

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE
COMUNICAÇÃO E CULTURA - CELACC**

GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS

ABAPHA FEST

Festival de cinema e formação LGBTQIA+ de São Paulo

Projeto cultural elaborado tendo como referência o edital PROAC Nº 40/2022 – CIDADANIA CULTURAL/PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO DE PROJETO CULTURAL/CULTURA LGBTQIA+, nas disciplinas de Gestão de Projetos Culturais ministrada pela Profa. Ms. Claudia Vendramini Reis e Comunicação e Marketing ministrada pela Profa. Dra. Karina Poli.

Alunxs:

Felipe Trindade Diniz

Isadora Pacheco

Luiz Gonzaga Souza

Tayane Capelo

São Paulo

2022

PROAC Nº 40/2022 – CIDADANIA CULTURAL/PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO DE
PROJETO CULTURAL/CULTURA LGBTQIA+

ABAPHA **FEST**

1º Edição do Festival de cinema LGBTQIA+

SUMÁRIO

Apresentação resumida do projeto	4
Relevância e pertinência	4
Descrição das ações/atividades	7
Perfil de público-alvo	7
Expectativa da quantidade de público alcançado com o projeto	8
Previsão da cidade que receberá as ações do projeto	8
Plano de divulgação	8
Objetivos do Projeto	8
Objetivos do Plano de Comunicação	9
Etapas do plano de comunicação	11
Cronograma de execução - Anexo I	16
Cronograma do evento	18
Orçamento detalhado - Anexo II	19
Currículo do proponente	24
Detalhamento da proposta de contrapartida	24

Apresentação resumida do projeto

ABAPHAFEST é um festival dedicado ao cinema LGBTQIA+ realizado por diretorxs jovens e/ou estreantes. Ao longo de dois dias serão exibidos em 9 sessões mais de 20 filmes, entre longas e curtas-metragens, com convites para que os realizaxs participem de conversas diretas com o público e entre si. Serão realizadas ações formativas - masterclass e rodas de conversas do público com os realizaxs, e iniciativas de fomento ao diálogo e cooperação entre profissionais do setor audiovisual e da comunidade LGBTQIA+.

O festival pretende ampliar a visibilidade dessa cinematografia e possibilitar a promoção da interlocução com os jovens, através de um foco curatorial na produção de realizaxs em início de trajetória . Pretende também fomentar trocas de experiências entre profissionais do setor audiovisual e da comunidade LGBTQIA+ através da criação de espaços de diálogo entre os realizaxs dos filmes integrantes da programação, bem como por meio da inserção de profissionais de LGBTQIA+ nas equipes de trabalho do próprio festival, seja por meio de convite à profissionais já estabelecidos no setor, seja através da articulação de parcerias com instituições focadas na reinserção profissional de pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social.

Relevância e pertinência

O cinema de cunho LGBTQIA+, apesar de atravessar toda a história do cinema e dos seus gêneros, foi nomeado como tal em um passado recente. No início da década de 1990 surgiu uma linguagem cinematográfica que apontava abertamente para as subjetividades ligadas às identidades sexuais e de gênero, por consequência direta dos efeitos da epidemia do HIV e do seu impacto na criação artística e na visibilidade dos movimentos pelos direitos LGBTQIA+.

Quase 30 anos depois, muitos dos desafios enfrentados para a produção e circulação da cinematografia LGBTQIA+ permanecem os mesmos. Ainda que existam fontes de financiamento específicas para o conteúdo de temática LGBTQIA+, na atualidade, o avanço de pautas políticas conservadoras representa

constante ameaça às políticas públicas de ações afirmativas voltadas a essa comunidade. Além disso, a circulação desses filmes ainda enfrenta dificuldades apesar dos inegáveis avanços das últimas décadas, com diversos exemplos de censura capitaneada por movimentos conservadores, seja por vias judiciais, seja pelo estrangulamento dos canais de financiamento e distribuição.

Não obstante, o Brasil é um dos países com maiores taxas de violência contra a população LGBTQIA+. Em 2021, houve pelo menos 316 mortes violentas de pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e pessoas intersexo, número que representa um aumento de mais de 33% em relação às estatísticas de 2020. Os dados constam do Dossiê de Mortes e Violências contra LGBTI+ no Brasil¹, produzido por meio do Observatório de Mortes e Violências contra LGBTI+ - resultado de uma parceria entre a Acontece Arte e Política LGBTI+, a Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra) e a Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos (ABGLT).

