

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES – ECA -USP
GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Ouvindo Paquetá - áudio série sobre um bairro e seus moradores

São Paulo

2022

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES – ECA - USP
GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Ouvindo Paquetá - áudio série sobre um bairro e seus moradores

O trabalho apresentado faz parte da disciplina Gestão de Projetos Culturais, ministrada pela profa. Ms. Claudia Vendramini, presente no curso de pós-graduação lato sensu Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP.

Discentes:

Caroline Soares Almeida, Fernanda Carvalho Sabino, Giovanna Inácio de Godoi, Mariana Maria Bortoletto Fessel e Vitória Medeiros Tilton

São Paulo

2022

Resumo: O projeto tem como intuito produzir o episódio piloto de uma áudio série, a ser disponibilizado no Youtube e Spotify, criado a partir de relatos dos moradores e mestres de saber cultural e popular do bairro de Paquetá, em Santos (SP). A concepção da série parte da ideia de *audiotour*, tendo como eixo condutor os locais de referência onde vivem ou trabalham os protagonistas da obra. Isso poderá permitir aos ouvintes presenciais vivenciar o percurso narrado se tornando uma experiência sensível e de ressignificação do bairro de Paquetá.

Segmentos da atividade cultural: Artes integradas/Patrimônio Cultural

INTRODUÇÃO

O projeto “**Ouvindo Paquetá - áudio série sobre um bairro e seus moradores**” foi desenvolvido durante a disciplina Gestão de Projetos Culturais, pertencente ao curso de pós graduação *lato sensu* Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, do CELACC (Centro de Estudos Latino-Americanos Sobre Cultura e Comunicação) da USP (Universidade de São Paulo), sendo o projeto requisito para a conclusão da disciplina.

Algumas integrantes do grupo que compõem o projeto atual, realizaram projeto anterior juntas, parte de outra disciplina - Economia Cultural - em 2021, sendo investigado o campo das indústrias criativas, do patrimônio imaterial, da valorização do trabalho artesanal, do protagonismo dos moradores locais através da apropriação de sua história e de seus conhecimentos, além do enaltecimento da história e da cultura local e seu lugar de moradia. Todo o trabalho foi desenvolvido sobre a Fundação Casa Grande, sediada em Nova Olinda, Ceará.

Ao se reencontrar, já na disciplina de Gestão de Projetos Culturais, o grupo manifestou interesse em continuar investigando o campo das indústrias criativas, do patrimônio imaterial e da relação de protagonismo dos moradores de uma localidade em ações de valorização da história e cultura de seu lugar de moradia. Após uma apresentação dos interesses gerais do grupo, a integrante Mariana Fessel apresentou uma proposta disparadora tendo como ponto central Paquetá, um bairro histórico localizado na região central e portuária da cidade de Santos, litoral do estado de São Paulo.

Após conhecer o bairro, sua história, seus problemas, lutas e projetos artísticos culturais¹ lá desenvolvidos, o grupo desenvolveu seu projeto para a disciplina tendo como objetivo a criação de uma áudio série/*audiotour*, que será narrada pelos próprios moradores do bairro. A proposta é que as narrativas contadas pelos moradores do bairro sejam acessíveis em qualquer lugar do mundo, através das plataformas YouTube e Spotify. Ao mesmo tempo, os ouvintes presenciais em Santos poderão percorrer um percurso pré-determinado pelos locais citados nas narrativas dos moradores, tornando o percurso um *audiotour*. O acesso aos áudios para esses visitantes será direcionado através de *QR Codes* em lambe-lambes, que estarão fixados nesses pontos específicos do bairro.

A ideia é que esse projeto seja o início de um processo que terá continuidade, incluindo outras ações de valorização da história e da cultura do bairro, a médio e longo prazo. As fases

¹ Alguns dos projetos pesquisados foram: padaria comunitária “Um Só Coração”; “ateliê Raízes Corticeiras”; “Conexões Paquetá - 10 olhares com muitas emoções”; outros

posteriores do projeto prevêem: realização de mais 6 episódios da áudio série e visitas presenciais com grupos pelos pontos do percurso guiadas pelos próprios moradores e equipe criativa do projeto.

JUSTIFICATIVA

Presentes na memória coletiva construída pela literatura, os cortiços já foram ambiência para os personagens populares do Aluísio de Azevedo, na obra de mesmo nome da arquitetura popular “O Cortiço”, em 1890. Num salto temporal de 1890 a 2022, estas moradias ainda são a ambiência onde as pessoas vivem, trabalham, tecem suas histórias e sentem debaixo de seu teto as desigualdades sociais do Brasil e os desafios de organização de luta social pelo direito à moradia. Seja bem vindo, chegamos às histórias dos cortiços do Paquetá, em Santos-SP.

O bairro de Paquetá foi residência de famílias nobres durante o século XIX.

Nas duas décadas do século XX, com melhoria da comunicação com os bairros da orla (abertura de amplas avenidas e da linha de bonde), muitas famílias mais abastadas deixaram o bairro de Paquetá e do Vila Nova para se instalar no Gonzaga e no Boqueirão, ou ao longo das Avenidas Ana Costa e Conselheiro Nébias. Os velhos casarões deixados para trás passaram a ser ocupados por famílias de classe média ou divididos em cômodos, formando cortiços. (ESKINAZI, 2018)

Algumas das razões pela ocupação dos casarões do bairro de Paquetá, se deu em função do déficit habitacional que já existia nos anos iniciais do século XX, que afetava principalmente a classe trabalhadora da cidade e pelo bairro ter sua localização central e próxima a região portuária, principal local de trabalho naquele momento.

Hoje, o déficit de moradias ainda existe na cidade de Santos e o bairro de Paquetá ainda é um bairro que tem suas casas ocupadas por cortiços, o que tem gerado uma disputa entre o setor público e privado e os moradores do bairro. Existe uma tentativa de gentrificação no bairro, para que o mesmo seja ocupado de outras formas.

