

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

CAROLINE SILVEIRA

DIANA MODENA

LARA PAIM

MARINA MIONI

RODOLFO LIMA

ARTE, CIDADE E RESISTÊNCIA - FESTIVAL BAIXA AUGUSTA

SÃO PAULO

2022

Arte, Cidade e Resistência – Festival Baixa Augusta

Resumo

O projeto **Arte, Cidade e Resistência - Festival Baixa Augusta** consiste em um festival de múltiplas linguagens pensado para ser realizado na chamada “Baixa Augusta”, em um dia de atividades, visando a valorização do território, bem como sua história cultural, social, arquitetônica e urbanística, tendo em vista o processo de descaracterização em que a rua se encontra, atualmente.

O evento propõe uma programação pensada para discutir os processos de gentrificação atuantes na rua Augusta e suas conseqüentes reverberações nas dinâmicas sociais e espaciais da rua através da valorização de seu patrimônio cultural material e imaterial, utilizando a cultura e a memória como ferramentas de ativação de processos de resistência urbana.

A programação terá uma duração de 12 horas (das 10h às 22h), e as atividades acontecerão durante um domingo – dia de maior incidência de atividades de lazer. A escolha do domingo foi pensada de maneira a se articular com o fechamento para carros da Avenida Paulista, uma vez que esta política pública traz maior circulação de pessoas pela região.

Nessa primeira edição, o festival se desenvolverá ao longo da extensão da Rua Augusta chamada de “Baixa Augusta”, termo dado à extensão da Rua Augusta que percorre da Avenida Paulista até o seu fim, quando se transforma em Rua Martins Fontes, no Bairro Consolação.

Toda a programação será gratuita e contará com a parceria dos espaços participantes.

Justificativa

A rua Augusta é historicamente um espaço urbano que articula lazer, habitação e comércio de forma a promover importantes diálogos de diferentes identidades culturais da cidade de São Paulo, ganhando

destaque na mídia como ponto turístico e referência de moda, gastronomia, cinema, música e cultura urbana.

Ao longo dos anos, a rua passou por diferentes alterações em sua dinâmica em resposta aos processos de especulação imobiliária de cada período, processo característico das cidades brasileiras. Porém, atualmente a rua vem passando por um processo de descaracterização e gentrificação, onde as construções de casas, prédios de uso misto que articulavam habitação, serviços e comércios, cinemas, casas de shows, galerias e restaurantes, vêm sendo substituídas por condomínios de prédios residenciais murados com guaritas, comprometendo tanto a diversidade e quanto a permeabilidade da rua.

Esse processo altera as relações urbanas, uma vez que prioriza códigos de segurança e isolamento, transformando a rua em um local de uso predominantemente residencial de alto padrão, em detrimento dos espaços multifuncionais que fortalecem diálogos urbanos e estimulam relações de apropriação coletiva dos espaços públicos, ou seja, elimina a diversidade de pessoas e de expressões culturais.

A realização do **Arte, Cidade e Resistência – Festival Baixa Augusta**, durante um domingo, é de extrema importância para a população da cidade de São Paulo, e também de outras cidades, para que se apresente a problemática da gentrificação da rua Augusta, de interesse da especulação imobiliária.

O Festival visa a ativação de diálogos entre os espaços culturais presentes, como uma potente estratégia para aumentar a mobilização social e o enfrentamento dos processos de gentrificação. Nesse sentido, enxerga-se a cultura como ferramenta de ativação de processos reflexivos sobre as dinâmicas impostas pela gentrificação e sobre a importância da rua enquanto espaço de expressão de diversas identidades.

Ademais, cabe destacar a relevância dos impactos previstos por este projeto: atingir um público de 20 mil pessoas, estimular empregos temporários, garantindo que 50% sejam destinados para moradores da

região e seu entorno, e oferecer a programação inteiramente gratuita e com recursos de acessibilidade.

Objetivo Geral

- Realizar o festival **Arte, Cidade e Resistência – Festival Rua Augusta** em um dia de atividades, com atrações que ocupem a rua, o Parque Augusta e os espaços de uso coletivo que contribuem para a dinâmica cultural da região.