Os dados do dossiê apontam que 96 vítimas, cerca de um terço do total, tinham entre 20 a 29 anos. É possível ainda mencionar a violência contra a população trans e negra, mais suscetíveis à mortes violentas e contextos de vulnerabilidade social. Para além disso, são crescentes os números de suicídios entre pessoas LGBTQIA+, uma evidência dos danos causados pela LGBTIfobia estrutural na saúde mental das pessoas.

Diante desse cenário, o ABAPHAFEST entende como sendo fundamental a criação de iniciativas internas para a promoção do diálogo com a população em geral, mas especialmente o público jovem, através de um foco curatorial na produção de realizaxs jovens e/ou em início de carreira - acolhendo apenas filmes de diretorxs estreantes (primeiro e/ou segundo filme finalizado pelo realizador).

É importante salientar que não existe uma definição incontestada relativa ao grupo etário dos jovens. O conceito de juventude varia de acordo com a região, questões culturais e políticas. Para fins estatísticos as Nações Unidas definem a “juventude”

¹ Disponível em: <<https://observatoriomorteseviolenciaslgbtibrasil.org/dossie/mortes-lgbt-2021/>>. Acesso em: 6 de agosto de 2022.

pelo grupo etário composto por pessoas entre os 15 e os 24 anos. Contudo, algumas políticas da UNESCO voltadas para a população jovem atendem o grupo de 19 a 29 anos. No Brasil, o IBGE define a população jovem como o grupo de pessoas entre 15 e 24 anos e também como o grupo de 15 a 29 anos, a depender do recorte analisado. Para definição do público prioritário do festival - população jovem - o ABAPHAFEST utiliza os dados do Atlas das Juventudes², elaborado em conjunto com o Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, que compreende como jovens o grupo de 15 a 29 anos, divididos em 3 subgrupos - 15 a 19, 20 a 24 e 25 a 29 anos. Para o festival, o público prioritário engloba as duas últimas faixas, que vão de 20 a 29 anos.

Outro objetivo primordial do festival é a inserção de profissionais de grupos vulnerabilizados da população LGBTQIA+ em suas equipes de trabalho nas mais diversas funções, seja por meio de convite à profissionais já estabelecidos no setor, seja através da articulação de parcerias com instituições focadas na reinserção profissional de pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social.

Neste contexto, a criação de um espaço para projeção e reflexão acerca da cinematografia LGBTQIA+ pode ser considerada uma iniciativa de interesse social relevante, apontando para a consolidação de espaços de visibilidade para as manifestações culturais da comunidade LGBTQIA+. Ao articular o diálogo com a população jovem e promover iniciativas de inserção de grupos vulnerabilizados da população LGBTQIA+ em suas equipes de trabalho, o ABAPHAFEST pretende contribuir para a visibilidade e promoção da cinematografia LGBTQIA+ junto à sociedade, promovendo o aprofundamento do debate público e a construção de uma sociedade mais plural e equitativa.

² Disponível em: <https://atlasdasjuventudes.com.br/jovens-populacao-e-percepcoes/quem-sao-as-juventudes-do-brasil/>. Acesso em: 6 de agosto de 2022.

Descrição das ações/atividades

O Projeto Abaphafest tem o objetivo de realizar um festival de cinema presencial na cidade de São Paulo, em período de 2 dias, dedicado às obras de cunho LGBTQTIAP+ criadas exclusivamente por diretorxs jovens e/ou estreantes.

Na fase de pré-produção e produção serão realizados encontros com parceiros institucionais em diversas esferas, além de chamamento público para inscrições de filmes, visando compor a programação do evento.

Ao longo dos 2 dias de festival, realizados na Cinemateca Brasileira, são propostas as seguintes ações:

- evento de abertura - palestra;
- 9 sessões, com a exibição de mais de 20 filmes de diversos gêneros e durações (longas e curtas-metragens), sempre que possível sucedidas por bate-papo entre o público e os realizarxs presentes;
- rodas de conversa entre realizarxs e público;
- masterclass ministrada por profissional LGBTQIAP+;
- evento de encerramento - palestra;

Para a realização das atividades mencionadas acima conta-se com a vinda de ao menos 5 realizarxs de fora da cidade de São Paulo, com os custos previstos na planilha orçamentária.

São previstas ainda outras ações formativas, como oficinas e palestras, cuja realização está condicionada ao levantamento de financiamentos adicionais discriminados na planilha orçamentária em coluna específica.