Já os moradores do bairro há mais de duas décadas se organizam de diferentes formas, para combater o processo de gentrificação e ganhar o direito à moradia digna, sem ser expulsos dos locais onde moram hoje, além de trabalho e melhora da qualidade de vida de toda a população local.

Os esforços são diversos e ocorrem em várias direções, como formação de lideranças comunitárias, a formação, nos anos de 1990, da Associação dos Cortiços do Centro - ACC - que tem desenvolvido projetos através de parcerias com ONGs, como o Instituto Elos, que ajudou a criar a padaria comunitária “Um Só Coração”, gerida por 12 mulheres, desde 2010 e tendo como base a economia solidária; “ateliê Raízes Corticeiras”, que confecciona bijuterias de tecido de chita, conseguindo até comercializar as peças no exterior.

Outras parcerias e projetos recentes que também ocorreram no bairro foram os documentários “Raízes do Mercado”, do projeto Querô Comunidade 2021 e “Mudar Sem Se Mudar”, produzido por Junior Castro e Fábio Oliveira, e o projeto “Conexões Paquetá - 10 olhares com muitas emoções” uma residência fotográfica realizada com os moradores do bairro, feita em parceria com o Sesc São Paulo (Unidade Operacional de Santos). Além dos projetos, outros pesquisadores e universidades direcionam seus estudos para o bairro.

Na luta por melhores condições de moradia, a ACC tem atuação forte e constante.

Em 2007, a ACC tornou-se a primeira entidade a conseguir a doação de um imóvel da União com a finalidade de produção de habitação de interesse social (HIS), ao receber um terreno (um antigo armazém de café) no bairro Paquetá.[...] No ano seguinte, a associação obteve um financiamento de R\$ 4,515 milhões do Programa Crédito Solidário para a construção do conjunto habitacional “Vanguarda I”, com 113 unidades. [...] Já o “Vanguarda II”, com previsão de 68 unidades habitacionais, foi o primeiro empreendimento financiado pelo programa do governo federal Minha Casa Minha Vida – Entidades, em janeiro de 2010. O valor total é de R\$ 4,143 milhões, sendo que os moradores terão que pagar 10% de seu salário, ao longo de 10 anos. (ESKINAZI, 2018)

As obras dos conjuntos habitacionais “Vanguarda I e II” não foram concluídas até hoje por falta de verbas, deixando pessoas que aguardavam a conclusão da obra sem suas moradias.

A experiência de organização social e luta comunitária da ACC se alinha a tantos outros movimentos sociais e que tiveram suas histórias contadas em ações de arte, tais como, o MAB (Movimento dos Atingidos por Barragem) no filme “Narradores de Javé” (Eliane Caffé, 2004) e o Movimento Sem Teto do Centro (MSTC) (também em filme) no “Era o Hotel Cambridge” (da mesma diretora, 2016). A própria ACC também constrói suas ações vivenciais por meio do

projeto “Emoções no Paquetá”, que é um roteiro de visitação, fundamentado nos conceitos de Turismo Comunitário, em que visitantes são recebidos pelos moradores do bairro, caminham por ali, conhecem os cortiços, almoçam na sede Associação. Esta integração arte e organização comunitária são ingredientes que promovem visibilidade para a história de luta, para, memória social e afetiva, compondo um patrimônio cultural com faces mais diversas.

Na perspectiva do pesquisador Richard Florida (UFRGS, p.21), há um movimento crescente que vai na direção oposta à virtualização das relações. Os espaços urbanos que apresentam dinâmicas locais e orgânicas, que promovem um resgate da interação cidade-cidadão, são muito apetecíveis para a Classe Criativa. Esta nova classe quer ser protagonista da construção de sua identidade, de sua história. Quer ser desafiada, quer repensar os novos modos de convivência, de estar no mundo e refletir sobre o legado a ser deixado.

A citação acima, apesar de se tratar do campo cultural criativo, ressalta um aspecto de protagonismo e agência social e comunitária característico das relações cidadão-cidade. Uma relação se estende para a realidade atual dos moradores do bairro de Paquetá, uma vez que é através do empenho de seus moradores e do empenho das lideranças comunitárias que se tem tentado construir uma nova história para o bairro e seus moradores.

A disputa travada por melhores condições de moradia e qualidade de vida, sem ser retirado dos locais onde vivem (região central da cidade de Santos), mostra que os moradores do bairro assumiram a posição de protagonistas de suas próprias histórias e tem feito diversos tipos de ações (construção de conjuntos habitacionais no bairro, através de terreno doado pelo governo federal e construção comunitária, onde os próprios moradores trabalham na obra para reduzir custos; luta pela preservação do patrimônio histórico, sem que haja remoção dos atuais moradores, desenvolvimento de diversos projetos com parcerias com ONGs e empresas privadas) para afirmar sua existência e resistência diante dos cenários adversos que são apresentados em seus cotidianos.

O projeto **“Ouvindo Paquetá - áudio série sobre um bairro e seus moradores”** se torna mais uma forma de voz e visibilidade para as pessoas, suas histórias e para a história do bairro, tornando possível que haja a preservação da memória social, conservação do patrimônio material e imaterial, a partir de uma ação artística e vivência, que é a experiência do áudio tour. Aproximando, e aliando, as relações entre o campo cultural e criativo e o campo das lutas sociais.

É importante ressaltar que a introdução e justificativa deste projeto foram elaboradas e levam em consideração o contexto do curso de especialização. Para aplicação em editais, as

mesmas serão sintetizadas, tendo como ênfase a relevância em contexto social e local do município.

FICHA TÉCNICA

Concepção/idealização: Caroline Soares Almeida, Fernanda Carvalho Sabino, Giovanna Inácio de Godoi, Mariana Maria Bortoletto Fessel e Vitória Medeiros Tilton.

Coordenador geral: Mariana Maria Bortoletto Fessel

Proponente: Mariana Maria Bortoletto Fessel

Observação: Além da equipe mencionada acima, estarão envolvidos no processo de pesquisa e criação da áudio série os consultores locais (definidos após pesquisa e diálogo com a comunidade do Paquetá), além dos membros da equipe nas funções: produção executiva, direção, captação e edição de áudio, design gráfico e assessoria de imprensa.

