



Roteiro para apresentação do(s) projeto(s)

Estado: ES	Cidade onde foi realizado: LINHARES
Título: A VIDA É BELA	
Diagnóstico	
1	A descrição da situação que buscava intervir Considerando o contexto social que vivemos, entendemos que cresce a indiferença e o distanciamento entre as pessoas. Assim, pensamos em intervir para mudar essa cultura.
2	A justificativa para a escolha do público-alvo Sem pretensão alcançar dimensões não controladas, optamos em atuar nas imediações de onde residem os membros do MFC
3	Qualidades do público-alvo que poderiam contribuir para o sucesso do projeto Pessoas que tem sensibilidade e apreço à relacionar-se com os outros com disposição para ouvir.
4	Qualidades do público-alvo que poderiam interferir com o sucesso do projeto Pessoas acomodadas, introspectivas e
5	Descrever e quantificar o público contemplado pelo projeto Em média uma família a cada 15 dias.
OBJETIVOS DO PROJETO (em âmbito geral e especificamente)	
Visitar famílias e ou pessoas para levar a escuta generosa e divulgar a necessidade de romper com a indiferença social.	
METODOLOGIA (incluir as ações adotadas na execução)	
As visitas são agendadas por alguém que tenha alguma relação com a pessoa alvo e, feito isso, um grupo se organiza para fazer a visita que visa ouvir a pessoa e levar para ela a mensagem que ela é percebida e querida, no meio que vive. O agendamento é feito de maneira discreta para que a pessoa não demandar preparar nada, por exemplo, lanche.	
SUSTENTABILIDADE DO PROJETO E CONTINUIDADE DAS AÇÕES (como constituiu os multiplicadores)	
A própria pessoa visitada torna-se um potencial multiplicador.	
CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO (curto, médio ou longo prazo)	
Uma visita a cada 15 dias por equipe base.	
RISCOS ENVOLVIDOS NO PROJETO	
A pessoa rejeitar a presença do grupo.	
ORÇAMENTO	
Sem custos	
AVALIAÇÃO – (forma como analisaram os resultados e números obtidos)	
Todos os visitados e familiares sentiram-se muito felizes e motivados.	