Perfil de público-alvo

Comunidade em geral, com foco no público jovem LGBTQIA+, entre 18 e 29 anos, que seja realizador, produtor, estudantes em ensino formal - graduações em audiovisual e artes no geral, e não formal - cursos livres, interessados em produção

audiovisual nas mais diversas formas e pessoas que apreciem obras cinematográficas.

Expectativa da quantidade de público alcançado com o projeto

A expectativa de quantidade de público alcançado com o projeto leva em conta o público direto e indireto, à equipe e o alcance de redes sociais, como descrito abaixo:

- Sala BNDES/Cinemateca - Capacidade de 210 lugares (Máximo de 1.890 pessoas nas 9 sessões)
- Sessões dos filmes - 2 dias de apresentações presenciais - 9 sessões - Expectativa de 2/3 : 1.323 pessoas
- Evento de fechamento - 300 pessoas.
- 1 masterclass - 100 pessoas.
- Encontro de profissionais - 50 pessoas
- Equipe - 26 pessoas da equipe diretamente vinculada ao Festival e 250 indiretamente entre parcerias e contatos
- Redes sociais e site - cerca de 3.500 pessoas.

Total de público alcançado: 5.399 pessoas

Previsão da cidade que receberá as ações do projeto

O projeto será presencial e realizado na cidade de São Paulo.

Plano de divulgação

Objetivos do Projeto

Descrição:

O Projeto Abaphafest tem o objetivo de realizar um festival de cinema presencial na cidade de São Paulo dedicado às obras de cunho LGBTQIAP+ criadas

exclusivamente por diretorxs jovens e/ou estreantes. Serão dois dias de festival com exibições de mais de 20 filmes de diversos gêneros e durações, roda de conversa entre realizadorxs, profissionais e público e masterclass ministrada por um profissional da área sobre a temática.

Valores:

- Social: Criação de elos entre realizadorxs LGBTQIA+ iniciantes e profissionais do setor audiovisual, espaço de aprendizado e formação e divulgação de cinema do gênero.
- Societal: Formação e divulgação de novos produtores. Debate acerca da LGBTfobia, o preconceito e a violência contra a comunidade no âmbito social. Foco na produção e temáticas relativas às juventudes - grupo de 20 a 29 anos.
- Transcendental: Valorização do cinema nacional e do orgulho LGBTQIA+.
- Pessoal/institucional: Reforço do comprometimento com valores relativos à diversidade sexual e liberdade de expressão de gênero e sexualidade.

Objetivos do Plano de Comunicação

Objetivo Comunicação para financiamento:

O objetivo é desenvolver um projeto que seja contemplado no Edital PROAC CIDADANIA CULTURAL / PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO DE PROJETO CULTURAL / CULTURA LGBTQIA+) com um financiamento mínimo de R\$ 100.000,00, permitindo a realização do Festival Abaphafest cobrindo seus custos essenciais e levantar um financiamento adicional de R\$ 50.000,00 com parceiros institucionais e/ou outras fontes para cobrir custos não fundamentais para a realização do evento.

- Meta principal: Conseguir 65% por meio de edital do Proac
- Meta secundária: Conseguir 35% adicionais por meio de parcerias entre empresas de cinematografia e que apoiam o movimento LGBTQIA+.

Objetivo Comunicação de engajamento públicos internos e externos do projeto:

O objetivo de comunicação deste projeto é envolver e engajar instituições de acolhida e apoio à pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social, bem como órgãos da administração pública, empresas e grupos que apoiam o movimento LGBTQIA+, realizadorxs, produtores e profissionais do setor audiovisual

em geral que integrem e/ou apoiem o grupo de pessoas LGBTQIA+ e universidades e escolas de audiovisual com o público-alvo do projeto.

Metas:

- Contato com ao menos 4 instituições de acolhida e apoio à pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social (Casa 1 e Casa Chama, por exemplo), em diálogo com o público atendido - Reunião com ao menos 2 representantes de cada instituição e divulgação do evento para 30 pessoas atendidas.
- Parceria com instituições e órgãos públicos (como as Secretarias Municipal e Estadual de Saúde, Secretarias Municipal e Estadual de Direitos Humanos e o Programa Transcidadania). - 1 reunião com cada secretaria, atingindo ao menos 20 pessoas, com perspectiva de divulgação interna do festival para 30 pessoas.
- Contato com Consultoria especializada para atendimento e relação com pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social (Amalgamar). No mínimo 2 reuniões de planejamento, atingindo 10 pessoas.
- Reuniões com grupos de profissionais audiovisuais interessados no projeto, coletivos audiovisuais e artísticos voltados para a discussão de questões LGBTQIA+. Reuniões e/ou contato por mídias sociais - 30 pessoas atingidas.
- Visitas em 3 universidades e 1 escola com grupos de estudantes e professores das áreas do audiovisual interessados em participar do Festival como proponentes de filmes ou público. Reuniões e/ou contato por mídias sociais - 150 pessoas.

