

# GUIA DO REALIZADOR

Variável 

Basicamente são seis (6) etapas, entre o que fazer antes, durante e depois da campanha, considerando o seu papel enquanto “Realizador” e o da Variável 5 enquanto plataforma, meio, para o financiamento de seu projeto. Vamos mostrar tudo que você precisa saber para ter sua campanha no ar.

### ➤ **O INÍCIO – PRIMEIRO A GENTE CONVERSA**

“Eureka”! Você teve uma boa ideia para um projeto e acredita ser possível realizá-lo? Pois bem, o financiamento coletivo já é uma realidade e uma possibilidade para todos, mas, para que seu projeto aconteça, antes de se lançar nessa modalidade é preciso se preparar.

Pesquise projetos similares ao seu, procure os idealizadores e converse com eles por e-mail, skype e afins. Estude como fizeram para se comunicar com o público, que ações criaram, etc. O objetivo é trocar o máximo de informações possíveis que possam ajudar você a pensar de modo criativo em como desenvolver sua campanha. Leia livros, artigos e reportagens a respeito, que sempre pode ajudar a pensar e, e entender como anda esse meio de viabilização no Brasil e no mundo. Pesquise, pesquise, pesquise!

Nós também estamos aqui para te ajudar :) Então, não deixe de fazer contato para esclarecer qualquer dúvida: [contato@variavel5.com.br](mailto:contato@variavel5.com.br).

Acompanhe as novidades e os projetos que estão no ar pelo site [www.variavel5.com.br](http://www.variavel5.com.br). As mídias sociais também são um bom lugar para gente manter contato.

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#)

### ➤ **SEGUNDO MOMENTO – A GENTE SE CONHECE UM POUCO MAIS**

A Variável 5 ([www.variavel5.com.br](http://www.variavel5.com.br)) é uma plataforma de financiamento coletivo, crowdfunding, uma agência de comunicação, desenvolvendo assessorias de comunicação e uma produtora cultural. Começamos em setembro de 2012, apenas com a plataforma, e depois fomos expandindo as possibilidades, muito inspirados pela própria demanda do mercado cultural belo-horizontino. A ideia de promover o circuito de eventos em Belo Horizonte e viabilizar projetos culturais é nossa grande meta e ambição.

Em 2014 iniciamos uma nova etapa. Até o ano passado apenas a Variável 5 propunha campanhas, agora ampliamos a plataforma para que os produtores possam financiar seus projetos. Existem maneiras diferentes de se financiar cultura e nós apostamos na força do público. Uma alternativa aos meios tradicionais de financiamento de projetos,

mas que está longe se ser a segunda opção. Na verdade, trabalha-se para que seja a primeira, baseando-se no contato com o público estimulado pela liberdade democrática que esse modelo representa. O que valorizamos? Projetos culturais criativos que tenham um objetivo claro e que priorizem o coletivo.

[Dá uma olhada nos projetos que já trabalhamos!](#)

Em [“Quem somos”](#) você pode saber um pouco mais. E por último nossos currículos se você quiser saber o que andamos aprontando por aí ;)

### **Ana Alyce Ly – Coordenação**

Graduada em Relações Públicas pela PUC MINAS. Foi Coordenadora Editorial do evento “Noite Branca no Parque 2012” realizado pela Fundação Clóvis Salgado. Integra o coletivo Primeira Campanha, onde além de ser Assessora de Comunicação, é co-editora da publicação quinzenal “O Mimeógrafo”. Em 2010 e 2011 foi assistente de comunicação do 10º Festival Internacional de Teatro Palco e Rua de Belo Horizonte (FIT-BH) e redatora-web e coordenadora de redes sociais da Fundação Clóvis Salgado. Conta ainda com experiência na área de comunicação de diversos grupos teatrais de Belo Horizonte, tais como Grupo Galpão, Grupo Oriundo de Teatro e Teatro Invertido.