Objetivos Específicos

- Fortalecer as articulações entre os atores locais que tenham interesse em movimentar uma campanha contínua de resistência urbana.
- Promover 12 atrações de diferentes linguagens artísticas, sendo: intervenção urbana, circo, fotografia, gastronomia, projeção de teatro, moda, música e cinema.
- Oferecer todo o festival e suas contrapartidas de forma gratuita e com recursos de acessibilidade de conteúdo (intérprete de libras, quando for o caso).
- Atingir um público de 20 mil pessoas.
- Estimular empregos temporários aos moradores da região.

Expectativa de quantidade de público alcançado com o projeto

Considerando que o Parque Augusta em um final de semana “normal” recebe quase 10 mil visitantes, e que além do parque iremos englobar o público da própria rua, e o público alcançado com nossas ações de divulgação, estimamos que o festival consiga atingir 20.000 pessoas.

Ficha Técnica

- Coordenação geral: Rodolfo Lima e Marina Mioni

- Coordenação de produção: Caroline Silveira e Rodolfo Lima
- Curadoria: Diana Modena e Lara Paim
- Coordenadora de comunicação: Diana Modena, Lara Paim e Marina Mioni

Outras Informações

*É importante frisar que um projeto deste porte possui outros profissionais envolvidos não listados aqui, como: supervisores técnicos, assessoria de imprensa, mídias sociais, produtores de dia, produtores técnicos, técnicos, carregadores, montadores, profissionais da limpeza, entre outros.

* O festival contará com registro fotográfico e em vídeo.

Plano de Comunicação, de Divulgação e Comercialização

Descrição:

Realizar o festival Arte, Cidade e Resistência – Festival Rua Augusta em um dia de atividades gratuitas, com 12 atrações que ocuparão a rua, o Parque Augusta e os espaços privados que ainda resistem no território, visando valorizar este espaço público e seus estabelecimentos, bem como sua história cultural, social, arquitetônica e urbanística, tendo em vista o processo de descaracterização em que a rua se encontra, atualmente.

Valores Culturais:

- Social – criação de um espaço de socialização em um dia de atividades, com ações formativas e de entretenimento, destinada aos cidadãos de todas as faixas etárias da cidade de São Paulo;
- Societal – Promoção de atividades gratuitas à população, com ações formativas e de entretenimento; valorização dos artistas e estabelecimentos da Rua Augusta; fortalecimento da articulação entre esses estabelecimentos;
- Transcendental – Alimentar a discussão sobre a questão da descaracterização e gentrificação da Rua Augusta através de ações

de conscientização e valorização do território da Rua Augusta e de sua história cultural, social, arquitetônica e urbanística;

- Pessoal/institucional - adquirir experiência enquanto profissionais da área da Produção Cultural.

1) **Análise Interna e Externa**

1.1 **Análise Interna**

- Profissionais necessários - Designer para desenvolvimento de identidade visual e materiais gráficos, comunicadores para desenvolvimento de planejamento e execução dos posts nas redes sociais, equipe audiovisual para captação e edição de vídeos e fotografias do projeto, comunicador local para articulação dos atores locais e divulgação gráfica física através de panfletos e cartazes.
- Quais recursos já existem - Designer (marca, identidade visual e material gráfico) - R\$ 5.000,00
- Quais recursos vou precisar - Gestor de redes sociais, gráfica, comunicador local, assessoria de imprensa, página no instagram - R\$ 17.070,00

1.2. **Objetivo do Plano de Comunicação**

Meta da Etapa 1 - (4 meses antes do Festival) - Comunicação para engajamento e financiamento: criar as redes sociais para divulgação virtual do projeto; obter seguidores nas redes sociais; engajamento nas redes sociais; chamar a atenção para o festival e para o tema da gentrificação. Obter uma apresentação do projeto para buscar recursos complementares.

Meta da Etapa 2 - (início 3 meses antes do Festival) - Comunicação para articulação local e divulgação das linguagens adotadas pelo festival

Articulação local através de duas ferramentas:

1. mapeamento de atores locais e produtores culturais locais.

2. Oficina de derivas urbanas com coletivo Dodecafônico - estratégia pensada para articulação local dos principais atores de acordo com o objetivo de ativação de um processo continuado de resistência aos processos constantes de gentrificação.