Objetivo Comunicação da Fruição

- Conseguir um público de cerca de 1.700 pessoas nos dois dias de festival.
- Engajar 3.000 nas redes sociais.
- Engajar 250 pessoas através de contato, visitas e reuniões online/presenciais com ONGs, empresas e universidades.

Etapas do plano de comunicação

Etapa 1 - Financiamento Complementar e Parcerias Institucionais

- 1.1 Identidade visual, conceito de comunicação e criação de website
 - Estratégia: Criação de identidade visual, plano de comunicação e primeiras peças de comunicação (produção gráfica)
 - Público: Parceiros, instituições, público do festival
 - Peça de comunicação: identidade visual do festival, conceito de comunicação e website
 - Valor do investimento: R\$ 12.500,00
 - Períodos de realização: 12 semanas
- 1.2 Firmar parcerias com empresas/instituições
 - Estratégia: Elaborar briefing do projeto voltado para prospecção de parceiros que estejam interessados em ter sua marca atrelada ao festival para captação de valor complementar (R\$ 55.000,00)
 - Público: Empresas de cinematografia e que apoiam o movimento LGBTQIA+
 - Peça de comunicação: Projeto de cota de patrocínio com possíveis contrapartidas - estandes, veiculação de marcas, informativos, propostas de peças online (redes sociais e site), propostas em vídeo, propaganda pré-exibição
 - Meios de comunicação: E-mails, ligações, visitas, campanhas nas redes sociais, networking com profissionais da área
 - Valor do investimento: R\$ 3.750,00
 - Períodos de realização: 14 semanas
- 1.3 Firmar parcerias com instituições, organizações não governamentais e órgãos públicos
 - Estratégia: Elaborar briefing do projeto voltado para parcerias institucionais voltadas ao atendimento da população LGBTQIA+
 - Público: Instituições de acolhida e apoio à pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade social, instituições e órgãos públicos com ações voltadas à comunidade LGBTQIA+, grupos de profissionais e coletivos centrados na discussão da presença LGBTQIA+ no mercado audiovisual

- Peça de comunicação: Informativos, propostas de peças online (redes sociais e site), propostas em vídeo
- Meios de comunicação: E-mails, ligações, visitas, campanhas nas redes sociais, networking com profissionais da área
- Valor do investimento: Já mencionado no item 1.2
- Períodos de realização: 20 semanas

Etapa 2 - Pré-Produção do Festival

- 2.1 Engajamento de público
 - Estratégia:
 - Campanhas de divulgação nas redes sociais do festival, divulgação da data de abertura das inscrições, chamamento de participantes e divulgação para público alvo interessado em cinema LGBTQIA+
 - Divulgação em meios de comunicação de parceiros de mercado e sites com temática LGBTQIA+
 - Campanha com 1 influencer LGBTQIA+ para engajamento de público.
 - Eventos em associações parceiras (ação de ativação - debate, conversas)
 - Trabalho de assessoria de imprensa especializada em cinema e audiovisual para início de relacionamento com canais de mídia tradicional (jornais, rádio, revistas e etc)
 - Público: Público em geral - foco na população jovem (20 a 29 anos)
 - Peças de Comunicação:
 - Posts e impulsionamento em redes sociais,
 - Em caso de captação do valor adicional (R\$ 55.000), também haverá divulgação por de cartazes espalhados pela cidade
 - Meios de Comunicação: Divulgação em grupos de profissionais do audiovisual, divulgação em sites específicos de cinematografia (Tela Viva, Revista de Cinema etc.)
 - Valor do investimento: R\$ 9.400,00
 - Período de realização: 20 semanas - Até o fim do festival + divulgação de resultados