### **Beatriz Radicchi – Produção**

Desde 2002 é produtora executiva do Grupo Galpão, com sede em Belo Horizonte. Formada em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pelo UNI BH. Realizou trabalhos de arte, educação e assessoria de imprensa na área cultural. Colaborou com o jornal O Tempo, em uma coluna semanal destinada ao público infantil entre 2005 e 2006.

### **João Santos – Curadoria**

Jornalista formado pela UFMG e profissional com experiência em assessoria de comunicação em diversos coletivos teatrais de BH, tais como o Grupo Galpão, o Teatro Invertido, o Grupo Oriundo de Teatro e o Teatro 171. Atualmente é Assistente de Comunicação do Instituto Cidades Criativas e integra o Coletivo Primeira Campanha, onde além de ser Assessor de Comunicação, é co-editor da publicação quinzenal “O Mimeógrafo”.

### **Jussara Vieira – Comunicação**

Graduada em Relações Públicas (PUC Minas/2012). Trabalhou na assessoria de comunicação do Grupo Galpão, de 2011 a 2013, mas antes fez parte dos laboratórios da faculdade de comunicação, como Núcleo de Estudos sociopolíticos (Nesp) – projetos voltados para participação política no âmbito estadual, e o Centro de Comunicação Integra da FCA – cobertura jornalista dos eventos, ambos na PUC Minas.

### ➤ TERCEIRO MOMENTO – AGORA QUEREMOS CONHECER O SEU PROJETO

Agora que você já sabe quem nós somos e como trabalhamos, chegou a nossa vez de saber o que você tem a propor. Estamos ansiosos para conhecer seu projeto! Para isso, criamos um espaço em nosso site para que você nos envie sua ideia. Na seção [“Varie!”](#) você poderá entrar em contato conosco, se apresentar e nos apresentar sua proposta.

Pedimos algumas informações básicas: Seu nome, seus contatos (que precisam estar certos, para que a gente consiga te responder e começar nosso papo), e a categoria da qual seu projeto mais se aproxima: pode ser um show, uma temporada de teatro, de dança, um festival, ou também uma oficina, uma feira...ou um livro, um álbum musical, revista, web-série, filme, etc. Se não for nada disso, escreva o que é.

Você nos diz a categoria que achar mais próxima do que você pensou, e depois escreve um pequeno texto nos explicando melhor o projeto. Não precisa ser um texto muito grande, mas precisa nos mostrar que você já sabe exatamente o que quer fazer, como fazer e, também, o que precisa para fazer e acontecer (isso inclui, claro, o valor que você precisará arrecadar para viabilizar sua ideia). Conte pra gente também um pouco sobre você e sua experiência, para que a gente entenda de onde veio sua inspiração e como esse projeto vai acontecer.

É só isso que precisamos que você nos envie, nesta etapa. Mas não é só isso que precisamos que você prepare. Você, que já conheceu melhor o funcionamento de uma campanha de financiamento coletivo e estudou outros projetos parecidos com os seus, sabe que algumas coisas são fundamentais.

Mesmo antes de nossa resposta, você precisa ir separando alguns materiais e elaborar algumas coisas básicas para sua campanha. Mão na massa!

*- Recompensas: para que as pessoas se interessem por seu projeto e topem colaborar com a campanha, uma coisa muito importante será oferecer a elas algum retorno. Vá além do óbvio: é claro que é importante oferecer a quem contribuir para a realização de seu livro ou álbum o próprio produto. Mas seja criativo! Que tal dar aos colaboradores um capítulo secreto, uma música exclusiva? Coloque-se no lugar de quem está pensando em apoiar a campanha, pense no que seria interessante, útil, atrativo. E demonstre gratidão: agradecimentos especiais sempre mostram que você valoriza quem acredita em seu trabalho. O gasto para criação, produção e entrega das recompensas precisa constar nos custos totais do projeto.*