Currículo dos principais envolvidos no projeto:

Nome: Caroline Soares Almeida

Função: Concepção/idealização

Currículo: Graduada em Comunicação social - Jornalismo pela Universidade Anhembí Morumbi, Técnico em Comunicação Visual (Design) pelo Senac, e pós graduanda em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos pelo ECA/USP. Atuou como redatora do Blog InCultura, site de política, sociedade e cultura popular. Atualmente desenvolve trabalhos gráficos e visuais em projetos pessoais e produções políticas.

Nome: Fernanda Carvalho Sabino

Função: Concepção/idealização

Currículo: Graduada em Automação de escritório e secretariado pela Faculdade de tecnologia do estado de São Paulo (FATEC SP), pós-graduanda em Gestão de Projetos Culturais e organização de eventos pela ECA/USP e extensão em Língua Brasileira de Sinais pela DERDIC/PUC. Primeira ganhadora do programa de mobilidade acadêmica internacional do Centro Paula Souza, realizou um intercâmbio cultural na UJA (Universidad de Jáen), na Espanha, durante 6 meses. Atualmente coordenadora de Acessibilidade na Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativas, prestando serviços para a TV Cultura, TV Câmara Municipal de São Paulo, Univesp TV, TV Educação, ESPN e SME (Secretaria

Municipal da Educação), além de produzir eventos como o Word Economic Forum 2017, inauguração do núcleo de Acessibilidade FLICTS, COINS, entre outros.

Nome: Giovanna Inácio de Godoi

Função: Concepção/idealização

Currículo: Graduada no curso técnico em Dança (2006), pelo Studio de Dança Luciana Junqueira, atuou como bailarina de 2004 a 2014, em diversos projetos da cidade de Ribeirão Preto. Bacharel e licenciada em educação física e esporte, pela Universidade de São Paulo (USP,2013), realizou pesquisas teórico práticas na área do bem-estar biopsicossocial através da dança; atuou como professora de dança, coreógrafa e organizadora de eventos da área da dança em diversas instituições privadas de ensino da cidade de Ribeirão Preto, de 2009 a 2018. Hoje atua como professora de educação física, sendo responsável por todos os eventos esportivos e culturais realizados na instituição que atua (COC Ribeirão Preto - Rede Única de Educação). Concomitantemente ao trabalho, cursa pós-graduação em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos pela ECA/USP.

Nome: Mariana Maria Bortoletto Fessel

Função: Concepção/idealização

Currículo: Licenciada em História pela Universidade Federal de Ouro Preto (2010), e pós-graduanda no Curso de Especialização Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos da Escola de Comunicações e Artes da USP (Universidade de São Paulo). Desde o período de formação acadêmica atua e pesquisa no campo da educação, patrimônio, cultura e mediação cultural. Trabalhou na Fundação de Arte de Ouro Preto (2010-2011) como arte-educadora; na rede estadual de educação em Piracicaba-SP (2012-2014), e a partir de 2014 ingressou no Sesc SP, tendo trabalhado em várias unidades/cidades como Sesc Presidente Prudente, Sesc Bauru e Sesc Santos (atual). Na rede Sesc SP, desenvolve ações de programação cultural em artes visuais, tecnologia e turismo social.

Nome: Vitória Medeiros Titton

Função: Concepção/idealização

Currículo: Graduada em Bacharelado em Teatro (habilitação direção teatral) na UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) e pós-graduanda no Curso de Especialização Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos da Escola de Comunicações e Artes da USP (Universidade de São Paulo). Realizou a direção cênica dos projetos Contratantes (2016) e 90 Ceias (2017) (Prêmio de melhor espetáculo e melhor direção no Prêmio Açorianos de Teatro 2018 – Categoria Revelação) e Foi o que deu para fazer (2021) (Prêmio Destaque Técnico no Prêmio Açorianos de Teatro 2021). Em 2018 realizou estágio em Produção Cultural na empresa Sesc/RS - Unidade Operacional de Canoas - e desde 2019 trabalha como Auxiliar de Cultura e Lazer na mesma empresa, onde atua na produção e execução de projetos e eventos na área da cultura.

CRONOGRAMA

O projeto tem como previsão de realização 5 meses a contar da inscrição e premiação em Edital (realização da etapa de financiamento) e da assinatura do Termo de Cooperação Cultural e Financeira (realização das demais etapas). As ações do cronograma foram divididas entre as etapas de pré-produção, produção e pós-produção e estão detalhadas no Plano de Comunicação a seguir.

Segue abaixo imagem e link de acesso ao cronograma:

CRONOGRAMA PROJETO PAQUETÁ								
ETAPA	N.º DO ITEM (DESCRIÇÃO NO PLANO DE COMUNICAÇÃO)	ETAPAS/MÊS DE REALIZAÇÃO	PROFISSIONAL/SERVIÇO RESPONSÁVEL	1	2	3	4	5
PRÉ-PRODUÇÃO E PRODUÇÃO	1.1	Pesquisa, Concepção e Criação do projeto	Criadoras do Projeto	x	x	x	x	x
		Análise das formas de financiamentos	Criadoras do Projeto	x				
PRÉ-PRODUÇÃO	1.2	Planejamento	Criadoras do Projeto + Coordenador Geral de produção		x			
PRÉ-PRODUÇÃO	1.3	Estratégias de engajamento e aproximação da comunidade e lideranças	Coordenador Geral de produção		x			
PRÉ-PRODUÇÃO E PRODUÇÃO	1.4	Reuniões/Encontros de alinhamento, acompanhamento e avaliação	Coordenador Geral de produção		x	x	x	x
PRÉ-PRODUÇÃO E PRODUÇÃO	1.5	Projeto gráfico	Designer gráfico		x			
PRODUÇÃO	2.1	Pesquisa junto aos Consultores Locais	Consultores Locais		x	x		
PRODUÇÃO	2.2	Direção e elaboração do Roteiro - / Entrevistas/ levantamento de materiais	Diretor + Roteirista		x	x		
PRODUÇÃO	2.3	Gravação e edição do material audiovisual	Técnico de gravação e edição de som			x		
PRODUÇÃO	2.4	Diagramação das peças gráficas digitais e impressas	Designer gráfico			x		
PRODUÇÃO	2.5	Divulgação e difusão da audio série (imprensa, redes sociais, presencial) no pré e pós-lançamento	Assessoria de comunicação			x	x	x
PRODUÇÃO	2.6	Lançamento na ACC (Associação dos Cortiços do Centro) e disponibilização do conteúdo nas plataformas	Coordenação Geral de Produção				x	
PÓS-PRODUÇÃO	3.1	Avaliação Final com o público	Coordenação Geral de Produção				x	x
PÓS-PRODUÇÃO	3.2	Prestação de contas	Coordenação Geral de Produção					x