- 2.2 Engajamento de equipe
 - Estratégia:
 - Sensibilização e diálogo com equipe contratada - Reuniões e momentos de reflexão sobre o trabalho a ser executado
 - Abertura de diálogo com a equipe, disponibilização de local de fala para que cada um compartilhe sua experiência com a causa LGBTQIA+ e abertura para sugestões à coordenação do festival
 - Meio de Comunicação: Reuniões presenciais
 - Público: Equipe realizadora do evento
 - Período de realização: 4 semanas
- 2.3 Abertura de Inscrições para seleção de filmes
 - Estratégia:
 - Abertura oficial para inscrições e envio de filmes
 - Divulgação da seleção para o festival
 - Meta: Recebimento de ao menos 100 inscrições de filmes para curadoria
 - Público: realizadores audiovisuais entre 20 a 29 anos que tenham obras já finalizadas de cunho LGBTQIA+ e que busquem espaço de exibição e aquisição de capital simbólico
 - Peças de Comunicação:
 - Posts e impulsionamento em redes sociais,
 - Em caso de captação do valor adicional (R\$ 55.000), também haverá divulgação por de cartazes espalhados pela cidade
 - Meios de Comunicação: Site, impulsionamento em redes sociais do festival e de parceiros, divulgação em grupos de profissionais do audiovisual, divulgação em sites especializados voltados para o mercado audiovisual, divulgação em universidades e centros de produção audiovisual, divulgação nas instituições de acolhida escolhidas para integrarem a equipe do projeto (redes sociais próprias) e visitas em escolas de cinema (Instituto Criar, .
 - Valor do investimento: Já mencionado no item 2.1
 - Período de realização: 4 semanas

Etapa 3 - Produção e Execução

- 3.1. Divulgação da programação do festival
 - Metas: Divulgar o festival para o público-alvo/espectadores utilizando ferramentas online (sites especializados e jornais) e redes sociais (instagram, tiktok, twitter - por meio de influencers e também de divulgação da própria página do festival nas redes) com posts patrocinados para maior engajamento do público.
 - Estratégia: Publicar peças gráficas e vídeos curtos nas redes sociais, além da divulgação via site oficial do festival e a inserção em jornais/sites de cultura, além de - caso haja captação adicional - cartazes, folders e lambes.
 - Público: Público em geral com interesse em filmes com temática LGBTQIA+
 - Peças de Comunicação: vídeos, peças gráficas para ambiente virtual e - caso haja financiamento adicional - cartaz, folder, lambe, banners e brindes (exemplo: bolsas, camisetas, adesivos).
 - Meio de comunicação: Redes sociais, sites de cultura/cinema/comunicação e website oficial do festival. Convite via e-mail para associações de cinema, escolas e universidades e instituições públicas e privadas que atendam a população LGBTQIA+.
 - Valor do investimento: R\$10.000,00
 - Período de realização: 4 semanas
- 3.2. Cobertura e registro do evento
 - Metas: Divulgar e registrar as atividades realizadas no festival, obter cobertura de imprensa e mídia por meio de textos, vídeos e fotos
 - Estratégia: assessoria de imprensa, publicação em mídias sociais e jornais especializados.
 - Público: Público em geral com interesse em filmes com temática LGBTQIA+
 - Peças de Comunicação: vídeos com os espectadores e diretorxs que apresentaram seus filmes trazendo um balanço do que acharam do festival, junto a imagens captadas durante o evento - trechos das palestras/oficinas/masterclass e também do espaço físico e interação do público no local - fotos do evento e matérias jornalísticas

- Meio de comunicação: Redes sociais e website do festival.
- Valor do investimento: R\$5.000,00
- Período de realização: 5 semanas

Cronograma de execução - Anexo I

Etapa/Atividade	Qtd. semanas	Mês 1				Mês 2				Mês 3				Mês 4				Mês 5				Mês 6				Mês 7									
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	Evento	4	4						
TOTAL DE SEMANAS	28	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
1. Financiamento complementar e Parcerias Institucionais	26	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Identidade visual e conceito de comunicação	12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																						
Desenvolvimento de website	10			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																						
Captação de recursos complementares	14							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x															
Apresentações para captação de parceiros institucionais	20							x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
2. Pré-Produção do Festival	20										x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Divulgação online e social media	20									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Contratações de equipe	4													x	x	x	x																		
Consultoria de acolhimento à profissionais LGBTQIA+	4													x	x	x	x																		
Consultoria jurídica	4													x	x	x	x																		
Consultoria contábil	4													x	x	x	x																		
Período de inscrições	4													x	x	x	x																		
3. Produção e Execução do Festival	13																x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Curadoria e seleção dos filmes	4																x	x	x	x															
Produção gráfica	10																				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Produção de cópias e produção de convidados/receptivo	8																				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Reserva de hotéis e compra de passagens	8																				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Divulgação da programação	4																																		
Teste de projeção e produção local	1																																		
1ª Dia de Festival	1 diária																																		

