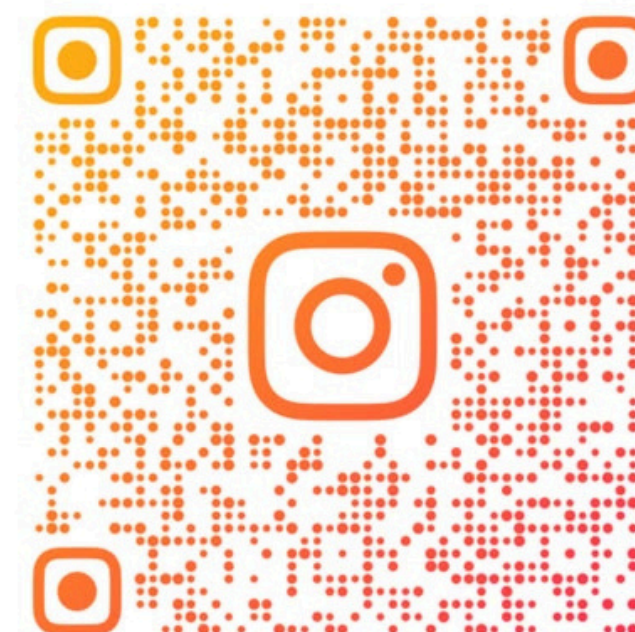
Silvio Sato
silviosato@usp.br



ACESSE O GRUPO:



SIGA NO INSTAGRAM:



EM CONSTRUÇÃO

APOIO



Instituto Educare



PARCERIAS

Maria Antonia
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA USP

CASA DE DONA YAYÁ

OSUSP

TUSP
Teatro da USP

cinusp

MUSEU
DO IPIRANGA
- USP

Itaú Cultural

Núcleo de Estímulo à Produção Artístico-Cultural

Democratizar o acesso à **cultura** é construir uma sociedade mais **justa**, **inclusiva** e **criativa** para todos.

Obrigado!