3. Curadoria coletiva da exposição de fotografias sobre a rua.

Meta da Etapa 3 - (2 meses antes do Festival) Comunicação para engajamento - aumentar o engajamento nas redes sociais; aumentar o número de seguidores nas redes sociais; divulgar o festival; promover lives e entrevistas com profissionais sobre o tema da gentrificação.

Meta da Etapa 4 - (1 mês antes do Festival) Comunicação para engajamento e divulgação - Aumento do engajamento nas redes sociais; aumentar os seguidores nas redes sociais; apresentar a programação do festival; promover lives e entrevistas com artistas convidados para a programação, impressão de material gráfico para a divulgação do evento; distribuição e colagem desse material

Objetivo da Etapa 5 - (Durante o Festival) - Compartilhamento ao vivo das atividades realizadas através das redes sociais - stories e feed.

Objetivo da Etapa 6 - (Após Festival) - Compartilhamento de entrevistas com os artistas e moradores da rua Augusta, divulgação dos impactos sociais do evento e das ferramentas de resistência cultural compartilhadas em todo o processo.

1.3 Públicos

Persona (branding) - Como eu vou me apresentar – identidade visual, tipos e discursos, referências

- Marca – Institucional - Festival Arte e Resistência da Baixa Augusta.
- Posicionamento - Festival de Arte que promove uma discussão acerca do tema da gentrificação e procura ativar processos de

articulação local capazes de construir coletivamente estratégias de resistência urbana.

- Referências estéticas - Movimentos da Contracultura que trazem a arte e o cotidiano como ferramentas de resistência - Hélio Oiticica, Lygia Clark, Augusto Boal, Lygia Pape.
- Identidade visual marca: referências tanto a cultura pop dos anos 80 como a cultura pop dos anos 2000, trabalhar referências estéticas do patrimônio arquitetônico e do desenho da rua.

Persona (audiência) – quem vai consumir e se engajar com o conteúdo do projeto

Público Apoiador: comerciantes e artistas que ocupam a rua Augusta e estão ameaçados com o processo de gentrificação, designers, publicitários e editores de vídeo; gráficas, palestrantes e especialistas no tema, comunicadores locais, locutor de rádio.

Público Financiador: pessoas físicas e jurídicas que tenham interesse em que o evento ocorra, tais como: moradores da região, pessoas engajadas na cultura, pessoas interessadas na temática e nos eventos, jovens, empresários que atuam na região.

Público Final: moradores e comerciantes da região do Baixo Augusta e regiões adjacentes; adultos e jovens que fazem parte dessa memória afetiva e coletiva que percorre os anos 80, 90 e 2000, jovens e estudantes, universitários, acadêmicos e profissionais de áreas que interseccionam de alguma forma a temática, como arquitetura e urbanismo, gestão pública, sociologia, artes, cinema, jornalismo, geografia, ciências políticas, pessoas e coletivos envolvidos em movimentos sociais de resistência urbana como MTST, Fundo Fica, A Cidade Precisa de Você.

1.4.Narrativas - campanhas, temas, palavras chaves, metas

- **Campanha da Etapa 1 - Ativação das redes sociais**

Tema: Baixa Augusta: memória, pertencimento e resistência.

Palavras chave: Festival, Show, Teatro, Música, Circo, Artes, Gentrificação, Rua Augusta, Baixa Augusta, Resistência Cultural

- Meta 1 – Atrair interesse de apoiadores financeiros da sociedade civil por meio de campanhas de financiamento coletivo
- Meta 2 – Aumentar em 100% o público de seguidores.
- Meta 3 – Instigar o público a interagir com a proposta da página.
- Meta 4 – Mapeamento dos atores locais - chamamento público de pessoas locais interessadas e contribuir com o projeto.

Duração: quatro semanas, uma estratégia por semana

Propostas de conteúdos:

Posts semana 1: Baixa Augusta: memória, pertencimento e resistência.

Posts semana 2: Trocas de memórias - conta pra gente qual sua lembrança mais simbólica na rua Augusta.

Posts semana 3: Chamada Pública: convidamos artistas, comerciantes, moradores e todos atores locais que tenham interesse em participar de um projeto cultural sobre a rua Augusta.

