

ANEXO III

PLANO DE TRABALHO		
1. DADOS DO PROJETO		
Nome do Projeto: 10ª EDIÇÃO DA VIRADA CULTURAL DE BELO HORIZONTE.		
Prazo de execução: (Em meses) 6 meses	- Valor para a execução da 10ª Virada Cultural de Belo Horizonte 2025 é de R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais); a depender da aprovação da Lei Orçamentária Anual 2025; OBS: Os recursos são oriundos do Tesouro Municipal.	
Objeto da Parceria: Realizar a 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em parceria com a Fundação Municipal de Cultura.		
2. DADOS CADASTRAIS		
Organização da Sociedade Civil: Instituto João Ayres		
CNPJ: 08.215.473/0001-18	Data de abertura do CNPJ: 09/08/2006	
Endereço: Av. Álvares Cabral, 1833 - 203		
Bairro: Santo Agostinho	Cidade: Belo Horizonte	CEP: 30.170-008
Telefone: (31) 4101-1523	E-mail: contato@institutojoaoayres.com	
Nome do representante legal: Airam Resende Boa Morte		
Responsável pela elaboração do Plano de Trabalho: Anderson Luís Miranda Costa		
Contato corporativo do responsável (e-mail e telefone): anderson@institutojoaoayres.com - (31) 99793-6258		
Período de Mandato da Diretoria: De 19/10/2024 a 19/10/2028.		
3. DESCRIÇÃO DA REALIDADE E JUSTIFICATIVA DO PROJETO		

A Virada Cultural de Belo Horizonte faz parte do calendário oficial de eventos da cidade e é realizada pela Prefeitura de Belo Horizonte, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e da Fundação Municipal de Cultura.

A Virada Cultural de Belo Horizonte convida a população a experimentar, descobrir e redescobrir ambientes, texturas e vivências no cenário urbano da capital mineira, reunindo uma programação extensa e diversa, com música, teatro, dança, artes plásticas, performance, gastronomia, moda, intervenções urbanas, literatura, lazer e outras experiências.

Além de proporcionar um contato mais próximo entre a população e a cidade, o evento fomenta discussões importantes para a vida urbana, tais como utilização do espaço público, acessibilidade e diversidade. As atrações contemplam artistas locais, nacionais e uma programação parceira que movimenta os espaços culturais do Município. Toda a programação é gratuita.

Os Festivais realizados pelo Poder Público são pautados por diretrizes ligadas aos seguintes pontos: a democratização do acesso à arte e à cultura; a elaboração de uma programação acessível e transversal; o estímulo à circulação e promoção das produções artísticas e culturais locais; a formação de novos públicos e plateias; a capacitação artística e técnica; o fomento ao mercado e à economia da cultura.

Permanentemente aliando qualidade e diversidade de linguagens, as ações dos festivais operam em diferentes campos, contemplando os eixos de difusão, formação, reflexão, intercâmbio e circulação. Devem, ademais, colaborar para a qualificação da produção cultural local, nas perspectivas artística e técnica, bem como para a inserção da cidade de Belo Horizonte no calendário de eventos nacionais.

Em 2023 o projeto chegou na 8ª edição, levando para as ruas do hipercentro da capital mineira mais de 300 mil pessoas, com milhares de colaboradores diretos e indiretos, demonstrando a importância e relevância do evento no calendário da cidade.

Durante a 9ª edição da Virada Cultural, em 2024, o hipercentro de Belo Horizonte foi palco de 231 atrações culturais durante mais de 24h, reunindo um público variado, de mais de 315 mil pessoas, de diversas faixas etárias ocupando as ruas e praças, celebrando a arte, a cultura e fomentando a economia da cidade. Com o tema “Belo Horizonte rima com VC”, o público foi convidado a viver a cidade e participar à sua maneira das atrações que envolveram música, cinema, teatro, exposições, intervenções, instalações e esportes urbanos espalhados entre cinco espaços: Praça Raul Soares, Praça Rui Barbosa, Parque Municipal Américo Renné Giannetti, Viaduto Santa Tereza e Praça Sete, além das atividades no Percorso entre eles e dos espaços das programações associadas e parceiras.

4. PÚBLICO ALVO

Em oito edições presenciais da Virada Cultural, soma-se a participação de mais de 15 mil artistas e profissionais da cultura, aproximadamente 3.000 atrações realizadas, alcançando um público de mais de 8 milhões de pessoas. A edição presencial mais recente, em 2024, contou com 24 horas de programação, com 231 atrações, alcançando um público de cerca de 315 mil pessoas, que passaram por palcos e demais espaços do evento, no hipercentro da capital.

A penúltima edição presencial da Virada Cultural, realizada em 2023, em ação conjunta da Secretaria Municipal de Cultura/Fundação Municipal de Cultura e a Belotur foi realizada pesquisa com o objetivo de traçar o perfil dos visitantes e moradores que participaram da Virada Cultural daquele ano, que estabeleceu os seguintes indicadores: Perfil dos Participantes: 95,4% dos participantes são de Belo Horizonte e Região Metropolitana; 52,5% são do gênero masculino e 45,4% se declararam do gênero feminino; Média de idade: 32,5 anos; 38% possui ensino superior completo; 32,4% dos participantes estavam acompanhados por familiares; 71,2% dos entrevistados utilizaram transporte público para chegar ao evento.