Link de acesso ao cronograma:

https://drive.google.com/file/d/1uqmWcBNc4BWQknStv0FwHv5vi79p_Vf8/view?usp=sharing

FINANCIAMENTO

Como forma de financiamento para o projeto escolhemos concorrer em editais de fomento a projetos culturais (premiação). Após pesquisa, determinamos como referência o 10º Concurso de Apoio a Projetos Culturais Independentes, realizado pela Prefeitura Municipal de Santos com orçamento do Fundo de Assistência à Cultura – FACULT. O edital foi publicado em 15 de julho de 2022, com inscrições abertas até 02 de setembro de 2022. Destacamos que durante o processo de pesquisa foi difícil encontrar editais em que nosso projeto pudesse ser enquadrado para concorrer, devido ao seu caráter transversal a diversos campos da produção cultural e criativa, e por não possibilitar a circulação de ações e produtos culturais (exigência de alguns editais pesquisados).

A premiação estipulada pelo edital é de R\$20.000 para projetos que contemplem, dentre outras áreas, cultura integrada e popular e patrimônio cultural e natural. No ato de inscrição é obrigatório o envio dos seguintes documentos:

a) ficha técnica com os nomes e as funções dos integrantes já definidos ou previstos até a data da inscrição, assim como seus currículos;

b) objetivo e justificativa do projeto, apresentados detalhadamente, incluindo público alvo e público estimado a ser atingido (máximo 2 laudas);

c) esboço(s) do(s) trabalho(s) a ser(em) produzido(s) (croquis, etc.);

d) cronograma de trabalho contemplando as principais etapas da realização do projeto e indicando seus respectivos prazos de execução expressos em dias ou meses, conforme o prazo máximo previsto neste Regulamento;

e) orçamento detalhado discriminando as despesas necessárias para a realização do projeto. O projeto que apresentar orçamento maior do que o valor dos prêmios previstos neste Regulamento deverá indicar fontes complementares de recursos;

f) no caso do projeto não contemplar itinerância, o proponente deverá apresentar cronograma para cumprimento do disposto no parágrafo primeiro do artigo 4º deste Regulamento (§ 1º No caso do trabalho não ser itinerante, deverá ser apresentado em local público, sem cobrança de ingresso, em espaço a ser definido e contratado pelo artista ou em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura. O proponente deverá apresentar carta de anuência do responsável pelo espaço.)

Os itens acima estão contemplados na escrita deste projeto e em caso de inscrição no edital serão providenciados: item “f” - cronograma específico para contrapartida (por se tratar de projeto que não contempla itinerância) e cartas de anuência dos parceiros e locais de realização, além da readequação da justificativa para duas laudas (conforme Art. 14, inciso III, alínea b).

ORÇAMENTO

Abaixo segue imagem e link de direcionamento do orçamento:

ESTIMATIVA DE CUSTO - PAQUETÁ						
Item	Descrição da atividade	Quant. (pessoas)	Unid.	Quant. unid (período)	Valor unitário	Total da linha
1 PRÉ-PRODUÇÃO						
1.1	Pesquisa, Criação e Concepção - 5 pessoas	5	cachê	1	450,00	2.250,00
1.2	Coordenação geral de produção (orçamento, planejamento, estratégias de	1	mês	4	700,00	2.800,00
1.3	Projeto gráfico - (identidade visual, diagramação das peças digitais e	1	cachê	1	1.300,00	1.300,00
Total pré-produção						6.350,00
2 PRODUÇÃO/EXECUÇÃO						
2.1	Direção e Roteiro	1	mês	1,5	700,00	1.050,00
2.2	Pesquisa e Consultoria Local - 2 pessoas X 2 meses	2	mês	1,5	500,00	1.500,00
2.3	Gravação e Edição de conteúdo de áudio (1 pessoa X 8 dias por mes)	1	diária	8	350,00	2.800,00
2.4	Diária de Alimentação - (2 consultores local + Produtor + 1 Concepção) X 8	4	diária	12	50,00	2.400,00
2.5	Transporte local (Produtor + 1 Concepção) X 16 dias	2	diária	12	50,00	1.200,00
Total produção/execução						8.950,00
3 COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO						
3.1	Assessoria de comunicação	1	mês	3	398,00	1.194,00
3.2	Impressões - Lambes	1	unidade	15	38,00	570,00
3.3	Cartazes para divulgação em espaços de circulação (ex. comércios) no	1	unidade	25	5,00	125,00
3.4	Impulsionamento Instagram e Facebook	1	verba	2	200,00	400,00
Total Comunicação e difusão						2.289,00
4 Custos Administrativos						
4.1	Assessoria jurídica	1	verba	1	700,00	700,00
4.2	Contador	1	verba	1	700,00	700,00
Total custos administrativos						1.400,00
5 TOTAL do projeto						18.989,00
6	Custos Administrativos (eventuais impostos, extras, imprevistos ou outros)	1	verba	1	1.011,00	1.011,00
7 TOTAL GERAL						20.000,00