Posts semana 4: Apresentação da equipe e do propósito do projeto.

- **Campanha da Etapa 2 - Lançamento do Festival e conversas com especialistas**

Tema – Festival Arte e Resistência e a gentrificação da rua Augusta

Palavras chave – Festival, Show, Teatro, Música, Circo, Artes, Gentrificação, Rua Augusta, Baixa Augusta, Resistência Cultural.

Meta 1 – aumentar em 150% o número de seguidores em todas as redes sociais.

Meta 2 - gerar engajamento com entrevistas e lives que abordam mais a fundo a temática da gentrificação.

Meta 3 - Apresentação do Festival.

Meta 4 - Articulação com atores mapeados - chamamento para oficina de derivas urbanas.

Duração: 4 semanas

A primeira semana será voltada para divulgação da oficina de derivas urbanas com o coletivo Dodecafônico. Nas sete semanas seguintes haverá uma combinação entre um post para apresentação de uma das linguagens que compõem a programação, um post abrindo questionamentos sobre a temática, convidando o público a interagir e um post convidando para a live com tema e convidados relacionados ao tema

Semana 1: Apresentação da proposta de “derivas memográficas” com coletivo Dodecafônico e chamamento dos atores locais para participarem desse momento

Semana 2: Divulgação dos atores locais e o resultado de suas derivas e respectivos registros fotográficos

Semana 3: Divulgação dos atores locais e o resultado de suas derivas e respectivos registros fotográficos

Semana 4: Chamamento para o processo de curadoria da exposição no Parque Augusta e Live com os atores locais apontando os principais processos vivenciados por eles na rua Augusta nos últimos dois anos

- **Campanha da Etapa 3 - Aquecimento do Festival e conversas com especialistas**

Tema – Festival Arte e Resistência e a gentrificação da rua Augusta

Palavras chave – Festival, Show, Teatro, Música, Circo, Artes, Gentrificação, Rua Augusta, Baixo Augusta.

Meta 1– aumentar em 150% o número de seguidores em todas as redes sociais.

Meta 2 - gerar engajamento com as entrevistas e lives e expectativa para o festival.

Meta 3 - Alimentar os diálogos entre a programação pensada, as linguagens escolhidas e as relações de memória, patrimônio e resistência dos espaços contemplados.

Duração: 6 semanas

Semana 1: Linguagem Gastronomia - posts de resgates históricos sobre os espaços de gastronomia da rua Augusta.

Semana 2: Linguagem Cinema - posts de resgates históricos sobre os cinemas de rua e sua importância nos processos culturais da rua Augusta.

Semana 3: Linguagem Teatro - posts sobre a importância da cena teatral na Augusta, e suas reverberações para a cidade e também para o Brasil.

Semana 4: Linguagem Patrimônio - posts sobre o Parque Augusta e os movimentos sociais que contribuíram para a conquista desse importante espaço público.

Semana 5: Circo - A importância dos artistas de rua enquanto promotores de cultura, lazer e cultura na cidade.

Semana 6: Apresentação da programação do Festival.

- **Campanha da Etapa 4** - Comunicação para engajamento e divulgação detalhada do evento

Meta 1: Gerar alto fluxo de visualização e compartilhamento sobre a programação do Festival.

Meta 2: Divulgar os artistas convidados e sua relação com a proposta curatorial.

Meta 3: Aumentar em 100% a visibilidade do projeto.

Duração: 4 semanas

- **Campanha da Etapa 5** - Compartilhamento em tempo real das atividades do Festival.

Meta 1: Gerar engajamento da comunidade e alcançar públicos que não poderão estar presentes.

Meta 2: Aumentar o fluxo de discussões sobre o tema de gentrificação.

Meta 3: Aumentar em 100% a visibilidade do projeto.

Duração: 1 dia

- **Campanha da Etapa 6** - Divulgação dos impactos instantâneos do evento, compartilhamento das percepções, vivências e perspectivas para a continuidade do movimento de articulação local.

Meta 1: Atrair novos atores sociais para a continuação do processo de articulação de estratégias de resistência urbana.

Meta 2: Transformar a página do evento em um espaço de divulgação dos processos de resistência e articulações locais.

Meta 3: Aumentar o fluxo de discussões sobre a temática e atrair novos olhares e perspectivas.