O público, assim como a Virada Cultural, é diverso e espontâneo.

A 9ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte - Virada Cultural BH 2024, realizada nos dias 24 e 25 de agosto, trouxe para o hipercentro de Belo Horizonte 231 atrações culturais durante mais de 24h, e reuniu um público variado, de mais de 315 mil pessoas de diversas faixas etárias. Com o tema “Belo Horizonte rima com VC”, o público foi convidado a viver a cidade e participar à sua maneira das atrações que envolveram música, cinema, teatro, exposições, intervenções, instalações e esportes urbanos espalhados entre cinco espaços: Praça Rui Barbosa, Parque Municipal Américo Renné Giannetti, Viaduto Santa Tereza, Praça Sete e Praça da Independência, além das atividades no Percorso entre eles e dos espaços das programações associadas e parceiras.

O público-alvo da Virada Cultural de Belo Horizonte inclui uma ampla diversidade de participantes, abrangendo todas as faixas etárias, condições socioeconômicas e grupos étnico-raciais. O evento é planejado de maneira inclusiva e acessível, garantindo infraestrutura e programação que contemple diferentes públicos, como:

- Pessoas idosas: Com áreas de descanso, acessibilidade para deslocamento e programação cultural voltada para essa faixa etária.
- Pessoas com deficiência: Implementação de medidas de acessibilidade, como intérpretes de Libras e outras medidas.
- População LGBTQIAPN+: Promoção de espaços seguros, representatividade na programação e campanhas contra a LGBTfobia.
- Público infantojuvenil: Atividades adaptadas para crianças e adolescentes, garantindo segurança e inclusão.
- Diversidade étnico-racial: Representatividade de artistas negros, indígenas e quilombolas, além da valorização da cultura afro-brasileira e indígena.
- Pessoas em situação de rua: Ações de inclusão, oportunidades de participação e campanhas solidárias.

O evento busca garantir que todas as pessoas, independentemente de sua condição social ou econômica, tenham acesso às atividades culturais, promovendo um espaço de integração e diversidade.

5. ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A Virada Cultural de Belo Horizonte propõe um circuito no hipercentro da capital mineira, abarcando pontos estratégicos da cidade, incluindo a Zona Cultural Praça da Estação e equipamentos culturais da Fundação Municipal de Cultura. A ideia é oferecer uma experiência diferenciada, com o ambiente urbano, criando novos olhares sobre o espaço urbano do hipercentro da capital. Locais emblemáticos como o Parque Municipal, a Praça Sete, a Praça Rui Barbosa, a Rua Guaicurus, são exemplos de logradouros públicos que receberam atrações em edições presenciais passadas da Virada Cultural. Cada um desses espaços tem uma abordagem diferente, inspirada na vocação cultural e histórica do local.

O uso de logradouros públicos não impede que outros espaços públicos e privados/equipamentos culturais do hipercentro sejam utilizados.

6. QUADRO DE METAS

Metas	RESULTADOS ESPERADOS	AÇÕES	Documentos para verificação	Período de execução
Uma das partes do objeto da parceria a ser realizado por meio de ações, para atingir um resultado esperado. Deve conter a quantidade que será atingida com sua execução.	O resultado esperado a partir da execução integral da meta, a finalidade que se busca com a realização das ações.	Tarefas concretas a serem realizadas para o atingimento da meta. Uma mesma meta pode exigir a realização de mais de uma ação.	O documento deve ser capaz de demonstrar que aquela ação foi devidamente executada. Ex. fotografias, lista de presença, planilha, banco de dados, certificados, etc.	Prazo de início e término previsto para a execução da ação. Descrito em meses (ex. mês 1 ao mês 6).
1 - Selecionar por meio de cadastro ou chamamento simplificado, no mínimo, 90 (noventa) propostas artísticas locais, preferencialmente, de Belo Horizonte, mas também da Região Metropolitana.	Seleção realizada.	. Compor comissão de seleção em conjunto com a FMC e Coordenação Artística. . Reunir e orientar a comissão quanto ao processo de seleção. . Divulgar inscrições. . Realizar avaliação e seleção das propostas artísticas. . Divulgar lista de selecionados.	Regulamento do cadastro ou similar, se houver; lista de propostas artísticas/ações selecionadas / resultado da seleção; termo de compromisso/contrato com artistas/ações selecionadas; fotos e vídeos durante o evento	Mês 1 a 3.
2 - Articular parcerias diversas para a concessão de patrocínio, apoios, serviços, programação complementar (associada e parceira) e, caso tenha tempo hábil, projetos nas Leis de Incentivo Estadual e Federal.	Demonstração da articulação realizada com parceiros para agregar recursos e/ou ações ao Festival	. Identificar/prospectar possíveis parceiros e aprová-los com a FMC. . Elaborar projeto/proposta/book de captação/apresentação do Festival. . Propor para FMC planos de reciprocidade para cada parceiro em potencial. . Contatar instituições, equipamentos, empresas patrocinadoras ou apoiadoras, etc. . Negociar/articular parcerias em conjunto com a FMC.	E-mails, propostas ou atas de reuniões de prospecção e negociações e/ou contratos, no caso de patrocínio/apoio efetivado.	Mês 1 a 3