*- Textos: Quem não se comunica se trumbica! Como vender seu peixe? O texto utilizado em sua campanha precisa ser simples e objetivo. Você tem que deixar sua ideia muito clara, e também mostrar aos apoiadores porque eles devem contribuir. Diga o que seu*

*projeto oferece de novo, de original e especial. Explique, não as vantagens que a campanha vai dar a você, mas o que o projeto oferece de positivo para todo o público e que só se tornará real com o apoio de todos.*

*- Vídeo: além do texto, um vídeo explicando a campanha também é fundamental para que ela obtenha sucesso. É claro que um bom acabamento técnico, uma boa filmagem, edição, trilha, podem contribuir para que o filme torne sua campanha mais atraente para o público. Mas não é isso que é o mais importante: aqui também, o que vale mais é demonstrar com clareza suas ideias e seu projeto. Produza com cuidado o texto do vídeo, mostre para o público um pouco do seu trabalho. Se você já tiver alguma coisa pronta (por exemplo: músicas de um disco, trechos de uma peça de teatro, cenas de um filme), mostre, um pouco, dê um gostinho para o apoiador. Um aperitivo. Para que ele fique com vontade de ver mais. É importante também tomar cuidado com a duração do material. A linguagem deve ser objetiva, quanto mais diretamente você conseguir explicar sua campanha para o apoiador, melhor: 3 minutos são mais que o suficiente.*

*- Fotos e imagens: para que sua campanha tenha uma boa repercussão nas redes da Variável 5 e, principalmente, na sua própria rede de amigos e conhecidos, é preciso que você se comunique não apenas com textos, mas também através das imagens. Fotos suas gravando seu disco, a capa do seu livro, fotografias dos bastidores do seu filme ou de sua peça de teatro, tudo isso pode ilustrar postagens, mostrar mais do trabalho para o público e fazer com que a campanha reverbere mais e melhor pela internet. Se você tiver aquele amigo designer incrível, que tal pedir que ele faça um flyer bonito pra campanha?*

*- Manutenção da campanha: as campanhas abertas na Variável 5 duram de 5 a 40 dias. Independente do tempo que sua campanha for durar, é importante pensar bem em como torná-la atraente durante todo o tempo em que ela estiver aberta. A Variável 5 vai manter as redes sociais dela sempre atualizadas mas, o mais importante, é que você também mantenha as suas sempre com novidades. E que novidades? Bem, além das fotos, textos e postagens agradecendo seus apoiadores, você pode pensar em novos vídeos, em liberar uma música, trechos do livro ou filme durante a campanha, e usar sua criatividade! Tem um amigo conhecido que apoia o projeto? Que tal gravar um depoimento dele incentivando mais pessoas a doarem? Ou pedir uma foto com ele?*

*- Cadastro nas plataformas de pagamento virtual: para garantirmos a segurança nos cuidados com o dinheiro dos nossos apoiadores, utilizamos, em todos os projetos da Variável, sites com sistemas de segurança. Por isso, para que possamos fazer as transferências de valores arrecadados para você, realizador, também será necessário que você se cadastre. Talvez você até já tenha uma conta no PayPal e no PagSeguro. Se não, entre lá e cadastre-se: [LINK PAYPAL](#) | [LINK PAGSEGURO](#)*

#### ➤ **QUARTO MOMENTO – ACERTANDO AS PONTAS**

Quando, você manda um projeto pra gente, ele vai direto para a nossa caixa de e-mail. Todos os projetos recebidos são analisados e discutidos pela nossa equipe.

A primeira coisa que fazemos, a partir daquele primeiro textinho que você nos mandou explicando sua ideia, é pensar se ela é viável para nosso modelo de financiamento ou se há alguma sugestão que possamos fazer para torná-la melhor.