Duração: 4 semanas

Semana 1: Divulgação das entrevistas realizadas durante o evento com os atores locais (moradores, comerciantes, visitantes, artistas, prestadores de serviços).

Semana 2: TBT - um post por dia lembrando cada parte da programação.

Semana 3: TBT - um post por dia lembrando cada parte da programação.

Semana 4: Divulgação dos impactos do evento - qualitativos e quantitativos.

Plano de Mídia

Etapa 1 - Redes Sociais	Etapa 2 - Redes Sociais, Lives e Entrevistas	Etapa 3 - Aquecimento do Festival	Campanha da Etapa 4 - Comunicação para engajamento e divulgação detalhada do evento	Campanha da Etapa 5 - Compartilhamento em tempo real das atividades do Festival	Campanha da Etapa 6 - Divulgação dos impactos instantâneos do evento, compartilhamento das percepções, vivências e perspectivas para a continuidade do movimento de articulação local
Facebook	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram
Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter

Site	Site	Site	Site	Site	Site
	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
comuni- cação local - chama- mento público, carta- zes	comunica- ção local - derivas e reuniões presen- ciais	comunica- ção local- divulgação física nos estabeleci- mentos mapeados			
		Anúncio em Rádio			

1.5. Mapa de Conteúdos - Possibilidades de conteúdos

As possibilidades de conteúdos se encontram detalhadas dentro do item 1.4

1.6 Referências

- Virada Sustentável - <https://www.instagram.com/viradasustentavel/>
- Virada Cultural de São Paulo - <https://www.capital.sp.gov.br/turista/atracoes/eventos/virada-cultural>

Cronograma de Realização

O cronograma do projeto possui 5 meses de atividades, subdivididas em:

Pré Produção – 4 meses

- Pré-definição da data de realização do projeto
- Consulta de agenda das atrações pré definidas pela curadoria
- Agendamento do festival nos espaços
- Fechamento da data do festival

- Contratação da equipe de produção
- Contratação da pessoa responsável pelas mídias sociais e do designer gráfico
- Criação das redes sociais do evento e início das postagens
- Criação da campanha de financiamento coletivo para complementação de recursos
- Envio de contratos para espaços e artistas
- Solicitação de autorizações junto aos locais públicos, como o Parque Augusta
- Solicitação de liberação dos direitos autorais dos filmes exibidos no Cine Itaú
- Contratação da equipe de Assessoria de Imprensa
- Visitas técnicas
- Mapeamento de atores locais e produtores culturais locais
- Comunicação com o público local para selecionar os participantes das Derivas Memográficas
- Envio de releases e fotos para a Assessoria
- Criação da identidade visual do projeto
- Verificação de rider técnico dos artistas
- Contratação de equipamentos de som e luz
- Contratação dos serviços de intérprete de LIBRAS, fotógrafo e registro audiovisual
- Contato com ECAD para recolhimento das ações de cinema
- Realização da oficina Derivas Memográficas, com o grupo Dodecafônico
- Curadoria coletiva da exposição de fotografias sobre a rua
- Acertos finais com os artistas integrantes da programação
- Impressão das fotos da exposição
- impressão de material gráfico para a divulgação do evento
- Distribuição e colagem do material gráfico

Evento / Festival – 1 semana (preparação e realização)

- Treinamento dos produtores locais para o dia do evento.

- Ativação dos locais de realização, com a montagem técnica dos espaços.
- Realização do festival.
- Compartilhamento ao vivo das atividades realizadas através das redes sociais - stories e feed.
- Realização de ações de avaliação in loco.