Orçamento

Link de acesso ao orçamento:

<https://drive.google.com/file/d/1Cqi9yIJHgjUuenZCBC604FVdRYLLLQLz/view?usp=sharing>

Segue abaixo imagem e link de acesso para o fluxo de desembolso:

FLUXO DE DESEMBOLSO - PAQUETÁ							
Item	Descrição da atividade	Total da linha	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5
1 PRÉ-PRODUÇÃO							
1.1	Pesquisa, Criação e Concepção - 5 pessoas	R\$2.250,00	R\$900,00	R\$900,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$450,00
1.2	Coordenação geral de produção (orçamento, planejamento, estratégias de	R\$2.800,00	R\$0,00	R\$700,00	R\$700,00	R\$700,00	R\$700,00
1.3	Projeto gráfico - (identidade visual, diagramação das peças digitais e	R\$1.300,00	R\$0,00	R\$1.300,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00
Total pré-produção		R\$6.350,00	R\$900,00	R\$2.900,00	R\$700,00	R\$700,00	R\$1.150,00
2 PRODUÇÃO/EXECUÇÃO							
2.1	Direção e Roteiro	R\$1.050,00	R\$0,00	R\$525,00	R\$525,00	R\$0,00	R\$0,00
2.2	Pesquisa e Consultoria Local - 2 pessoas X 2 meses	R\$1.500,00	R\$0,00	R\$750,00	R\$750,00	R\$0,00	R\$0,00
2.3	Gravação e Edição de conteúdo de áudio (1 pessoa X 8 dias por mes)	R\$2.800,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$2.800,00	R\$0,00	R\$0,00
2.4	Diária de Alimentação - (2 consultores local + Produtor + 1 Concepção) X 8	R\$2.400,00	R\$0,00	R\$1.200,00	R\$1.200,00	R\$0,00	R\$0,00
2.5	Transporte local (Produtor + 1 Concepção) X 16 dias	R\$1.200,00	R\$0,00	R\$600,00	R\$600,00	R\$0,00	R\$0,00
Total produção/execução		R\$8.950,00	R\$0,00	R\$3.075,00	R\$5.875,00	R\$0,00	R\$0,00
3 COMUNICAÇÃO E DIFUSÃO							
3.1	Assessoria de comunicação	R\$1.194,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$398,00	R\$398,00	R\$398,00
3.2	Impressões - Lambes	R\$570,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$570,00	R\$0,00	R\$0,00
3.3	Cartazes para divulgação em espaços de circulação (ex. comércios) no	R\$125,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$125,00	R\$0,00	R\$0,00
3.4	Impulsionamento Instagram e Facebook	R\$400,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$400,00	R\$0,00	R\$0,00
Total Comunicação e difusão		R\$2.289,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$1.493,00	R\$398,00	R\$398,00
4 Custos Administrativos							
4.1	Assessoria jurídica	R\$700,00	R\$0,00	R\$175,00	R\$175,00	R\$175,00	R\$175,00
4.2	Contador	R\$700,00	R\$0,00	R\$175,00	R\$175,00	R\$175,00	R\$175,00
Total custos administrativos		R\$1.400,00	R\$0,00	R\$350,00	R\$350,00	R\$350,00	R\$350,00
5 TOTAL do projeto		R\$18.989,00	R\$900,00	R\$6.325,00	R\$8.418,00	R\$1.448,00	R\$1.898,00
6	Custos Administrativos (eventuais impostos, extras, imprevistos ou outros)	R\$1.011,00	R\$0,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$250,00	R\$261,00
7 TOTAL GERAL		R\$20.000,00	R\$900,00	R\$6.575,00	R\$8.668,00	R\$1.698,00	R\$2.159,00

Link de acesso ao fluxo de desembolso:

https://drive.google.com/file/d/1kf1Yqxcklnk2265FHZvM4qrE4_KGjtw/view?usp=sharing

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Projeto: Ouvindo Paquetá - áudio série sobre um bairro e seus moradores

Descrição: O projeto tem como intuito produzir o episódio piloto de uma áudio série, a ser disponibilizado no Youtube e Spotify, criado a partir de relatos dos moradores e mestres de saber cultural e popular do bairro de Paquetá, em Santos (SP). A concepção da série parte da ideia de *audiotour*, tendo como eixo condutor os locais de referência onde vivem ou trabalham os protagonistas da obra. Isso poderá permitir aos ouvintes presenciais vivenciar o percurso narrado se tornando uma experiência sensível e de ressignificação do bairro de Paquetá.

Período de desenvolvimento do projeto: 5 meses.

Públicos

Interno: equipe idealizadora e criativa; consultores locais - moradores, lideranças comunitárias e mestres de saber cultural e popular da comunidade;

Externo: moradores da comunidade do Bairro de Paquetá e da cidade de Santos/SP; parceiros do projeto (lideranças comunitárias, instituições de ensino e culturais, comércios); imprensa local e regional; visitantes/turistas; público que acessará o conteúdo pelas plataformas digitais;

OBJETIVOS DO PROJETO

Objetivo geral:

- Valorizar a memória social e o patrimônio cultural material e imaterial do bairro de Paquetá, na cidade de Santos - SP, e promover o protagonismo de moradores, líderes comunitários e mestres de saber cultural e popular da região através da divulgação de suas histórias e vivências em uma áudio série.