Nosso primeiro retorno será esse, e depois disso, provavelmente, vamos querer conversar muito mais. Acertado o conceito do trabalho, a base da campanha, vamos lhe pedir aqueles outros materiais que precisamos levar sua campanha ao ar: texto, vídeo, fotos, e planejamento. Vamos também lhe perguntar alguns detalhes técnicos: seus prazos para viabilizar o produto ou o evento, como você vai se programar para entregar as recompensas para os apoiadores e outras questões muito importantes a se definir, visto que todos esses processos terão de ser executados por você, sendo de sua responsabilidade, e queremos ter certeza que você será fiel às promessas feitas aos apoiadores.

Essa é a hora do nosso aperto de mão. Nosso acordo. Daqui pra frente estaremos mais juntos do que nunca pra fazer com que sua campanha seja um sucesso.

Para isso vamos estudar todo o material que você nos enviou. Não se chateie se pedirmos algumas alterações nos vídeos, nos textos e fotos. Tudo isso são cuidados para que tudo saia bem feito e pronto para que o público receba bem sua ideia.

#### ➤ **QUINTO MOMENTO – CAMPANHA NO AR**

A Variável 5 está aqui para ajudar e definir com vocês as principais questões da campanha: os valores que ela pretende atingir, o tempo de duração e o formato que ela deve ter. Depois que resolvermos tudo isso e também fecharmos os detalhes dos textos, vídeos, fotos e planejamento, é hora de levar a campanha ao ar!

A partir daí, vamos acionar nossa rede, e precisamos que você também se engaje na sua. É importante contar com parentes, amigos, colegas, pessoas queridas que acreditem em você e no seu trabalho e possam contribuir não apenas com doações, mas ajudando a divulgar, indicar e fazer com que a campanha chegue mais e melhor a mais pessoas. A internet é nosso grande meio de comunicação e mobilização, principalmente as redes sociais, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, vale até Orkut, blog, site. É hora de vender sua ideia! Financiamento coletivo não é caridade, é uma forma de viabilizar projetos, extremamente positiva tanto para o realizador quanto para o público que apoia, que também terá suas vantagens. Então não precisa ter vergonha nenhuma de partir para o boca a boca, de convocar sua turma e fazer o

projeto explodir! Faça a lista de quem são seus primeiros apoiadores em potencial, interessados na ideia do projeto e faça contato prévio antes mesmo de começar a campanha. Não deixe de fora formadores de opinião, imprensa e afins.

Mas atenção: é muito importante ter o cuidado de saber a quem e como pedir apoio. Certifique-se que você está procurando pessoas que realmente possam estar interessadas e que vão fazer repercutir bem sua campanha. Seja legal, honesto, e vamos à luta!

### ➤ **SEXTO MOMENTO – A SOMA DOS FATORES ALTERA O RESULTADO!**

Tudo o que conversamos até agora faz toda a diferença para o sucesso de sua campanha.

Se o valor solicitado em sua campanha for atingido, você terá muito trabalho pela frente! Você terá que fazer seu projeto sair do papel, ganhar vida e chegar ao público. O dinheiro arrecadado estará em sua conta no prazo máximo de 10 dias úteis. É essencial, e de sua responsabilidade, honrar os compromissos assumidos na campanha, entregando todas as recompensas dentro do prazo estipulado. Seus apoiadores merecem, além do respeito ao que lhes foi prometido, toda a sua dedicação ao projeto, para que ele vá ainda além das expectativas!

Mas, apesar disso, há vários outros fatores envolvidos e existe a possibilidade da campanha não alcançar o valor mínimo solicitado. Se isso acontecer, precisaremos devolver o valor arrecadado aos apoiadores. Mas não desanime! Reflita sobre sua campanha, sua ideia, preste atenção nos retornos que obteve do público, e bola pra frente! Lembre-se que existem outras possibilidades de financiamento mas, não é porque desta vez seu projeto foi não financiado, que o crowdfunding se fecha como possibilidade para você. Continue acompanhando, apoiando, e tenha a certeza que estaremos sempre abertos à novas propostas.

### **Variável 5**

Some. Multiplique. Varie!