

## ANEXO VI

## PLANO DE TRABALHO DE TERMO DE FOMENTO OU ACORDO DE COOPERAÇÃO

DADOS E INFORMAÇÕES DA OSC		
Razão Social: <b>Grupo Cultural Azulim</b>		
Endereço Completo: <b>Q. AR 9 Conjunto 5 Lote 24</b>		
CNPJ: <b>04.085.774/0001-13</b>		
Município: <b>Sobradinho</b>	UF: <b>DF</b>	CEP: <b>73062-005</b>
Site, Blog, Outros: <b>facebook: @grupoculturalazulim / instagram: @grupoazulim</b>		
Nome do Representante Legal: <b>Iranildo Gonçalves Moreira</b>		
Cargo: <b>Diretor-Presidente</b>		
RG: <b>1.038.731</b>	Órgão Expedidor: <b>SSP/DF</b>	CPF: <b>539.094.701-06</b>
Telefone Fixo: <b>(61)3328-4525</b>	Telefone Celular: <b>(61) 99185-4141</b>	
E-Mail do Representante Legal: <a href="mailto:iranazulim@hotmail.com">iranazulim@hotmail.com</a>		

ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA		
Responsável pelo acompanhamento da parceria: <b>Alexandre Rangel</b>		
Função na parceria: <b>Coordenador Administrativo</b>		
RG: <b>1.332.056</b>	Órgão Expedidor: <b>SSP/DF</b>	CPF: <b>583.659.071-00</b>
Telefone Fixo: <b>61-3877-2591</b>	Telefone Celular: <b>61 98112-2472</b>	
E-Mail do Responsável: <a href="mailto:alexandre@tupac.bsb.br">alexandre@tupac.bsb.br</a>		

OUTROS PARTÍCIPES (ATUAÇÃO EM REDE)		
Razão Social:		
Endereço Completo:		
CNPJ:		
Município:	UF:	CEP:
Site, Blog, Outros:		
Nome do Representante Legal:		
Cargo:		
RG:	Órgão Expedidor:	CPF:

Telefone Fixo:	Telefone Celular:
E-Mail do Representante Legal:	
Objeto da Atuação em Rede:	
ANEXOS	<input type="checkbox"/> Termo de Atuação em Rede <input type="checkbox"/> Portfólio da OSC <input type="checkbox"/> Outros

DESCRIÇÃO DO PROJETO	
TÍTULO DO PROJETO: <b>Música nas Feiras</b>	
PERÍODO DE EXECUÇÃO:	
INÍCIO: <u>30/12/2023</u>	TÉRMINO: <u>14/04/2024</u>
<p>DESCRIÇÃO DO OBJETO:</p> <p>Realização do Projeto “Música nas Feiras” com apresentações musicais de diversos estilos e ritmos, poesias performances individuais nas feiras permanentes nas Regiões Administrativas de Taguatinga e Cruzeiro</p>	
<p>JUSTIFICATIVA:</p> <p><b>A - AÇÕES PREVISTAS PARA FOMENTAR A CULTURA NO DISTRITO FEDERAL:</b></p> <p>A música talvez seja a expressão artística mais presente no cotidiano da sociedade brasileira, abrangendo todas as classes sociais, de qualquer cidade, e consumida por diferentes faixas etárias. Ao contrário do que normalmente se imagina, a indústria da música não está restrita apenas ao grande mercado, ao grande hit, à grande estrela da música. Há também milhares de micromercados, de mini-hits e de artistas satélites. As oportunidades de negócios são para todos, da corporação multinacional ao músico independente.</p> <p>O negócio da música envolve diversos profissionais: artistas, autores, técnicos, produtores, empresários, profissionais liberais, imprensa, estudantes, além de outros diversos atores que forma a cadeia produtiva da música. Essa cadeia gera renda e emprega milhares de pessoas no mundo inteiro. Segundo dado do Sebrae, atualmente existem 91.023 pequenos negócios formalizados operando na indústria da música no Brasil, sem contar nos outros milhares que atuam informalmente. Atualmente, a música é um dos mais importantes setores da economia.</p> <p>A música movimentou no Brasil, em 2021, a quantia de 2,1 bilhões de reais. O dobro da movimentação constatada há três anos atrás, segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI)</p> <p>A música Brasileira é uma das maiores forças da música mundial e a maior força da economia da cultura no Brasil. No mercado interno, a música domina 80% do consumo. Nos países latino-americanos, o percentual</p>	