Objetivos específicos:

- Realizar uma aproximação das lideranças comunitárias e pessoas que são referência para a cultura e luta social da comunidade do bairro de Paquetá;
- Produzir o episódio piloto de uma áudio série, concebida a partir de relatos de

moradores, lideranças comunitárias e mestres do saber cultural e popular do local;

- Ocupar os espaços públicos e referências da cultura do bairro a partir do percurso individual dos ouvintes da áudio série e da ação presencial de lançamento do projeto;
- Difundir a áudio série a moradores do bairro de Paquetá e da cidade Santos, bem como alcançar outros públicos de interesse do projeto através do ambiente digital;

VALORES CULTURAIS

- **Social:** Difundir narrativas que proporcionem o protagonismo de moradores, líderes comunitários e mestres de saber cultural e popular por meio de suas histórias; Criar aproximação e identificação com a comunidade.
- **Societal:** Preservar a história e a cultura do bairro de Paquetá através da difusão dos valores culturais locais; Proporcionar visibilidade ao bairro e às lutas enfrentadas pelos seus moradores, tendo em vista que se trata de uma localidade sujeita ao processo de gentrificação. Gerar renda na cadeia produtiva local por meio da remuneração dos moradores (consultores locais) durante a produção da áudio série; Ocupar o bairro e movimentar a economia local, a partir da frequência do público visitante no formato *audiotour*.
- **Transcendental:** Valorização da memória social e patrimônio cultural (material e imaterial) do bairro.
- **Pessoal/institucional:** Realizar um projeto piloto, dando início a uma série de ações a médio prazo que coloquem em evidência a importância do bairro Bairro de Paquetá, de seus valores culturais e moradores.

OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Objetivo da Comunicação para financiamento

- Conseguir o valor de R\$20.000 para a realização do episódio piloto para a áudio série, através de Edital.
 - Meta – Ser contemplado no 10º Concurso de Apoio a Projetos Culturais Independentes no Município de Santos (FACULT)

Objetivo da Comunicação de engajamento públicos internos e externos do projeto:

- Envolver e mobilizar a comunidade do bairro do Paquetá (moradores, lideranças comunitárias, mestres de saber cultural e popular) na concepção e realização da áudio série; Estabelecer parcerias para divulgação do projeto.
 - Meta - Mapear e realizar contato com pelo menos 30 lugares de referência da comunidade (associações, escolas, instituições, locais públicos e comércios);
 - Meta - Estabelecer 2 consultores dentre os moradores, que acompanharão ativamente o processo de criação da áudio série;
 - Meta - Conseguir a parceria com, pelo menos, 2 rádios comunitárias (Rádio Silva/UNIFESP e Palafita Web Rádio - Santos/SP), 10 veículos de imprensa de Santos (TV, mídia impressa e/ou on-line e influenciadores digitais) e 10 veículos de imprensa de outras localidades;

Objetivo da Comunicação da Fruição:

- Realizar ações de lançamento e difusão da áudio série para acesso do público;
 - Meta - Conseguir um público de 5.000 acessos para a áudio série através das plataformas Youtube e Spotify;
 - Meta - Engajar 10.000 pessoas nas redes sociais e Blog do projeto;

Objetivo da Comunicação da Avaliação:

- Realizar avaliação quantitativa e qualitativa do projeto, objetivando aprimorar próximas ações.
 - Meta - Efetuar reuniões estratégicas quinzenais durante o período de produção da áudio série, com intuito de avaliação permanente do processo;
 - Meta - Ter 500 respondentes no formulário de avaliação online da áudio série;
 - Meta - Realizar 2 reuniões de avaliação ao final do projeto, sendo uma delas interna, com equipe idealizadora e criativa do projeto e consultores locais, e uma externa, com demais parceiros;
 - Meta - Realizar 10 entrevistas com moradores locais, buscando verificar o impacto do projeto na comunidade;

ETAPAS DO PROJETO (conforme cronograma)

PRÉ-PRODUÇÃO

1.1 Pesquisa, Concepção e Criação do projeto e Financiamento

Estratégia: processo de pesquisa, concepção e criação do projeto no contexto da disciplina de Gestão de Projetos Culturais; Escrita de projeto seguindo parâmetros gerais de Editais de fomento a projetos culturais; Inscrição no 10º Concurso de Apoio a Projetos Culturais Independentes no Município de Santos.

Valor a ser comunicado: demonstrar a relevância e impacto do projeto para a comunidade; justificar seu financiamento às partes interessadas;

Público: esferas de ensino e públicas.

Peças de comunicação: Projeto de Edital.

Meio de comunicação: organização dos documentos e Inscrição conforme edital (presencial ou on-line);

Investimento: R\$2.250 (valor de cachê de Pesquisa, Criação e Concepção)

Período de realização: 1º mês

Fase do projeto: pré-produção

1.2 Planejamento:

Estratégia: Após aprovação no edital e assinatura do Termo de Cooperação, será realizada reunião entre os desenvolvedores com objetivo de revisar e organizar as estratégias, cronograma e o orçamento captado para dar início à execução; Traçar plano estratégico para divulgação da áudio série. Verificar com contador e assessor jurídico questões pontuais relativas aos processos administrativos, financeiros e de contrato do projeto.

Valor a ser comunicado: organizar o projeto para realização de acordo com o estabelecido em edital; elaborar um planejamento que permita um processo colaborativo e construtivo, sempre atento ao diálogo e participação da comunidade.

Público: Equipe criativa, Prefeitura Municipal de Santos e demais apoiadores (caso haja adesão de outros parceiros);

Peças de comunicação: Organização interna da equipe através de planilhas e documentos compartilhados.

Meio de comunicação: Comunicação interna da equipe;

Investimento: R\$1.170 (parte do cachê de coordenador geral de produção + parte do cachê de assessoria jurídica + parte do cachê de contador)

Período de realização: 2º mês

Fase do projeto: pré-produção

1.3 Estratégias de engajamento e aproximação com a comunidade e lideranças:

Estratégia: Os desenvolvedores devem realizar visitas ao bairro de Paquetá, para que possam entrar em contato com seus moradores e lideranças. A visita deve ser o primeiro passo para estabelecer a aproximação entre o projeto e a comunidade e apresentação da proposta; Mapeamento/caracterização dos moradores, para entender o funcionamento da comunidade, suas principais atividades econômicas e culturais (pesquisa na internet, contato telefônico e por e-mail, pesquisa de campo); Reuniões/encontros com as lideranças e moradores semanalmente, para que o projeto seja desenvolvido em conjunto com a comunidade de forma horizontal e em todo o processo de produção. Após caracterização da comunidade, serão definidos os consultores fixos do projeto, que serão remunerados durante o período de desenvolvimento da áudio série.