3 - Elaborar e executar plano de comunicação, incluindo criação da identidade visual, com aprovação da ASCOM FMC/SMC e SUCOM.	Plano de Comunicação elaborado para divulgação e mobilização de público para o Festival.	. Definir empresa e estratégias em conjunto com a FMC. . Elaborar plano de comunicação em conjunto com a FMC. . Executar plano de comunicação aprovado.	Plano de comunicação final elaborado; relatório final de comunicação pós-evento contendo links de fotos, vídeos, peças gráficas produzidas (digital e impressa, se for o caso); textos / releases / conteúdos produzidos para imprensa; relatório de site e demais mídias; clipping com análise quantitativa, qualitativa com tabela de mensuração, de preferência, outros.	Mês 1 a 6.
4 - Selecionar, por meio da Coordenação Artística, composta por representantes da FMC/SMC e da OSC, aproximadamente 4 (quatro) atrações de médio e/ou largo impacto, com capacidade ampliada para mobilização de público.	Atrações contratadas e realizadas.	. Prospectar artistas/ações. . Definir/selecionar/negociar artistas/ações. . Elaborar planejamento de produção e montagem de palcos/estruturas para receber as atrações selecionadas.	Contratos assinados com artistas, prevendo autorização de uso da imagem pela OSC e PBH, durante e posteriormente ao Festival; hot site do evento; divulgação da grade de programação; clipping; fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Mês 2 a 4.
5 - Realizar/executar a programação completa composta por mínimo de 110 atrações das diversas linguagens artísticas, conforme diretrizes do Anexo 1.	Atrações contratadas e evento realizado.	. Prospectar artistas/ações, em comum acordo com a Coordenação Artística. . Reunir com parceiros para discutir propostas de programação associada e parceira. . Definir/selecionar/negociar artistas/ações, em conjunto com FMC/SMC. . Elaborar planejamento de produção e montagem de palcos/estruturas para receber as atrações selecionadas. Contratar artistas e ações definidas. . Executar as atrações selecionadas, durante o evento.	Lista de artistas/ações locais selecionadas / resultado da seleção local; contratos assinados com artistas, prevendo autorização de uso da imagem pela OSC e PBH, durante e posteriormente ao Festival; hot site do evento; divulgação da grade de programação; clipping; fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Mês 4.
6 - Realizar pesquisa de público.	Pesquisa realizada; análise de público feita.	. Prospectar fornecedores e orçamentos/parcerias. . Definir com a Coordenação o formato da pesquisa. . Aplicar pesquisa de público. . Preparar/organizar resultados da pesquisa para apresentação.	Relatórios e tabulações dos resultados da pesquisa.	Mês 4 a 6.

7. METODOLOGIA PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

META 01: Selecionar por meio de cadastro ou chamamento simplificado, no mínimo, 90 (noventa) propostas artísticas locais, preferencialmente, de Belo Horizonte, mas também da Região Metropolitana.

Abaixo detalhamos melhor como executaremos a meta para selecionar por meio de chamamento público, no mínimo, 90 artistas locais para compor a programação oficial da Virada Cultural, conforme exige o edital.

A comissão artística determinará os critérios de seleção do chamamento público, sendo importante ressaltar que o interesse do Instituto João Ayres é que o grupo selecionado seja diverso e apresenta equilíbrio entre os tipos de manifestações artísticas, tais como: Artes Cênicas, Artes Visuais, Audiovisual, Bem Estar e Saúde, Cultura Popular, Feiras, Gastronomia, Intervenções e Instalações Urbanas, Literatura, Moda e Design, Música, entre outros. A comissão de seleção receberá treinamento para o processo.

Para isso, a Coordenação Artística da Virada (composta por 6 membros, sendo 3 indicados pelo Instituto João Ayres e 3 representantes indicados pela Fundação Municipal de Cultura) selecionará uma comissão de seleção de 24 (vinte e quatro) pessoas, 12 (doze) membros da sociedade civil e 12 (doze) servidores públicos. Os membros da sociedade civil serão remunerados pela sua contribuição. Esse grupo será composto por pessoas com conhecimento técnico ou artístico, e vivência para avaliar os candidatos nas diversas áreas culturais que pretende-se incluir na Virada Cultural.

Metodologia proposta para Seleção de Programação Local (Atrações via chamamento Público)

- 1) Sugestão de critérios para Seleção - Inclui originalidade da proposta, representatividade e protagonismo sociocultural, excelência e relevância da proposta, adequação cultural e técnica ao evento e clareza na descrição do conteúdo.
- 2) Documentação a ser solicitada aos candidatos - Solicitar formulário de inscrição preenchido, portfólio ou amostra de trabalho, proposta detalhada do projeto, e documentação pessoal ou da entidade representativa.
- 3) Composição da Comissão Paritária de Seleção - A ser formado por 12 pessoas do poder público e 12 da sociedade civil.
- 4) Procedimentos da Comissão - Realizar reuniões regulares para avaliar as inscrições, garantindo um processo transparente e justo.
- 5) Metodologia de Avaliação - Adotar um sistema de pontuação baseado nos critérios estabelecidos em edições anteriores com revisões e discussões em grupo para as decisões finais.
- 6) Cronograma do Chamamento Público - Definir prazos claros para inscrição, avaliação, e anúncio dos selecionados, garantindo tempo adequado para todas as etapas.