é de 5%. O mercado fonográfico, no Brasil, ultrapassou a marca dos 400 milhões. Destes, quase 70% é representado pelo mercado digital, confirmando a tendência dos streamings e das modalidades digitais remuneradas por publicidade. Em 2015, de acordo com um levantamento feito pelo Sebrae, com base nas estatísticas do mercado fonográfico brasileiro da Associação Pró-Música Brasil (ABPD), mostra, que, em relação ao tipo de repertório musical comercializado no país, 72% das vendas são de títulos brasileiros, 25% são de conteúdo internacional e 3% são de música clássica. Isso revela que o brasileiro consome, em maior quantidade, a música produzida em seu próprio país.

Neste cenário a Região Administrativa de Taguatinga é um fronte cultural em ebulição, dados do PDAD (IBGE,2021), uma das cidades de maior expressão, com uma massa trabalhadora que se soma em sua ampla maioria nos setores de comércio, educação, saúde, serviços sociais, além uma vasta massa prestadora de serviços vinculados à economia criativa, e que se movimenta majoritariamente pela a própria RA para trabalha, ao contrário de muitas cidades que experienciam o movimento pendular (situação que se vivenciava em décadas atrás em Taguatinga, por exemplo). Essa cidade têm ganhado amplitude e ao mesmo tempo aumentando a condição financeira da comunidade, fazendo com que a economia gire internamente e o público em eventos, festivais, seja cada vez mais amplo. A escolha na Feira Permanente da QNL busca uma movimentação do público da feira em si, além de captar novos públicos transeunte com a sonoridade do espaço.

Com a idade média de aproximadamente 34 anos (PDAD 2018), o Cruzeiro possui uma massa trabalhadora que se desloca majoritariamente para o Plano Piloto, e que a maioria possui os empregos no setor de serviços, movimentam a cultura tanto no samba, possuindo uma tradição na área, mas também com manifestações tradicionais dentro da cidade. Além disso, o Cruzeiro possui um cenário de agentes culturais, fazedores de cultura e de artistas que movimenta o turismo local. O espaço escolhido para realização das atividades é a Feira Permanente do Cruzeiro, que possui uma localidade estratégica para convidar a comunidade local, movimenta naturalmente um público e que pode captar transeuntes que estejam indo e voltando para o trabalho de outras Ras.

O projeto de Música nas Feiras vai contribuir com o fortalecimento da cadeia produtiva da música da cidade, contribuindo com a economia local, gerando emprego e renda, promovendo um espaço de formação de plateia incentivando e agitando o mercado local da música.

A música nas feiras vai ao mesmo tempo ser um espaço de fomento cultural, formação de plateia e incentivo e desenvolvimento da economia criativa, representado na música, o projeto vai gerar oportunidade para mais de 300 artistas ou grupos da cidade.

### **Acessibilidade**

Tendo como base a Lei Federal nº 13.146, de 6 de julho de 2015, e o Lei nº 6.858, de 27 de maio de 2021 o projeto será realizado nas Feiras Permanentes do Cruzeiro e da QNL a diretoria do Azulim fez a visita

técnica e constatou que as feiras possuem vagas de estacionamento PCD, rampas e banheiros com acessibilidade.

Já as demais orientações e exigências do decreto entre eles a áudio descrição consideramos que não se aplica para o formato de evento musical, com relação a esse item vamos incluir a áudio descrição nas divulgações da feira nas redes sociais, em especial no Instagram.

### **Fomento da Cultura**

O Projeto foi pensado de forma que suas apresentações aconteçam de forma gratuita nas feiras tradicionais de Taguatinga Norte (QNL) e Cruzeiro, sendo um forte instrumento de fomento cultural, na área da música garantindo assim a democratização do acesso a esse bem cultural musical de vários artistas da cidade.