Pós produção – 1 mês

- Desmobilização dos materiais e da estrutura do festival
- Devolução de itens locados
- Solicitação das notas fiscais
- Pagamentos
- Fechamento de conta
- Prestação de contas, caso haja
- Avaliação dos resultados
- Publicação dos resultados nas redes sociais do evento
- Compartilhamento de entrevistas

Abaixo enviamos um quadro com a diagramação das atividades no tempo:

Cronograma - Arte, Cidade e Resistência – Festival Baixa Augusta

Fase	Atividade	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês
Pré Produção	Pré-definição da data de realização do projeto					
	Consulta de agenda das atrações pré definidas pela curadoria					
	Agendamento do festival nos espaços					
	Fechamento da data do festival					
	Contratação da equipe de produção					
	Contratação da pessoa responsável pelas mídias sociais e do designer gráfico					
	Criação das redes sociais do evento e início das postagens					
	Criação da campanha de financiamento coletivo					
	Contato com os artistas para agendamento das lives					
	Envio de contratos para espaços e artistas					
	Solicitação de autorizações junto aos locais públicos, como o Parque Augusta					
	Solicitação de liberação dos direitos autorais dos filmes exibidos no Cine Itaú					
	Contratação da equipe de Assessoria de Imprensa					
	Mapeamento de atores locais e produtores culturais locais					
	Visitas técnicas					
	Comunicação com o público local para selecionar os participantes das Dervas Memográficas					
	Envio de releases e fotos para a Assessoria					
	Criação da identidade visual do projeto					
	Início das lives					
	Verificação de rider técnico dos artistas					
	Contratação de equipamentos de som e luz					
	Contato com ECAD para recolhimento das ações de cinema					
	Realização da oficina Dervas Memográficas, com o grupo Dodecafônico					
	Curadoria coletiva da exposição de fotografias sobre a rua					
	Acertos finais com os artistas integrantes da programação					
	Impressão das fotos da exposição					
Impressão de material gráfico para a divulgação do evento						
Distribuição e colagem do material gráfico						
Festival	Treinamento dos produtores locais para o dia do evento					
	Ativação dos locais de realização, com a montagem técnica dos espaços					
	Realização do festival					
	Compartilhamento ao vivo das atividades realizadas através das redes sociais - stories e feed.					
	Realização de ações de avaliação in loco					
	Realização de entrevistas com o público e artistas					
Pós produção	Desmobilização dos materiais e da estrutura do festival					
	Devolução de itens locados					
	Solicitação das notas fiscais					
	Pagamentos					
	Prestação de contas, caso haja					
	Fechamento de conta					
	Avaliação dos resultados					
	Publicação dos resultados nas redes sociais do evento					
Compartilhamento de entrevistas						

Programação

LOCAL	ATIVIDADE	LINGUAGEM	DESCRIÇÃO	DURAÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO	OBSERVAÇÕES
Parque Augusta	Ruas sem Wi Fi	Intervenção urbana	Atividade lúdica para crianças, que recupera as brincadeiras de rua (pular corda, pula saco, queimada e etc, e brinquedos como iô-iô, pião, entre outros)	2h	10h	12h	1) sem necessidade de retirada de ingresso 2) em caso de chuvas as atrações
	Grupo Namakaca	Circo	Espectáculo de circo cuja principal característica é a interatividade com o público, que é incluído de diferentes formas em todos os números.	1h	13h	14h	*Ruas sem wifi e Exposição "Ocupação Parque Augusta" serão canceladas. 3) em caso de tempo chuvoso, o espetáculo com o grupo Namakaca
	Exposição "Ocupação Parque Augusta"	Fotografia	Exposição de imagens feitas pelos articuladores locais durante a oficina de derivas urbanas realizada pelo coletivo Dodecafônico	8h	10h	18h	será transferido no mesmo horário para o Conjunto Nacional, com retirada de ingressos com 1 hora de antecedência.

	Roda de Conversa "Ocupação do Parque Augusta"	Patrimônio	Roda de conversa sobre coautoria de espaços públicos e narrativas sobre o processo de conquista do parque Augusta, com Laura Sobral + Gabriela Krantz.	1h30	14h30	16h	
Sorveteria Soroko Rua Augusta 305	Aulas de Gastronomia	Gastronomia	A ideia é que seja realizada uma atividade na cozinha, que aproxime o público das receitas do local, que existe no endereço desde 1994.	1h	17h	18h	Ingressos retirados 1 hora antes.
(extinto) Bar do Netão Rua Augusta 584	Festa com coletivo VOODOH OP + Desfile Daspu	Moda e Música	Apresentação de desfile de moda da marca Daspu embalado pelos antigos DJs do Bar do Netão.	1h	19h	20h	Sem necessidade de retirada de ingresso
(extinto) Teatro Augusta Rua Augusta 943	O que eu já vivi	Teatro, Projeção e Patrimônio	Projeção na fachada do teatro, de imagens de peças de teatro que estiveram em cartaz durante seu período de funcionamento.	1h	20h	21h	1)As imagens foram gentilmente cedidas pelos fotógrafos. 2)Sem necessidade de retirada de ingresso