Cronograma Sugerido Chamamento Público:

2ª Quinzena de maio	– Abertura das Inscrições;
1ª Quinzena de junho	– Distribuição das propostas a Comissão de Avaliação;
1ª Quinzena de junho	– Comissão de Análise – Análise artística;
2ª Quinzena de junho	– Coordenação Artística – análise técnica e de programação;
1ª Quinzena de julho	– Publicação dos selecionados.

Concomitantemente com a montagem e treinamento da comissão de seleção, haverá a divulgação das inscrições para o chamamento público. Elas serão feitas de forma simplificada, por um formulário online e sua divulgação se dará por meio de diversos canais, como redes sociais, sites especializados, e-mail, imprensa e parceiros. O edital será claro e objetivo, indicando as regras, requisitos e prazos para participação. Serão aceitas inscrições de formatos de apresentação na rua ou em palcos, devendo respeitar as especificidades técnicas estabelecidas no chamamento público. O formulário solicitará campos para identificação do proponente, síntese e qualificação da proposta, inserção de descritivos técnicos e outros documentos que possibilitem compreender o que se pretende realizar, como exemplo: nome, endereço, identidade, cpf, sinopse, proposta, mapa de montagem, clipping, valor sugerido para contratação.

Após o encerramento das inscrições, a comissão de seleção avaliará os conteúdos enviados via formulário, determinando uma pontuação para cada um deles conforme o treinamento realizado anteriormente. Finalizada a avaliação, os candidatos serão classificados em um ranking de maior para menor pontuação.

Para a escolha dos artistas, além da pontuação no ranking, será levado em consideração o equilíbrio entre os diferentes tipos de manifestações artísticas. O Instituto João Ayres entende que a Virada Cultural deve apresentar uma experiência multicultural, trazendo para o público uma oportunidade de se conectar com a cidade e suas diversas formas de expressão artística. Para a participação de servidores deverá ser realizado cadastro específico de propostas, com divulgação dirigida.

Após a finalização do processo de avaliação, será publicada uma lista oficial com as propostas artísticas selecionadas. Os artistas selecionados serão contactados e deverão assinar um termo de compromisso ou contrato, formalizando sua participação no evento e garantindo que todas as obrigações e direitos sejam devidamente estabelecidos, finalizando o objetivo dessa meta.

META 02: Articular parcerias diversas para a concessão de patrocínio, apoios, serviços, programação complementar (associada e parceira) e, caso tenha tempo hábil, projetos nas Leis de Incentivo Estadual e Federal.

As ações previstas para captação de recursos, patrocínio, apoios, possíveis receitas e do plano de articulação para composição da programação parceira e associada seguirão as estratégias relacionadas abaixo, visando demonstrar aos potenciais parceiros a importância, bem como os benefícios que o patrocinador terá e visibilidade que um evento desta magnitude possa evidenciar para a marca ou empresa patrocinadora.

1. Mapeamento de Oportunidades e Parceiros Potenciais:

Identificar as oportunidades disponíveis, como leis de incentivo fiscal, fundos culturais, empresas locais e nacionais, instituições governamentais, instituições de ensino e outras possíveis fontes de financiamento e apoio.

2. Identificação de Público-Alvo de Patrocinadores:

Definir o público-alvo de possíveis patrocinadores e parceiros, considerando empresas que tenham interesse em apoiar a cultura, as artes cênicas e que desejam promover sua marca.

3. Estratégia de Comunicação:

Desenvolver uma estratégia de comunicação eficaz para promover a 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em 2025 e destacar os benefícios da associação ao evento.

Criar apresentações personalizadas e materiais de divulgação para patrocinadores em potencial.

4. Criação do Book de Captação de Recursos:

Elaboração de um livro (documento) de captação de recursos que inclua informações sobre o festival, cotas de patrocínio, valores associados e as contrapartidas oferecidas.

5. Abordagem de Patrocinadores Potenciais:

Serão abordados patrocinadores potenciais por meio de reuniões, propostas personalizadas, telefonemas e e-mails. Explique como sua parceria será benéfica para eles e para o festival.

6. Negociação de Contratos:

Negociaremos contratos com patrocinadores e parceiros, especificando os termos e as contrapartidas acordadas.

7. Gerenciamento de Contratos e Prestação de Contas:

Executaremos os contratos de patrocínio e gerenciamos os acordos com parceiros.

Prestaremos contas dos valores captados nas respectivas instituições e entidades, cumprindo os termos da legislação.

8. Busca por Incentivos Fiscais:

Utilizaremos nosso Know How em captação via leis de incentivo fiscal, como a Lei Rouanet e a LEIC, para atrair patrocinadores interessados em obter benefícios fiscais.

9. Parcerias de Serviços e Produtos:

Procuraremos parcerias para obter serviços e produtos necessários ao evento, como locação de equipamentos, serviços de marketing, impressão de materiais, entre outros.

10. Permutas e Merchandising:

Contaremos com a possibilidade de permutas com empresas interessadas em trocar produtos ou serviços por visibilidade no evento bem como as oportunidades de merchandising, como a venda de espaços publicitários, naming rights e a promoção de produtos durante o festival.