### **Formação de Plateia**

o projeto propõe atividade musical aos finais de semana, promovendo uma grande e diversa circulação de artistas da área da música criando um grande espaço de divulgação do trabalho de artistas locais, contribuindo para a formação de plateia estreitando o contato entre o público e artista.

### **Histórico da Entidade**

Em 1993 no Plano Piloto, em Brasília, um estudante foi espancado até a morte por uma gangue de lutadores de artes marciais. Este crime teve repercussão nacional e gerou diversas campanhas contra a violência. Como resultado da pressão popular, além de responsabilizar os culpados, o governo resolveu cadastrar gangues de todo o DF.

Nesta época havia um grupo de 7 amigos entre 16 e 17 anos de idade, garotos negros de Sobradinho II, que se encontravam com regularidade para dançar hip-hop e break nas ruas da cidade e saíam juntos para festas, bares e outras atividades de lazer. A comunidade local se referia a eles como Azulins e dentro deste clima de comoção pela morte do estudante este grupo de amigos acabou sendo cadastrado como uma gangue também.

Com o intuito de reverter essa imagem equivocada e retirar o rótulo de gangue, o então comandante do 13º Batalhão da Polícia Militar de Sobradinho chamou estes 7 jovens para desenvolver atividades e projetos voltados à comunidade. Organizaram uma caminhada contra as drogas e violência, torneios de futebol e vôlei e, obtendo o apoio da Associação de Moradores e da Associação do Bem-Estar Social, fizeram uma campanha de arrecadação de alimentos e brinquedos para o Natal, que foi um sucesso e passou a ser realizada anualmente. Em 2000, com a parceria do Comitê-DF de Ação e Cidadania Contra a Fome e a Miséria, a iniciativa ganhou força e passou depois a fazer parte da Campanha Natal Sem Fome.

Provar perante a sociedade que esse grupo jovem era “do bem” e mudar o rótulo que havia sido adquirido foi o primeiro grande desafio do Grupo Azulim. Isso foi conseguido com muito esforço e os jovens do grupo perceberam que seria importante levar a sua história para escolas da região, tentando evitar que outros tivessem que passar pelo mesmo constrangimento que eles haviam passado. Nesse contato com os estudantes o grupo percebeu que poderia atuar mais de perto no combate à violência nas escolas e que para isso poderia utilizar o hip-hop como ferramenta de aproximação com os jovens e assim tratar de temas

do seu interesse: racismo, discriminação, violência, DST/AIDS, gravidez e outros.

No ano de 2000 o grupo tornou-se uma ONG constituída e em 2002 firmou um convênio com a Secretaria Especial dos Direitos Humanos dentro do programa Paz nas Escolas, trabalhando com oficinas de hip-hop dentro das escolas, voltado para o combate à violência. Este trabalho continuou após o término do convênio que durou 8 meses e hoje o Grupo Azulim está inclusive conversando com a Regional de Ensino, na tentativa de firmar parcerias para que o trabalho aconteça em todas as escolas.

O Grupo Azulim iniciou as oficinas com o Projeto Dança pela Paz no ano 2000, antes mesmo do Paz nas escolas.

Geralmente funciona assim: as escolas convidam o Grupo, que leva uma proposta de trabalho para a diretoria. Em conjunto com a escola, e de acordo com a demanda apresentada, é definida uma programação das atividades a serem desenvolvidas. Os jovens participam do processo e são orientados pelos professores.

Desta forma podem trabalhar, por exemplo, com um recreio integrado onde diversas atividades culturais podem ser desenvolvidas, além de discussões sobre temas relevantes para os jovens, palestras, shows e oficinas. A escola fornece o material e o Grupo Azulim executa as atividades com a participação total dos jovens. Quando é possível, tenta-se viabilizar um pró-labore ou uma ajuda de custo para o jovem participante, mas o trabalho acontece mesmo quando não existe esta possibilidade de remuneração.