Valor a ser comunicado: atenção à importância da história, memória e cultura dos moradores, criando um espaço confortável, de escuta e de protagonismo dos mesmos;

Público: lideranças comunitárias; mestre de saber cultural e popular; moradores do bairro;

Peças de comunicação: projeto e apresentação visual impressos;

Meio de comunicação: pesquisa de campo, contato telefônico e por e-mail;

Investimento: R\$470,00 (parte do cachê de coordenador geral de produção)

Período de realização: 2º mês

Fase do projeto: pré-produção

1.4 Reuniões/Encontros de alinhamento, acompanhamento e avaliação:

Estratégia: a equipe especializada responsável pela direção, captação e edição de vídeo, design e assessoria de imprensa deve ser contratada e organizará suas atividades de acordo com o cronograma; Quinzenalmente deve ser realizada uma reunião estratégica com toda a equipe para repassar o andamento das atividades, avaliar necessidades de alterações e efetuar avaliação quanto às metas e prazos estabelecidos.

Valor a ser comunicado: executar o projeto de acordo com o estabelecido em edital; realizar avaliação periodicamente a fim de, ao longo do processo, contornar crises e avaliar oportunidades de melhoria.

Público: Equipe criativa;

Peças de comunicação: Organização interna da equipe através de planilhas, documentos e planos compartilhados.

Meio de comunicação: Comunicação interna da equipe;

Investimento: R\$470 (parte do cachê de coordenador geral de produção)

Período de realização: 2º a 5º mês

Fase do projeto: pré-produção e produção

1.5 e 2.4 Projeto Gráfico e diagramação das peças gráficas digitais e impressas:

Estratégia: Serão desenvolvidos pelo designer a identidade visual do projeto e as peças de divulgação, incluindo cards, cartazes, convite digital para lançamento, peças para redes sociais (capa, ícone de perfil) e lambe-lambes. Estes últimos, além da função de divulgação, serão fixados nos locais mencionados na audio série, marcando visualmente esses espaços e frisando a ideia de que esses locais são pontos a serem visitados do *audiotour*. O acesso à áudio série será facilitado com a utilização de *QR Codes* nos cartazes e lambe-lambes, que direcionarão para o acesso ao episódio no Youtube; Com intuito de proporcionar visibilidade a comunidade e ao projeto, serão desenvolvidos conteúdos audiovisuais (fotos e vídeos) para as redes sociais durante o processo de produção e lançamento; Antes da veiculação, os materiais gráficos e de

divulgação serão enviados à Prefeitura Municipal e aos demais parceiros para aprovação quanto a aplicação das marcas;

Valor a ser comunicado: comunicar de forma acessível os valores (sociais, societários e transcendentais) do projeto através dos materiais gráficos e de divulgação;

Público: Equipe criativa; Prefeitura Municipal de Santos e demais parceiros;

Peças de comunicação: Identidade visual do projeto; Peças de divulgação on-line (cards, convite digital para lançamento, peças para redes sociais (capa, ícone de perfil)) e offline (cartazes e lambe-lambes).

Meio de comunicação: Criação on-line; peças digitais e impressas;

Investimento: R\$1.300,00 (cachê de designer)

Período de realização: 2º e 3º mês

Fase do projeto: pré-produção e produção;

PRODUÇÃO

2.1 e 2.2 Pesquisa junto aos Consultores Locais / Direção e elaboração do Roteiro (entrevistas/ levantamento de materiais)

Estratégia: Desenvolver o roteiro do projeto piloto; Providenciar equipamentos a serem utilizados na produção; Organizar o cronograma para a realização das gravações e captação de imagens junto aos entrevistados e equipe criativa; Criação de blog para compartilhamento do processo de criação e de materiais ;

Valor a ser comunicado: atenção à importância da história, memória e cultura dos moradores, criando um espaço confortável, de escuta e de protagonismo dos mesmos;

Público: Equipe criativa e moradores do bairro;

Peças de comunicação: material audiovisual;

Meio de comunicação: contato direto com os moradores; gravação; Blog.

Investimento: R\$ 4.854 (parte do cachê de coordenador geral de produção + cachê de consultores + cachê de direção + parte dos custos de alimentação e transporte)

Período de realização: 2º e 3º mês

Fase do projeto: produção

2.3 Gravação e edição do material audiovisual:

Estratégia: A equipe criativa realizará a gravação e edição dos materiais captados para elaboração do episódio piloto; Será realizada pesquisa de trilha sonora.

Valor a ser comunicado: atenção à importância da história, memória e cultura dos moradores, criando um produto final que privilegie o protagonismo dos mesmos;

Público: Equipe criativa;

Peças de comunicação: Material audiovisual;

Meio de comunicação: Comunicação interna da equipe;

Investimento: R\$4.600,00 (cachê técnico de gravação e edição + parte dos custos despesa de alimentação e transporte)

Período de realização: 3º mês

Fase do projeto: produção;

2.5 Divulgação e difusão da áudio série (imprensa, redes sociais, presencial) no pré e pós-lançamento:

Estratégia: Criar o canal no Youtube e perfis no Instagram e Facebook, bem como viabilizar a publicação da áudio série no Spotify; Elaboração de release para promoção do projeto a nível local e regional; envio de e-mail marketing a mailings de interesse, incluindo à classe artística local, instituições de ensino e cultura da cidade, parceiros de outros projetos de membros da equipe técnica, jornalistas e imprensa; Localizar e visitar presencialmente instituições de ensino, espaços culturais e associações de bairro para estabelecer contato e parcerias na divulgação; Estabelecer contato com rádios, jornais e outros veículos de imprensa locais para divulgação do projeto (mídia espontânea); Divulgação presencial com material impresso (cartazes e lambe-lambes) em espaços públicos, de circulação de pessoas e comércios do bairro; Ampliar e captar público por meio da interação e publicação sistemática nas redes sociais;

Impulsionar publicação nos perfis do projeto no Instagram e Facebook; Envio de release pós-lançamento com números parciais e retornos do público do projeto.