11. Monitoramento e Avaliação:

Monitoramos o progresso da captação de recursos e avaliamos a eficácia das estratégias utilizadas. Estamos preparados para ajustar as estratégias conforme necessário.

12. Atualização de Contrapartidas:

Estaremos preparados para adaptar as contrapartidas oferecidas aos patrocinadores com base no feedback e nas necessidades deles.

Diante da metodologia acima, serão agendadas reuniões e convites aos parceiros da FMC e parceiros que já estiveram com o INSTITUTO JOÃO AYRES e que estejam alinhadas com as políticas públicas propostas compondo o plano de articulação de composição da programação parceira e associada seja efetivo.

Dispomos de projetos aprovados e já com captação nas Leis de Incentivo, que colocamos a disposição para execução conjunta e captação para a realização do objeto deste.

Lei Federal de Incentivo à Cultura: Pronac 247993 – Plano Plurianual de Atividades do Instituto João Ayres – Proponente: Instituto João Ayres – Valor: R\$ 3.051.193,50

Lei Estadual de Incentivo à Cultura: C.A 2024.3809.0129 - 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte - 2025 – Proponente: Instituto João Ayres – R\$ 750.000,00

O Instituto João Ayres, tem em seu histórico diversos projetos patrocinados por grandes empresas como AMBEV, VALE, CEMIG, TIM, BAMAQ, NEW HOLLAND, BANCO BMG, LÍDER AVIAÇÃO, BR PARTNERS e outros, e tem em sua maior expertise a captação de recursos privados e com benefícios fiscais a projetos culturais.

Como contrapartidas, além da exposição da logomarca em peças gráficas, podemos oferecer ativações em mobiliário urbano, naming right de palcos e espaços, colab em produtos especiais e campanhas.

Alguns tipos de ativação que sugerimos incluir são:

- Promoção de experiências de consumo e interação com o público;
- Distribuição de brindes e folhetos;
- Ativação em palcos e congêneres (banners laterais e saia de palco);
- Ativação em totens, banners, backdrops ou painéis informativos;
- Instalação de tendas, lounges e estações de ponto de encontro;
- Instalações e performances criativas;
- Ativação em guias impressos e virtuais, hotsite e materiais de divulgação do evento;
- Ativação em objetos pelo evento, como guarda-sóis, lixeiras, banheiros e uniformes.

META 03: Elaborar e executar plano de comunicação, incluindo criação da identidade visual, com aprovação da ASCOM FMC/SMC e SUCOM.

A estratégia de comunicação será alinhada e aprovada pela equipe de Comunicação Social da Secretaria Municipal de Cultura, Fundação Municipal de Cultura e da PBH, ASCOM, FMC/SMC e SUCOM.

O planejamento estratégico de comunicação será desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de comunicação com expertise em eventos culturais, incluindo a própria Virada Cultural, branding, marketing digital, mídia impressa e experiências imersivas. Após um briefing completo coletado junto aos órgãos responsáveis, será realizado um diagnóstico detalhado para definição dos melhores canais de divulgação, Key Visual, mensagem chave, estratégias de atuação e cronograma de ações.



O plano contemplará a estratégia macro de divulgação e difusão descentralizada da comunicação, a identidade visual da edição, assessoria de imprensa, cobertura audiovisual, gestão e monitoramento de redes sociais, criação de peças gráficas e hotsite, tráfego pago on-line, desenvolvimento de ações e collabs, além do relatório final de resultados de comunicação pós-evento.

Para o desenvolvimento do planejamento, serão considerados além do briefing inicial do projeto, o histórico das ações realizadas nas edições anteriores e também os novos formatos de interação on e off line.

A equipe estratégica e operacional da comunicação será composta por especialistas em marketing, analistas de redes digitais, diretores de arte e designers, jornalistas, redatores, revisores, profissionais de gestão de tráfego na Internet e marketing de guerrilha. O coordenador de comunicação da equipe do Instituto João Ayres será o ponto focal de contato entre as partes.

Todo o planejamento será realizado de forma integrada. A campanha, peças gráficas, estratégia de mídia e conteúdos digitais e releases serão previamente aprovadas pelos órgãos responsáveis. Este fluxo de validação deverá ser alinhado entre as partes, da maneira mais eficaz, para garantir qualidade e agilidade.

Segue abaixo, um levantamento prévio para o direcionamento do plano estratégico e também os principais canais de divulgação que serão utilizados.

A Introdução

Muito mais que um evento de entretenimento, a **Virada Cultural** de Belo Horizonte é um importante espaço para a promoção da **inclusão**, da **diversidade** e do **diálogo** entre diferentes grupos sociais.

A Virada conecta a **cidade** e a **cultura** de maneira singular, fortalecendo os laços comunitários.

Este ano é muito especial para a Virada Cultural. O evento chega a sua **10ª edição** em 2025 com um **legado histórico** que merece ser **celebrado!**

O plano de comunicação apresentado a seguir visa reverberar toda a **amplitude e potência** do evento, por meio de uma estratégia de divulgação integrada, colaborativa e múltipla para impactar diferentes grupos da população de Belo Horizonte.

O Conceito

A VIRADA CULTURAL CONECTA VOCÊ À CIDADE.

Um legado de inclusão, diversidade e valorização da arte.