No que consistem as atividades? Basicamente são tratados os quatro elementos principais da cultura do hip-hop: o grafite (desenhos e mensagens feitas principalmente com tinta spray em muros e paredes), o DJ (disc-joquei que cuida do som instrumental), o MC (mestre de cerimônia, anima os encontros e em versos rimados fala da experiência das periferias, fazendo mensagens de reivindicação e orientação), e a dança de rua (diversas formas de break dance e street). Considera-se também o mais novo elemento que tem integrado o movimento hip-hop: o conhecimento. OS grafittis são realizados tanto na escola quanto nos muros das casas e comércios da comunidade de acordo com a solicitação e expressa autorização dos moradores e até mesmo em praças, pontos de ônibus e outras áreas públicas em parceria com a Administração Regional.

As atividades visam não só a promoção de uma cultura de paz, mas também têm por objetivo formar os jovens para que eles possam atuar como multiplicadores desta cultura em outros locais. As mídias trabalhadas também possibilitam a geração de renda e alguns dos jovens já atuam como facilitadores de oficinas de capoeira e grafite em escolas particulares. Este é de fato um dos principais objetivos visados: formar multiplicadores que assumam o papel de protagonistas em outros contextos.

Os integrantes do grupo perceberam que esse era um trabalho vocacional, que eles queriam ajudar ao próximo e despertar em outros jovens suas potencialidades. Observaram também que com o trabalho os jovens envolvidos têm uma menor exposição à violência, tanto como autores, quanto como vítimas. Por conta deste comprometimento tocaram o grupo durante todos estes anos: tirando dinheiro do bolso, doando seu tempo, arrecadando recursos com festas, venda de lanches, barraquinhas de São João. Tudo isso enquanto estudavam e trabalhavam. É difícil precisar quantas moças e rapazes participaram dos trabalhos do Grupo ao longo dos anos, já que ganham adesão de mais pessoas a cada ação desenvolvida. A estimativa é de que aproximadamente 3.000 (três mil) jovens tenham se beneficiado dos trabalhos da instituição.

E para o futuro? O grupo inicial do Azulim era autodidata, aprendeu tudo o que sabia fazendo. Agora eles estão na diretoria da organização e têm por objetivo profissionalizar o processo. É aí que surgiu, em outubro de 2007, o Projeto Jovem Expressão, o novo programa de responsabilidade social da Caixa Seguros. A Caixa Seguros firmou parceria com o Grupo Cultural Azulim, o Movimento Integrado de Saúde Comunitária do DF (MISMEC/DF) e a John Snow Brasil para realizar este projeto que visa diminuir a exposição à violência entre jovens de 18 a 24 anos por meio da promoção da saúde mental e da participação de jovens em oficinas culturais e profissionalizantes que procuram encontrar formas alternativas de entrada no mercado de trabalho.

Neste projeto a MISMEC/DF foi responsável por prestar serviços de terapia comunitária, a John Snow Brasil ficará com a parte de pesquisa, monitoramento e avaliação técnica, e o Grupo Cultural Azulim é o responsável pelas oficinas.

Este projeto está sendo percebido pelo Grupo Azulim como a possibilidade de executar um trabalho piloto que visa dar um formato mais claro para as oficinas - detalhando como se faz, como o formato pode ser sistematizado de forma a ser replicado em todo o país. A ideia é permitir que a metodologia possa ser repassada em outras regiões seguindo uma ordem comum, mas ao mesmo tempo dando conta das especificidades de cada localidade.

Foram atendidos diretamente mais de 300 jovens em Ceilândia Sobradinho, regiões periféricas ao Plano Piloto. Onde foram oferecidas oficinas de grafite, capoeira e street dance, além de cursos profissionalizantes de web design e informática. Na Ceilândia estão sendo oferecidas oficinas de audiovisual e street dance. O público atendido pelo Programa foi definido após pesquisa realizada pela Caixa Seguros em parceria com a John Snow Brasil (empresa de consultoria que integra a rede do Programa Jovem de Expressão), essa pesquisa intitulada "Fatores determinantes da Violência Interpessoal entre jovens do Distrito Federal", gerou informações e indicou que os jovens com idade entre 18 e 24 anos estão mais expostos à violência (seja como vítima, alzo e até mesmo como testemunha). Por essa razão foram escolhidas as oficinas de atração jovem (oficinas culturais) pela identidade que a juventude tem com a cultura Hip Hop e com a Capoeira. A adesão dos jovens ao Programa foi feita através de inscrições em eventos realizados no primeiro semestre de 2007 afim de divulgar o Programa, eventos que foram chamados de "Workshops de Hip Hop do Programa Jovem de Expressão). Além disso existe também uma revista bimestral elaborada por um jornalista a partir da contribuição de matérias e falas dos próprios jovens.