Valor a ser comunicado: importância da difusão do produto cultural para um maior número de pessoas, lembrando o aspecto cidadão da cultura;

Público: veículos de imprensa local, parceiros e moradores do bairro (divulgação presencial), públicos de interesse de outras localidades (on-line);

Peças de comunicação: Release, e-mail marketing, cards digitais, cartazes e lambe-lambes impressos;

Meio de comunicação: presença digital (redes sociais Facebook, Instagram e Blog) e divulgação offline (visitas presenciais a rádios da cidade, veículos de imprensa, parceiros para divulgação);

Investimento: R\$2.289,00 (Cachê de assessoria de comunicação + custos de impressão de lambe-lambes e cartazes, impulsionamento nas redes sociais)

Período de realização: 3º a 5º mês;

Fase do projeto: produção

2.6 Lançamento na ACC (Associação dos Cortiços do Centro) e disponibilização do conteúdo nas plataformas:

Estratégia: Realizar o lançamento virtual da áudio série na data de publicação pública do episódio piloto no YouTube e Spotify; ação de lançamento presencial na ACC (Associação dos Cortiços do Centro) como contrapartida obrigatória, com a caminhada de vivência pelos locais mencionados na áudio séries, seguida de roda de conversa, proporcionando a movimentação cultural no bairro.

Valor a ser comunicado: Momento de valorização do trabalho realizado e dos trabalhadores envolvidos no projeto;

Público: moradores do bairro; autoridades, lideranças comunitárias e influenciadores;

Peças de comunicação: convite digital às autoridades e lideranças comunitárias para lançamento presencial; divulgação do lançamento on-line através das estratégias mencionadas em 2.4;

Meio de comunicação: comunicação dirigida aos convidados para o lançamento presencial; divulgação on-line; divulgação à imprensa para cobertura do evento presencial;

Investimento: R\$470 (parte do cachê de coordenador geral de produção)

Período de realização: 4º mês

Fase do projeto: produção

PÓS-PRODUÇÃO

3.1 Avaliação final:

Estratégia: Reuniões sistemáticas com profissionais envolvidos durante o processo de produção (ver item 1.4); Elaboração de relatório quantitativo e qualitativo; Clipagem da visibilidade em mídia; Avaliação individual - Utilização de formulário “Opinário” on-line para audiotour e visitas guiadas;

Valor a ser comunicado: analisar a eficiência e eficácia do projeto, reconhecer pontos positivos e de melhoria;

Público: Equipe criativa, Prefeitura Municipal de Santos, demais parceiros (caso haja adesão) e público do projeto;

Peças de comunicação: Formulário de pesquisa de avaliação do audiotour, acesso em: <https://forms.gle/ikmYncwyAixVy5by8>

Meio de comunicação: Reuniões sistematizadas servirão de base para executar possíveis melhorias durante o projeto e fornecerão dados para a escrita de relatório qualitativo; respostas de questionários e análise de dados fornecidos por plataformas servirão de base para a escrita de relatório quantitativo;

Investimento: R\$470 (parte do cachê de coordenador geral de produção)

Período de realização: 4º e 5º mês

Fase do projeto: pós-produção

3.2 Prestação de contas:

Estratégia: Realizar a prestação de contas conforme o Manual de Prestação de Contas (Anexo V) presente no edital do 10º Concurso de Apoio a Projetos Culturais Independentes no Município de Santos. Serão apresentados: relatório de atividades e metas, registros documentais do projeto, material de imprensa (incluindo clipagem e cópias dos materiais de comunicação), informativo de despesa, notas fiscais e extratos bancários,

Valor a ser comunicado: analisar a eficiência e eficácia do projeto, reconhecer pontos positivos e de melhoria;

Público: Equipe criativa, Prefeitura Municipal de Santos e demais parceiros (caso haja adesão)

Peças de comunicação: Prestação de contas conforme parâmetros do Edital; Apresentação visual que pode ser enviada a demais parceiros e postada no Blog com dados gerais do projeto, números parciais e retornos do público participante;

Meio de comunicação: organização dos documentos e Inscrição conforme edital (presencial ou online);

Investimento: R\$700 (parte do cachê de Assessoria jurídica e contador)

Período de realização: 5º mês

Fase do projeto: pós-produção

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, Junior; OLIVEIRA, Fábio (Dir.). **Documentário “Mudar sem Mudar”**. Acessado em 18/08/2022. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Rbm2Bd1FMt4> > ;

ESKINAZI, B. G.; **Condomínio Vanguarda: luta e resistência no Centro de Santos - SP**; tese de mestrado, 2018. Acesso em: 19/08/2022. Disponível em: <

https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-29112018-110245/publico/2018_BrunaGarciaEskinazi_VCorr.pdf > ;

FESSEL, Mariana; MONTALDI, Rodrigo. **Texto “Conexões Paquetá – 10 olhares com muitas emoções”**. Acesso em 18/08/2022. Disponível em: < https://portal.sescsp.org.br/online/artigo/15318_CONEXOES+PAQUETA+10+OLHARES+COM+MUITAS+EMOCOES > ;

Prefeitura Municipal de Santos. **Edital 10º Concurso de Apoio a Projetos Culturais Independentes no Município de Santos**. Acesso em 18/08/2022. Disponível em: < <https://egov.santos.sp.gov.br/legis/documents/9410/view> > ; / < https://drive.google.com/drive/folders/16cNBksIPHF7_cqjd0eJzcAhpuIYX32_1?usp=sharing > ;

Diário do Litoral. **Reportagem “Sonho da casa própria mais perto da realidade”**; publicada em 16 de setembro de 2011. Acesso em 18/08/2022. Disponível em: < <https://www.diariodolitoral.com.br/cotidiano/sonho-da-casa-propria-mais-perto-da-realidade/2330/> > ;

FLORIDA, R. Capacitação de Agentes do Setor Cultural e Criativo". Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Módulo 1.