Dando continuidade ao selo criado na 8ª edição em 2023, **VC|BH**, que evoluiu na 9ª edição, em 2024, numa construção semiótica de integração e de rima com Belo Horizonte, a 10ª Virada Cultural chega para tangibilizar este conceito em forma de efervescência criativa, arte, inclusão sociocultural e fruição cultural.

A **estratégia da comunicação** será **pautada no intuito de despertar o sentimento de pertencimento do belo-horizontino em relação ao evento e na reverberação descentralizada do conceito**, adaptando a abordagem, de acordo com os diferentes públicos.

Dar luz aos bastidores e **convidar a comunidade para construções coletivas de conteúdos e possibilidades** (sugestões de atrações, nomes dos palcos e dos espaços, percursos, dentre outros) vai gerar um ecossistema criativo, saudável e inovador de coletividade e conexão. **Para alcançar este formato de divulgação será fundamental envolver as lideranças comunitárias e os agentes das regionais da PBH para a integração e construção conjunta da comunicação personalizada.**

Estes líderes poderão ser embaixadores da Virada, com o intuito de concretizar a descentralização da divulgação e aumentar a capilaridade da informação sobre o evento.

Eixos temáticos

- Cultura como ferramenta de Inclusão Social

A Virada, ao celebrar a diversidade cultural e fomentar o cenário artístico da cidade, promove diversas ações de inclusão, tanto no mercado, quanto na possibilidade de acesso para toda a população a diferentes manifestações artísticas gratuitas.

Como parte de uma importante política pública, a Virada Cultural visa promover e impulsionar artistas locais e também reforçar o letramento cultural da comunidade.

Dentro deste eixo, o plano de comunicação contemplará estratégias de divulgação das atrações de forma individual, por meio de templates e material gráfico de apoio, potencializando o alcance dos artistas locais. A descentralização da comunicação se dará também por meio da diversidade das atrações, que poderão reverberar a Virada junto aos públicos específicos, assim como os embaixadores das regionais.

Além disso, um conteúdo educativo será desenvolvido para valorizar as diferentes frentes artísticas que se apresentarão no evento, aquecendo e atraindo a audiência para a 10ª Virada Cultural de Belo Horizonte.

- Conexão com os espaços públicos de BH

Assim como outros eventos de rua, a Virada Cultural reverbera a vocação de BH por iniciativas que recebem multidões para celebrar a arte e se divertir pela cidade, integrando diferentes setores do mercado, da sociedade e do poder público.

Parte do processo de valorização do patrimônio público demanda a compressão da sua história, representatividade e da sua importância para a cidade. Além disso, ter conhecimento sobre os processos de restauro e modernização são fundamentais para que a população exalte, respeite e ajude a cuidar destes espaços públicos.

A estratégia de comunicação da Virada Cultural 2025 também será pautada na divulgação e reverberação dos locais ocupados pelo evento, visando fortalecer a conexão com a população. A Praça da Estação, que passou por recente reforma, será uma das protagonistas dos conteúdos, contextualizando seu processo de renovação e seu simbolismo como parte de uma forte zona cultural de Belo Horizonte.

- Legado para a Cidade

A Virada chega à 10ª edição, com a missão de reforçar seu legado de inserção cultural, inclusão e fomento da diversidade junto à população.

A rede cultural que a Virada teceu, está completando uma década de muitas narrativas importantes para os cidadãos de Belo Horizonte.

A comunicação desta edição abordará uma linha do tempo, com principais atrações, locais ocupados, big numbers e convidará a população a contar histórias e experiências vividas ao longo dos anos, desde o primeiro evento.

Nomes relevantes do poder público e do meio artístico também serão convidados a dar depoimentos, ajudando a narrar a história da Virada na cidade.

As metas e os KPI's (Indicadores-Chave de Desempenho)

O plano de comunicação da 10ª edição da Virada de Belo Horizonte visa espelhar de forma vibrante e multifacetada, toda a sinergia entre a cidade e a cultura que o evento proporciona. Este planejamento tem também o objetivo de desenvolver uma estratégia de amplificação da Virada e da sua vocação cultural e social, tendo como principais metas:

1- Gerar awareness (atenção e conhecimento do público) sobre a Virada Cultural 2025 e sobre as ações desenvolvidas para o evento pela Prefeitura de Belo Horizonte, pela Secretaria Municipal de Cultura e pela Fundação Municipal de Cultura, para uma audiência local e nacional;

2- Reforçar o posicionamento e o legado da 10ª edição como uma importante iniciativa de política pública cultural;

3- Engajar os diferentes públicos, integrando toda a população de Belo Horizonte e Região Metropolitana de BH;

4- Divulgar de forma inclusiva e com alcance ampliado a programação da Virada, de modo que toda a comunidade se sinta convidada a participar do evento. Para esta meta será realizado um trabalho em conjunto com a Secretaria e a Fundação Municipal de Cultura, junto aos agentes regionais da cidade;

5- Gerar o sentimento de pertencimento da população em relação à Virada Cultural e aos espaços públicos de Belo Horizonte.