<p>Espaço Itaú Cinema Rua Augusta 1475</p>	<p>Essa rua tão Augusta</p>	<p>Projeção Mapeada e Cinema</p>	<p>Exibição do filme "Essa rua tão Augusta" (1968) de Carlos Reichenbach</p>	<p>8 minutos</p>	<p>19h</p>	<p>20h</p>	<p>a projeção acontecerá em looping por o período de 1 hora</p>
<p>Espaço Itaú Cinema Rua Augusta 1475</p>	<p>Cinema</p>	<p>Cinema</p>	<p>Exibição do filme- "O Puritano da Rua Augusta", de Mazzaropi, em uma das salas do cinema.</p>	<p>2h</p>	<p>20h</p>	<p>22h</p>	<p>Ingressos retirados 1 hora antes.</p>
<p>Espaço Itaú Cinema Rua Augusta 1475</p>	<p>Cinema</p>	<p>Cinema</p>	<p>Exibição do documentário "Rua Augusta, 1029" de Mirrah lañez</p>	<p>11 minutos</p>	<p>21h</p>	<p>21h15</p>	<p>Ingressos retirados 1 hora antes.</p>
<p>Espaço Itaú Cinema Rua Augusta 1475</p>	<p>Cinema</p>	<p>Cinema</p>	<p>Exibição do documentário "Quando as Luzes das Marquises se Apagam - a História da Cinelândia Paulistana" de Renata Brandão</p>	<p>1h26</p>	<p>21h30</p>	<p>23h</p>	<p>Ingressos retirados 1 hora antes.</p>
<p>Espaço Itaú Cinema Rua Augusta 1475</p>	<p>Cinema</p>	<p>Cinema</p>	<p>Exibição do filme "Alguma Coisa Assim"(2017) de Mariana Bastas e Esmir Filho</p>	<p>1h20</p>	<p>21h40</p>	<p>23h</p>	<p>Ingressos retirados 1 hora antes.</p>

Orçamento e Fluxo de Desembolso

Arte, Cidade e Resistência – Festival Baixa Augusta						
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
1 PRÉ-PRODUÇÃO/EVENTO/PÓS - 4 meses						
1.1	Curadoria	1	Projeto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
1.2	Coordenação Geral	1	Mês	5	R\$ 5.000,00	R\$ 25.000,00
1.3	Coordenação Produção Artística	1	Mês	4	R\$ 4.000,00	R\$ 16.000,00
1.4	Produtores	1	Mês	2	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00
1.5	Supervisão técnica	1	Mês	2	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00
1.6	Derivas Memográficas, com o grupo Dodecafônico	1	Projeto	1	R\$3.000,00	R\$3.000,00
						R\$ 62.000,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
2 ATRAÇÕES PARQUE AUGUSTA						
2.1	Produtores de dia	3	Diária	1	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
2.2	Rider técnico som	1	Diária	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
2.3	Ruas sem wi-fi (Intervenção Urbana)	1	Projeto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
2.4	Namakaca (Circó)	1	Projeto	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
2.5	"Ocupação Parque Augusta" (Fotografia)	1	Projeto	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
2.6	"Ocupação Parque Augusta" (Roda de Conversa)	3	Diárias	1	R\$ 500,00	R\$ 1.500,00
2.7	Intérprete de LIBRAS - Namakaca e Roda de conversa	2	Diárias	1	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
SUBTOTAL						R\$ 34.100,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
3 AULAS DE GASTRONOMIA						
3.1	Soneteria Soroko (Gastronomia) - Espaço/Profissional/Materiais	1	Projeto	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
3.2	Intérprete de LIBRAS	2	Diária	1	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
3.3	Produtor local	1	Diária	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
SUBTOTAL						R\$ 5.200,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
4 VOODOHOP - A VOLTA DO INFERNINHO + DESFILE PERFORMANCE DASPU						
4.1	Produtores de dia	4	Diária	1	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
4.2	Rider técnico som - tipo 4 c/ kit DJ + Backline	1	Diária	1	R\$ 6.150,00	R\$ 6.150,00
4.3	Rider técnico luz - tipo 2	1	Diária	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
4.4	Roda de Conversa	3	Diária	1	R\$ 500,00	R\$ 1.500,00
4.5	Intérprete de LIBRAS para a roda de conversa	2	Diária	1	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
4.6	Voodoohop (Festa)	1	Projeto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
4.7	Gerador 200 KVA	1	Diária	1	R\$ 1.550,00	R\$ 1.550,00
4.8	Studio SP (Aluguel Espaço)	1	Diária	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
4.9	DASPU (Desfile)	1	Projeto	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
SUBTOTAL						R\$ 38.800,00

Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
5 TEATRO AUGUSTA						
5.1	"O que eu já vi" (Projeção Mapeada) - Aluguel projeto/concepção /direitos autorais/pesquisa/Gerador	1	cachê	1	R\$ 29.000,00	R\$ 29.000,00
5.2	Produtor de dia	1	cachê	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
SUBTOTAL						R\$ 29.600,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
6 ESPAÇO ITAÚ DE CINEMA						
6.1	Liberação de direitos autorais	1	verba	5	R\$ 2.500,00	R\$ 12.500,00
6.2	ECAD	1	verba	3	R\$ 400,00	R\$ 1.200,00
6.2	Produtor de dia	1	cachê	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
SUBTOTAL						R\$ 14.300,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
7 DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO						
7.1	Assessoria de imprensa	1	Projeto	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
7.2	Mídias Sociais	1	Projeto	2	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
7.3	Designer Gráfico	1	Projeto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
7.4	Comunicadores locais / divulgadores	5	cachê	1	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00
7.5	Impressão de cartazes / poster A3	100	unidades	1	R\$ 3,95	R\$ 395,00
7.6	Impressão de flyers A5	5000	unidades	1	R\$ 0,82	R\$ 4.075,00
7.5	Registro fotográfico do evento	2	Diária	1	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
7.5	Registro audiovisual do evento	1	Projeto	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
SUBTOTAL						R\$ 31.070,00
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Qntd. unidade	Valor Unitário	Total
8 SERVIÇOS						
8.1	Kit Lanches (tipo 5)	200	Projeto	1	R\$ 13,49	R\$ 2.698,00
8.2	Agente de Limpeza	10	Diária	1	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
8.3	Segurança	7	Diária	1	R\$ 300,00	R\$ 2.100,00
8.4	Bombeiro Civil	5	Diária	1	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
8.5	Água Mineral (caixa 48 copos)	15	Projeto	1	R\$ 29,99	R\$ 449,85
SUBTOTAL						R\$ 7.747,85
Item	Descrição	Quantidade	Unidade	Ocorrência	Valor Unitário	Total
9 ADMINISTRAÇÃO						
9.1	Assessoria Contábil	1	Projeto	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
9.2	Tarifa bancária	1	mês	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
SUBTOTAL						R\$ 3.500,00
TOTAL DO PROJETO						R\$ 226.317,85

Outras Informações: *Os recolhimentos de direitos autorais serão de responsabilidade de cada artista, previsto em contrato a ser firmado por ambas as partes. Em razão disso, não há previsão orçamentária para este item.s

Contrapartida do Projeto

Buscamos abranger as seguintes medidas de promoção do acesso aos bens culturais produzidos por este projeto:

- Acesso gratuito a todas as ações culturais realizadas durante o festival.
- Disponibilização de intérprete de Libras quando for aplicável às apresentações.

Ações de Avaliação

- Quantificar o número de ações culturais realizadas e público participante em cada.
- Quantificar o número de público total, tendo como estimativa 20 mil pessoas.
- Avaliar o aumento no fluxo de pessoas ocupando a rua através de medições quantitativas pré evento e pós evento
- Qualificar por meio de escutas ativas realizadas pela equipe através de entrevistas com os frequentadores da região, tanto na pré produção como na pós produção, de forma a avaliar quais impactos qualitativos do evento.
- Quantificar, por meio da coleta de dados, o número de empregos gerados, de modo direto e indireto.