Etapa/Atividade	Qty. semanas	Mês 1				Mês 2				Mês 3				Mês 4				Mês 5				Mês 6				Mês 7							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	Evento	4	4				
TOTAL DE SEMANAS	28	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
2ª Dia de Festival	1 diária																														x		
4. Desprodução	3																														x	x	x
Desprodução	1																														x		
Consultoria contábil	2																															x	x
Prestação de contas	2																															x	x
Relatório final de execução	1																																x

Cronograma do evento

Horário	Dia 1	Dia 2
10h00	Abertura - Discurso/Palestra	Abertura - Discurso/Palestra
11h00	1ª Sessão - 4 filmes: 3 curtas e 1 média-metragem	6ª Sessão - 3 filmes: 2 curtas e 1 longa-metragem
13h00	2ª Sessão - 2 filmes: 1 curta e 1 longa-metragem	7ª Sessão - 2 filmes: 1 curta e 1 longa-metragem
14h30	Intervalo	Intervalo
15h	Roda de conversa entre realizadores e público	Masterclass ministrada por profissional LBTQIAP+
16h	Intervalo	
17h00	3ª Sessão - 2 filmes: 1 curta e 1 longa-metragem	8ª Sessão - 4 filmes: 3 curtas e 1 média-metragem
18h30	Intervalo	Intervalo
19h00	4ª Sessão - 2 filmes: 1 curta e 1 longa-metragem	9ª Sessão - 3 filmes: 2 curtas e 1 longa-metragem
21h	5ª Sessão Extra - 1 filme: 1 longa-metragem com temática +18	Evento de fechamento

Orçamento detalhado - Anexo II

Item	Descrição das etapas/fases	Quant.	Unidade	Quant. Unid.	Valor Unitário	Total da linha (ESSENCIAL)	Total da linha (PARCERIAS)	Duração
1. Financiamento Complementar e Parcerias Institucionais								
1.1 Equipe								
1.1.1	Coordenação Geral e Produção Executiva	1	cachê/mês	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00		3 meses
1.1.2	Coordenação de Comunicação e Mídias Digitais	1	cachê/mês	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00		3 meses
1.2 Comunicação								
1.2.1	Desenvolvimento e hospedagem de site por 1 ano	1	verba	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00		3 meses
1.2.2	Desing gráfico (identidade visual e material gráfico)	1	verba	1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00		3 meses
1.2.3	Gráfica (material de relacionamento com parceiros)	1	verba	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00		2 semanas
1.3 Custeio								
1.3.1	Aluguel de sala de produção (para reuniões - coworking)	1	verba/mensal	3	R\$ 500,00		R\$ 1.500,00	3 meses
1.3.2	Despesas com telefonia e internet	1	verba/mensal	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00		3 meses
1.3.3	Material de escritório, impressões e insumos	1	verba/mensal	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00		3 meses
1.3.4	Despesas com transporte (reuniões parceiros)	1	verba/mensal	3	R\$ 500,00	R\$ 1.500,00		3 meses
SUBTOTAL DESENVOLVIMENTO						R\$ 20.750,00	R\$ 1.500,00	
2. Pré-Produção								
2.1 Equipe								
2.1.1	Coordenação Geral e Produção Executiva	1	cachê/mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00		2 meses

Item	Descrição das etapas/fases	Quant.	Unidade	Quant. Unid.	Valor Unitário	Total da linha (ESSENCIAL)	Total da linha (PARCERIAS)	Duração
2.1.2	Coordenação de Comunicação e Mídias Digitais	1	cachê/mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00		2 meses
2.1.3	Assessoria jurídica	1	verba	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00		4 semanas
2.1.4	Assessoria contábil	1	verba	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00		4 semanas
2.1.5	Assessoria para acolhimento de profissionais LGBTQIA+	1	cachê	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00		4 semanas
2.2 Comunicação								
2.2.1	Assessoria de imprensa	1	cachê	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00		2 meses
2.2.2	Impulsionamento em redes sociais	1	verba	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00		2 meses
2.2.3	Gráfica (folder, cartaz e lambe)	1	verba	1	R\$ 3.000,00		R\$ 3.000,00	2 semanas
2.2.4	Posts - influenciador digital	1	verba/post	4	R\$ 500,00		R\$ 2.000,00	4 semanas
2.3 Custeio								
2.3.1	Aluguel de sala de produção (para reuniões - coworking)	1	verba/mensal	2	R\$ 500,00		R\$ 1.000,00	2 meses
2.3.2	Despesas com telefonia e internet	1	verba/mensal	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00		2 meses
2.3.3	Material de escritório, impressões e insumos	1	verba/mensal	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00		2 meses
2.3.4	Despesas com transporte (reuniões com parceiros)	1	verba/mensal	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00		2 meses
SUBTOTAL PRÉ-PRODUÇÃO						R\$ 23.500,00	R\$ 6.000,00	
3. Produção/Execução Desprodução								
3.1 Equipe								
3.1.1	Coordenação Geral e Produção Executiva	1	cachê/mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00		2 meses