Até a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) apoia o Programa. Ela já validou a metodologia de trabalho utilizada, enviou-a para sua oficina de projetos de prevenção à violência, nos Estados Unidos, e está acompanhando o desenrolar do trabalho. Se o modelo for eficiente ele poderá servir de referência para países da América Latina.

Em setembro de 2008 o Grupo Cultural Azulim obteve a certificação de OSCIP e continua, através do hip-hop, a exercer seu trabalho de promoção de uma cultura de paz e inclusão social dos jovens das periferias. A história do Grupo Cultural Azulim pode ser encontrada, em versos, no livro Anjos Azules Meninos periféricos, disponível na sede do Grupo na Ar 09 conjunto 05 lote 48 (em frente ao Caic), Sobradinho II – DF ou entrando em contato via e-mail no endereço grupoazulim@hotmail.com.

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES:

Descrição de metas:

### Pré-produção (18/12/2023 a 19/01/2024)

- Atividade de seleção e contratação das equipes de trabalho.
- Planejamento das ações
- Criação da identidade visual.
- Contratação dos serviços de comunicação
- Estabelecer comunicação com as entidades responsáveis pela autorização para utilizar os espaços das feiras, a partir da divulgação da agenda para o ano de 2024. Posteriormente, encaminhamento formal da carta de anuência junto à Secretaria de Estado de Cultura e Esporte do Distrito Federal (SECEC-DF).
- Visita técnica nas feiras de Cruzeiro e Taguatinga
- Curadoria das artistas e grupos musicais
- Curadoria para Montagem da programação do mês de maio.
- Divulgação da programação musical

### Produção (20/01/2023 a 17/03/2024)

- Divulgação do projeto;
- Montagem da estrutura de som e piso praticável.
- Realização das apresentações artísticas nas Feiras Permanentes do Cruzeiro e de Taguatinga
- Registro das atividades para comprovação e documentação;
- Solicitação de nota fiscal e produtos dos serviços realizados
- Curadoria para Montagem da programação do mês de novembro, dezembro de 2023; janeiro, fevereiro e março de 2024.

## PROGRAMAÇÃO

Serão 5 meses de atividades musicais nas 2 feiras, cada atividade contará com a programação composta por artistas/grupos locais, distribuídos na seguinte agenda musical.

### CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Janeiro de 2024			
Feira		Sab	Horário
Atividade 1	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	27/01	10h30 às 15h30
Atividade 2	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	28/01	10h30 às 15h30

Fevereiro de 2024			
Feira		Sab	Horário
Atividade 3	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	03/02	10h30 às 15h30
Atividade 4	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	04/02	10h30 às 15h30
Atividade 5	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	10/02	10h30 às 15h30
Atividade 6	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	11/02	10h30 às 15h30

Atividade 7	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	17/02	10h30 às 15h30
Atividade 8	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	18/02	10h30 às 15h30
Atividade 9	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	24/02	10h30 às 15h30
Atividade 10	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	25/02	10h30 às 15h30

março de 2024			
Feira		Sab	Horário
Atividade 11	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	02/03	10h30 às 15h30
Atividade 12	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	03/03	10h30 às 15h30
Atividade 13	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	09/03	10h30 às 15h30
Atividade 14	Atividade na Feira Permanente de Taguatinga	10/03	10h30 às 15h30
Atividade 15	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	16/03	10h30 às 15h30
Atividade 16	Atividades na Feira Permanente do Cruzeiro	17/03	10h30 às 15h30

Horário das Apresentações		
10:30:00	12:00:00	Individual / Performance
12:15:00	13:45:00	Banda
14:00:00	15:30:00	Individual / Performance

#### **Pós-produção (18/03/2024 a 30/03/2024)**

- Comprovação dos produtos e serviços prestados;
- Pagamento dos serviços realizados;
- Organização do material de registro do evento;
- Finalização dos relatórios de execução;
- Avaliação dos resultados alcançados com a execução do projeto;
- Relatórios e formulários de prestação de contas final.