Para isso, o Plano de Comunicação considera caminhos de divulgação inovadores, criativos e acessíveis, alinhados com as diretrizes da Assessoria de Comunicação (ASCOM), da Superintendência de Comunicação (SUCOM), da Fundação Municipal de Cultura (FMC) e da Secretaria Municipal de Cultura (SMC), com intuito de gerar alcance territorial (dentro das regionais), local (BH e Grande BH) e nacional, contemplando os seguintes itens:

Estratégia macro de Divulgação, Conceito Central e Plano de Ações de Comunicação
Desdobramento do Conceito e criação da Identidade Visual da 10ª edição
Plano de mídia off-line e estratégia digital de divulgação, considerando a descentralização entre as regionais da cidade
Criação de peças gráficas de divulgação, sinalização do evento e criação do hot site
Gestão de redes sociais - Inbound Mkt (estratégias de marketing focada em atrair, converter e encantar clientes) e Divulgação geral on-line
Coordenação da Assessoria de Imprensa e Relações Públicas com influenciadores
Gestão de Tráfego Pago para amplificação da divulgação
Desenvolvimento de Ações e Collabs com setores da gestão pública, patrocinadores e sociedade civil
Cobertura audiovisual e fotográfica do evento para registro e monitoramento de dados simultâneos
Relatório Final de Resultados

KPI's

Algumas métricas e indicadores relevantes serão analisados para mensurar os resultados da comunicação na edição de 2025. Para isso, a metodologia sugerida é que esta mensuração seja verificada a partir das métricas e de números alcançados na 9ª edição da Virada Cultural em 2024:

- Impressão total no Instagram, Orgânico/ Tráfego Pago do perfil da Virada.
- Mídia espontânea.
- Alcance de pessoas no Instagram, Orgânico/Tráfego Pago.
- Pessoas impactadas na parceria com o Metrô.
- Alcance de pessoas no Facebook.
- E-mail marketings disparados e acessos no site da Virada.
- Ação com influenciadores com grande relevância, alcance e impressões.

O Planejamento Estratégico de Comunicação

A divulgação da Virada Cultural irá potencializar a comunicação digital e off-line em seus diversos formatos e possibilidades, **priorizando colaborações e diálogos entre perfis oficiais, de patrocinadores, artistas, influencers e imprensa.**

Premissas do planejamento:

- Diversidade, Sustentabilidade e Acessibilidade

O plano será desenvolvido sob pilares de diversidade, sustentabilidade, descentralização e acessibilidade na comunicação. Serão elaboradas ações específicas para tornar as informações acessíveis, com a produção de vídeos com intérpretes de Libras, narração descritiva, audiodescrição e outras, para garantir a ampliação do acesso à informação sobre a Virada Cultural. **A base do plano estratégico é descentralizar a comunicação para todas as regionais da cidade por meio de uma comunicação focada em cada público-alvo, considerando diferentes abordagens, que serão pensadas de acordo com a regional, perfil do público e veículo de mídia predominante.**

- Reverberação Digital e divulgações especiais dos eventos da Virada

Serão elaboradas estratégias exclusivas para a divulgação dos eventos que fazem parte da Virada, além das atrações principais, como por exemplo, o Viradão Gastronômico, Virada Social e Virada com ações sustentáveis.

- Integração com outros setores da gestão pública, principalmente municipais

Para 2025, uma das premissas será a maior integração com as outras secretarias municipais e seus respectivos canais de divulgação para a reverberação da comunicação da Virada em diferentes setores da sociedade. Além disso, haverá um direcionamento especial da comunicação para tratar as ações que perpassam as seguintes políticas públicas:

Direitos da Mulher

Direitos da criança e juventudes

Direitos LGBTQIAPN+

Direitos Pessoas com deficiência

Direitos da Pessoa Idosa

Promoção igualdade étnico-racial

Política para as pessoas em situação de rua

Os Meios de Divulgação

A divulgação da 10ª Virada Cultural será multiplataforma, integrada e colaborativa. A rede social Instagram, conforme resultado das duas últimas pesquisas, é a maior fonte de informação dos participantes do evento. Dessa forma, ela será a grande aposta da estratégia de comunicação para 2025. Além das mídias sociais, a divulgação será composta por diferentes mídias de suporte que integrarão o planejamento, de acordo com a descrição a seguir:

- Redes Sociais:

A rede social é o canal de comunicação mais aberto e acessível para a grande população. Deste modo, será um dos principais canais de divulgação para o evento.

Tendo como base o diagnóstico inicial e em um social listening (processo de acompanhar conversas sobre tópicos, palavras-chave, frases, marcas ou empresas específicas) será criado o plano estratégico para produção de conteúdo, focando na reverberação e interação com as publicações por parte da audiência digital.

- Criação e publicação de postagens com conteúdo exclusivo e nativo para o Instagram, visando engajamento junto ao público belo-horizontino.

- Por meio de um trabalho de social listening consistente, a interação será potencializada para reverberar os conteúdos relativos ao festival e sanar dúvidas dos usuários.

- Será realizado também um diagnóstico para levantamento das redes digitais de suporte, fora o Instagram, que são mais adequadas e efetivas para a divulgação do festival. Após a etapa inicial, será desenvolvido um plano estratégico de atuação nas diferentes redes mapeadas para produção de conteúdo nativo e direcionado, como TikTok, WhatsApp, Facebook, dentre outros.