Item	Descrição das etapas/fases	Quant.	Unidade	Quant. Unid.	Valor Unitário	Total da linha (ESSENCIAL)	Total da linha (PARCERIAS)	Duração
3.1.2	Coordenação de Comunicação e Mídias Digitais	1	cachê/mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00		2 meses
3.1.3	Coordenação de Produção	1	cachê/mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00		2 meses
3.1.4	Comissão de seleção / Curadoria	3	cachê	1	R\$ 2.500,00	R\$ 7.500,00		4 semanas
3.1.5	Produção de cópias / Produção e logística de convidados / Coordenação do receptivo	1	cachê/mês	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00		2 meses
3.1.6	Receptivo para convidados	2	cachê	1	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00		1 semana
3.1.7	Coordenação de Projeção	1	cachê	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00		1 semana
3.1.8	Monitores	4	diária	2	R\$ 250,00	R\$ 2.000,00		2 diárias
3.1.9	Oficineiros	2	hora/aula	8	R\$ 250,00		R\$ 4.000,00	2 diárias
3.1.10	Palestrantes	2	cachê	1	R\$ 1.000,00		R\$ 2.000,00	1 diária
3.1.11	DJ	2	cachê	1	R\$ 600,00		R\$ 1.200,00	1 diária
3.1.12	Masterclass	1	cachê	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00		1 diária
3.1.13	Júri	1	cachê	1	R\$ 1.000,00		R\$ 1.000,00	2 diárias
3.2 Comunicação								
3.2.1	Assessoria de imprensa	1	cachê	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00		2 meses
3.2.2	Impulsionamento em redes sociais	1	verba	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00		2 meses
3.2.3	Gráfica (folder, cartaz e lambe)	1	verba	1	R\$ 5.000,00		R\$ 5.000,00	2 semanas
3.2.4	Kit de relacionamento (bolsa, camiseta e brinde)	1	verba	100	R\$ 55,00		R\$ 5.500,00	2 semanas

Item	Descrição das etapas/fases	Quant.	Unidade	Quant. Unid.	Valor Unitário	Total da linha (ESSENCIAL)	Total da linha (PARCERIAS)	Duração
3.3 Convidados								
3.3.1	Passagens Aéreas nacionais	5	verba/passage m	1	R\$ 750,00	R\$ 3.750,00		N/A
3.3.2	Passagens Aéreas Internacionais	2	verba/passage m	1	R\$ 5.000,00		R\$ 10.000,00	N/A
3.3.3	Hospedagem	5	verba/diária	2	R\$ 285,00	R\$ 2.850,00		2 diárias
3.3.4	Hospedagem convidados internacionais	2	verba/diária	2	R\$ 285,00		R\$ 1.140,00	2 diárias
3.3.5	Transporte local (para convidados e equipe)	1	verba	1	R\$ 3.250,00	R\$ 3.250,00		2 diárias
3.3.6	Ajuda de custo / <i>per diem</i> convidados	5	per diem	2	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00		2 diárias
3.3.7	Ajuda de custo / <i>per diem</i> convidados internacionais	2	per diem	2	R\$ 100,00		R\$ 400,00	2 diárias
3.5.8	Tradução consecutiva (falas convidados internacionais)	1	verba	1	R\$ 2.000,00		R\$ 2.000,00	2 diárias
3.4 Acessibilidade								
3.4.1	Legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE) - 2 sessões	1	verba	1	R\$ 4.000,00		R\$ 4.000,00	2 semanas
3.4.2	Tradução LIBRAS para abertura, encerramento e masterclass	1	verba	1	R\$ 3.000,00		R\$ 3.000,00	2 diárias
3.5 Custeio								
3.5.1	Aluguel de sala de projeção	1	verba	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00		2 diárias+testes
3.5.2	Aluguel de sala de produção (para reuniões - coworking)	1	verba/mensal	2	R\$ 500,00		R\$ 1.000,00	2 meses
3.5.3	Despesas com telefonia e internet	1	verba/mensal	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00		2 meses