#### **OBJETIVOS E METAS:**

Realizar o projeto música nas feiras de Cruzeiro e Taguatinga, com apresentação musicais de artistas locais, promovendo circulação, formação de plateia e ocupação cultural com diversos estilos e ritmos.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 1 – Ampliar, diversificar e descentralizar a oferta cultural no Distrito Federal;
- 2 – Fomentar circuitos de difusão de obras e práticas artística;
- 3 – Ampliar a divulgação, dentro do Distrito Federal, das atrações artísticas e culturais que fortalecem as identidades do Distrito Federal; e
- 4 – Favorecer a formação de plateia e incentivo a novos profissionais das artes.

#### **METAS**

- Fortalecimento da cadeia produtiva da música produzida em Cruzeiro e Taguatinga.
- Valorização dos artistas e produção cultural da cidade com a circulação de artistas locais nas feiras da cidade;



- Realização de 16 atividades musicais com poesia nas feiras de Cruzeiro e Taguatinga;
- Democratização do acesso à cultura promovendo atividade de qualidade artística;

**PÚBLICO-ALVO BENEFICIADO:**

Com uma programação diversificada, o projeto música nas Feiras será voltado para atender todos os públicos (Infantil, juvenil, adulto e terceira idade), visto que a classificação indicativa, para as apresentações artísticas que compõe o projeto, é livre e indicada para todas as faixas etárias.

O projeto atingirá público de classes sociais C, D e E das cidades que receberão o projeto.

**Público** – o projeto tem expectativa de atender um público de 1.600 pessoas de todas as idades conforme circulando nas feiras de Cruzeiro e Taguatinga

**CONTRAPARTIDA:**

NAO SE APLICA

APLICA-SE [IDENTIFICAR CONTRAPARTIDA, QUANDO APLICÁVEL]

**CRONOGRAMA EXECUTIVO**

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Pré-Produção	30/12/2023	19/01/2024
Produção	20/01/2024	17/03/2024
Pós-Produção	18/03/2024	30/03/2024

**MARCOS EXECUTORES**

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
<b>Atividade 1</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	27/01/2024	27/01/2024
<b>Atividade 2-</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	28/01/2024	28/01/2024
<b>Atividade 3</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	03/02/2024	03/02/2024
<b>Atividade 4</b> -Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	04/02/2024	04/02/2024
<b>Atividade 5</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	10/02/2024	10/02/2024
<b>Atividade 6</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	11/02/2024	11/02/2024
<b>Atividade 7</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	17/02/2024	17/02/2024
<b>Atividade 8</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	18/02/2024	18/02/2024
<b>Atividade 9</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	24/02/2024	24/02/2024
<b>Atividade 10-</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	25/02/2024	25/02/2024
<b>Atividade 11</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	02/03/2024	02/03/2024

<b>Atividade 12</b> -Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	03/03/2024	03/03/2024
<b>Atividade 13</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	09/03/2024	09/03/2024
<b>Atividade 14</b> Atividade na Feira Permanente do Cruzeiro	10/03/2024	10/03/2024
<b>Atividade 15</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	16/03/2024	16/03/2024
<b>Atividade 16</b> Atividades na Feira Permanente de Taguatinga	17/03/2024	17/03/2024

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO				
	META	Mês 12/23	Mês 02/24	
	1,2,3 e 4	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00	

Cronograma Físico-Financeiro					
Item	Descrição da Despesa	Unidade de Media	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
<b>Meta 1 - Recursos humanos de Gestão e Coordenação Geral do Projeto.</b>					
1.1	<b>COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA</b> - Empresa especializada em Gestão Administrativa e Financeira, acompanhando a formalização de todas as contratações, conferência dos produtos entregues, solicitação de Nota Fiscal, Pagamentos e coordenação da elaboração e entrega da prestação de contas. (seis meses - média de 20 horas de trabalho semanal, contratação de pessoal jurídica na modalidade de prestação de serviço por produto)	MES	3	R\$ 4.373,00	R\$ 13.119,00
1.2	<b>COORDENADOR GERAL</b> – Responsável pela coordenação de toda a equipe contratada, relação com a equipe de comunicação para manter a coerência com a identidade visual e objeto do projeto. Articula com a Secretária da Mulher e Secretária de Educação. Realiza reuniões de planejamento, acompanha e confecção dos produtos. (vinte e duas semanas - média de 20 horas de trabalho semanal, contratação de pessoal jurídica na modalidade de prestação de serviço por produto)	SEMANA	12	R\$ 1.540,00	R\$ 18.480,00

1.3	<b>COORDENADOR DE PRODUÇÃO</b> - Profissional responsável por coordenar a produção do projeto, em sintonia com a produção executiva, acompanhar todas as ações do projeto e dos territórios, coordenar a prestação de serviços dos fornecedores e alinhar horários das prestações de serviço e acompanhar o produção dos produtos - (vinte semanas) - média de 20 horas de trabalho semanal, contratação de pessoal jurídica na modalidade de prestação de serviço por produto)	SEMANA	8	R\$ 1.250,00	R\$ 10.000,00
1.4	<b>ASSISTENTE DE PRODUÇÃO</b> - profissional para desenvolvimento de ações de apoio a organização das oficinas, inscrição, mobilização de público e monitoramento de todas as ações. - (vinte semanas) - média de 20 horas de trabalho semanal, contratação de pessoal jurídica na modalidade de prestação de serviço por produto)	SEMANA	8	R\$ 700,00	R\$ 5.600,00
1.5	<b>PRODUTOR LOCAL</b> - profissionais com experiência e produção cultural nas cidades de execução do projeto, para viabilizar ações de licenciamento, apoio na divulgação local, reunião com feirantes, acompanhamento da montagem e desmontagem, coordenação da programação e direção de palco	SEMANA	16	R\$ 800,00	R\$ 12.800,00
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 59.999,00</b>
<b>Meta 2 - Contratação de serviços de comunicação e divulgação</b>					
2.1	<b>CACHE TIPO 1</b> - contratação de apresentação artística de grupo composto por pelos menos 3 integrantes para apresentação musical de com duração mínima de 40 minutos.	CACHÊ	16	R\$ 1.900,00	R\$ 30.400,00
2.2	<b>CACHE TIPO 2</b> - contratação de apresentação artística solo ou em dupla para apresentação musical de com duração mínima de 40 minutos.	CACHÊ	32	R\$ 1.000,00	R\$ 32.000,00
2.3	<b>APRESENTADOR</b> - Profissional com experiência em comunicação com o público, para fazer o anúncio das apresentações, bem como as propagandas institucionais do projeto, potencializando a interação com os expectadores e as estratégias de comunicação	CACHÊ	24	R\$ 400,00	R\$ 9.600,00
<b>Subtotal</b>					<b>R\$ 72.000,00</b>