Item	Descrição das etapas/fases	Quant.	Unidade	Quant. Unid.	Valor Unitário	Total da linha (ESSENCIAL)	Total da linha (PARCERIAS)	Duração
3.5.4	Material de escritório, impressões e insumos	1	verba/mensal	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00		2 meses
3.5.5	Aluguel de equipamento de sonorização / Serviço de iluminação	1	verba	1	R\$ 2.500,00		R\$ 2.500,00	2 diárias
3.6 Premiação								
3.6.1	Prêmios em dinheiro e/ou serviços	1	verba	1	R\$ 5.000,00		R\$ 5.000,00	N/A
3.6.2	Prêmios / troféus	5	verba	1	R\$ 100,00		R\$ 500,00	N/A
SUBTOTAL PRODUÇÃO/EXECUÇÃO						R\$ 55.750,00	R\$ 48.240,00	
TOTAL						R\$ 100.000,00	R\$ 55.740,00	

Currículo do proponente

A Prato Fundo Produções é uma produtora de gestão cultural, com ênfase em projetos voltados ao cinema.

Como sócia-fundadora a produtora conta a Gestora Cultural, Produtora e Produtora Executiva Tayane Capelo, suas formações contam com os seguintes cursos e instituições: Técnico em Produção de Áudio e Vídeo pela ETEC Jornalista Roberto Marinho, graduação em Rádio, TV e Internet pela Universidade Metodista de São Paulo, Produção Executiva na Academia Internacional de Cinema de São Paulo e Pós-Graduação em Gestão de Projetos Culturais no CELAAC - USP.

Profissionalmente, tem as seguintes experiências: Pesquisadora na Cátedra Unesco de Comunicação (instalada na Universidade Metodista de São Paulo); na emissora TV+ABC atuou como Produtora, assim como na produtora Coala Filmes; foi Produtora e Produtora Executiva no Festival Afro e Indígena (2021), financiado pelo Proac Expresso LAB. Como freelancer, realiza registros de videoclipes junto à ANCINE para vinculação de obras para a empresa ForMusic e gerencia projetos esporádicos de audiovisual na mesma empresa. Por fim, atualmente desenvolve a função de Produtora Executiva na Gullane.

Detalhamento da proposta de contrapartida

O projeto irá promover duas ações de contrapartida voltadas para o fortalecimento de instituições que oferecem serviços e apoio a pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade. As contrapartidas são:

- Um dia de visita ao Festival, com exibição de filme, almoço e roda de conversa para duas casas e/ou instituições que acolhem pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade. As instituições escolhidas foram CASA 1 e grupo de pessoas do Programa Transcidadania da Secretaria de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo. O processo de contato e parceria está no plano de ação e comunicação. Será contratada consultoria para mediação e formação da equipe para receber estes grupos.

- Será criada uma página no site do festival ABAPHAFEST direcionando nosso público para lista de contato e forma de doar ou se voluntariar para casas ou instituições que acolhem pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade.

Sobre as instituições escolhidas:

O Projeto **Reinserção Social Transcidadania** tem como proposta fortalecer as atividades de colocação profissional, reintegração social e resgate da cidadania para pessoas trans (travestis, mulheres transexuais e homens trans) em situação de vulnerabilidade, atendidas pela Coordenação de Políticas para LGBTI .

A **Casa 1** é um centro de acolhida para pessoas LGBT+ e conta com três espaços na região central de São Paulo: uma residência para 20 jovens LGBT expulsos de casa, uma biblioteca comunitária pública e uma sala de atendimento para população em situação de rua com distribuição de roupas e produtos de higiene pessoal. Os outros dois espaços são o Galpão Casa 1 que funciona diariamente, das 10h às 22h com programações socioeducativas (aulas de inglês, espanhol, cursinho preparatório para o ENEM, lutas, costura, modelagem, canto, yoga e muito mais). E também a Clínica Social com atendimentos psicoterápicos gratuitos e de baixo custo. No total são atendidas pela Casa 1 aproximadamente 3.500 pessoas mensalmente.