Meta 3 - Contratações Artísticas para as atividades realizadas nas feiras da QNL e Cruzeiro					
3.1	<b>LOCAÇÃO DE APARELHOS DE SOM DE PEQUENO PORTE</b> - Sonorização composta por 2 caixas ativas, sendo uma projetada ao público e uma para retorno dos artistas e uma caixa de subgrave, dois microfones e mesa de pelo menos 6 canais.	DIÁRIA	16	R\$ 1.400,00	R\$ 22.400,00
3.2	<b>TECNICO DE SOM</b> - Contratação de técnico de som para operar a mesa de P.A e monitor, seguindo as orientações do rider técnicoartístico, tendo em vista a melhor utilização da acústica arquitetônica	DIARIA	16	R\$ 445,00	R\$ 7.120,00
3.3	<b>ECAD</b> - Taxa de arrecadação de direitos autorais para à execução pública de obras musicais, literomusicais e fonogramas e, em consonância com o artigo 5º, inciso XXVII, da Constituição Federal, artigos 28, 29, 68, 86, 90, 93, 98, 99 da Lei 9.610/98, alterados pela Lei 12.853/13, e artigos 6º, 7º, 8º, 9º e 13 do Decreto nº 8.469/15 - pagamento de uma taxa para todo o projeto	TAXA	1	R\$ 4.160,00	R\$ 4.160,00
<b>Subtotal</b>					<b>R\$ 33.680,00</b>
Meta 4 - Serviços e Equipamentos para o desenvolvimento das atividades					
4.1	<b>BANNER</b> – Confecção e instalação de banner em lona de PVC, branco fosco, 380g, impressão digital e alta qualidade de acabamento gráfico, até 4/0 cores, com acabamento definido pelo contratante, podendo ser: a) com ilhós em todos os lados da peça com espaçamento a cada 10cm; b) perfis lisos nas partes inferior e superior, em madeira ou plástico ou alumínio, e cordão de nylon ou similar, em metragem compatível para correta fixação; c) com fita-banana ou similar, de alta qualidade e compatível com o peso da peça ( 2 mt x 2mt)	M2	60	R\$ 60,00	R\$ 3.600,00
4.2	<b>DESIGNER GRAFICO-</b> Contratação de serviço para elaboração, criação e confecção da identidade visual do projeto, pelas peças que serão desenvolvidas para as redes sociais contendo a programação das atividades nas cidades	Serviço	2	R\$ 5.860,50	R\$ 11.721,00
4.3	<b>COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO</b> - Profissional responsável pela definição das estratégias e planejamento da comunicação do projeto, articula toda a assessoria de imprensa, elabora e encaminha os releases, agenda entrevistas, bem como articula as ações de comunicação da mídia formal com o mobilizador das redes sociais.	Semana	8	R\$ 500,00	R\$ 4.000,00
4.4	<b>MOBILIZADOR DE REDES</b> - Profissional responsável pela gestão das redes sociais desde o processo de planejamento e organização da informação por meio do processo de o processo de análise,	Serviço	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00

	definição de estratégia e linguagem, administração, produção de conteúdo, monitoramento e o relacionamento diário e ativo com o público da marca em coerência com a identidade desenvolvida do território.				
4.5	<b>ASSESSORIA DE IMPRENSA</b> - Responsável por divulgar as ações do projeto encaminhando releases, artigos e entrevistas sobre o projeto, assim como pela elaboração de relatório de imprensa e clipping com o resultado da assessoria de imprensa.	Serviço	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
4.6	<b>FOTOGRAFO</b> - Profissional capacitado com equipamento digital profissional reflexa, mínimo de 8,5 megapixel. O fotógrafo deverá realizar cobertura fotográfica do evento fornecedor arquivados de boa qualidade em foto e vídeo para apoiar a estratégia de comunicação e abastecimento das redes sociais do projeto, registrando também a montagem e desmontagens de estruturas para prestação de contas do projeto, devendo ser entregue em material digital	Serviço	16	R\$ 400,00	R\$ 6.400,00
4.7	<b>IMPULSIONAMENTO</b> - Serviço para impulsionamento das postagens em redes sociais, buscando ampliar a divulgação das atividades a serem realizadas (Redes a serem impulsionadas - Instagram e Facebook)	Serviço	8	R\$ 200,00	R\$ 1.600,00
<b>Subtotal</b>					<b>R\$ 34.321,00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 200.000,00</b>

ANEXOS
<input type="checkbox"/> EQUIPE DE TRABALHO (OBRIGATÓRIO)
<input type="checkbox"/> CURRÍCULO PADRÃO DA EQUIPE DE TRABALHO
<input type="checkbox"/> CROQUI DO EVENTO (SE HOUVER)
<input checked="" type="checkbox"/> PLANO DE COMUNICAÇÃO
<input type="checkbox"/> PLANO DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS COMPLEMENTARES
<input checked="" type="checkbox"/> OUTROS. Especificar: Planilha Justificativa, Planilhas Inicial e Final



Iranildo Gonçalves Moreira  
**Diretor Presidente**