Escopo básico da estruturação de conteúdo para redes sociais:

. Pré-evento:

- Criação de conteúdo com foco em divulgar a nova edição e trabalhar o posicionamento da Virada, além da divulgação do Chamamento Público.
- Definição e uso de # hashtags oficiais do evento.
- **Desenvolvimento de publicações com foco em iniciar conversas, em formato mini reels, com os embaixadores das regionais e representantes dos diferentes públicos que serão contemplados pelas atrações (jovens, mães com crianças, amantes de gastronomia, etc).**
- Enquetes e conteúdos interativos sobre que atrações o público mais gostou em 2024 e quais gostaria de ver na Virada em 2025, além do convite para compartilhar histórias de outras Viradas.
- Publicações com foco em agenda e atrações, além de conteúdos informativos com direcionamentos sobre deslocamentos, segurança, bem-estar, inclusão, respeito, entre outras dúvidas frequentes.
- Criação de conteúdo específico ou roteiro para divulgação para influencers do estado de Minas Gerais e também nacionais, bem como desenvolvimento de templates de postagens para artistas e parceiros.
- Contagem regressiva nos stories para aquecer para o início das atrações.

. No evento:

- Cobertura em tempo real das atrações, englobando registros fotográficos e mini vídeos. Esse monitoramento e cobertura será feito por uma equipe mista de fotógrafos, social media, videomakers e redatores.
- Repost dos melhores conteúdos gerados pela audiência.
- Pequenas lives de algumas atrações nas redes.
- Reforço dos conteúdos informativos, como agenda e dúvidas para o feed, em formato estático e carrossel.

. Pós-evento:

- Publicação de agradecimento ao público, parceiros, órgãos públicos envolvidos e patrocinadores.
- Wrap up do evento com resultados como número de atrações, número de pessoas presentes, etc.
- Retrospectiva das atrações e dados mais relevantes, aproveitando as imagens e vídeos gerados durante o evento.
- Publicação de short video com o compilado dos melhores momentos da Virada Cultural.

- Tráfego pago

O tráfego pago será direcionado para impactar toda a população de Belo Horizonte e região metropolitana com anúncios para as redes sociais, via Meta Business. O plano de mídia será criado em conjunto com os patrocinadores para potencializar a divulgação.

- Programação completa digital



Uma importante ferramenta de divulgação da Virada é o PDF digital da programação completa que fica disponível nas redes sociais e também circula em grupos e comunidades do WhatsApp.

- Hotsite - Portal da PBH

Será criada a arquitetura da informação e desenvolvido o conteúdo, copy, layout e imagens ilustrativas para o hotsite da 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em 2025. Este canal conterá toda a programação, notícias atualizadas, informações sobre atrações, acessos aos conteúdos e pontos de contato de interação com o público.

- Assessoria de imprensa

Será realizada uma estratégia integrada junto a assessoria de imprensa para divulgação local e também de reverberação do evento por todo o Brasil, divulgando a vocação cultural de Belo Horizonte, além das atrações da Virada Cultural. O legado construído ao longo das 9 edições será abordado nos releases, com intuito de reforçar a importância do evento para a cidade e para o país.

- Coletiva de Imprensa

Por se tratar de uma edição comemorativa, consideramos estratégico realizar uma coletiva de imprensa na PBH, com antecedência mínima de 21 dias do evento.

- RP (relações públicas)

Será realizado um levantamento de influencers e stakeholders (grupo de interesse) para divulgação digital e social do festival com o objetivo de ampliar o alcance e a difusão do evento. A integração junto a estes parceiros estratégicos será realizada pela coordenação da comunicação e assessoria de imprensa. A proposta incluirá parcerias com influenciadores digitais mineiros e de alcance nacional para amplificar a divulgação da Virada Cultural. Estes influenciadores participarão de ações exclusivas, como tours por locais estratégicos do evento e coberturas especiais nas redes sociais, garantindo alcance em diferentes segmentos de público.

Esse grupo contará com um reforço muito importante dos embaixadores regionais que são influenciadores sociais importantes em suas comunidades. Dentro do Aglomerado da Serra e outras comunidades periféricas, por exemplo, incluiremos as lideranças comunitárias no projeto da Virada, essas lideranças das periferias integrarão na construção de uma comunicação personalizada e manifestada por e para eles, sendo eles considerados embaixadores da Virada.

Na 9ª edição, foi realizado um mini tour com influenciadores por alguns estabelecimentos do Viradão Gastronômico que reverberou de forma positiva na divulgação do evento. A proposta para 2025 é ampliar essa ação, convidando personalidades diversas e realizando mais encontros.

Será considerada também, caso a verba de parcerias com os patrocínios permita, a contratação de influencers das 12 mesorregiões do estado de Minas Gerais e também de perfis estratégicos com alcance nacional.

- Comunicação off-line

- A divulgação também será feita por meio de mídias off-line, tais como abrigos de ônibus, metrô, backbus, cartazes, carros de som, jornais de bairro, rádios tradicionais e de comunidades e totens em pontos estratégicos buscando atrair público de regiões menos centralizadas. Todos os elementos presentes nos layouts das peças gráficas estarão em consonância com o conceito e reforçarão o propósito do festival. As ativações serão realizadas de acordo com a Lei Orgânica do Município.

- Firmaremos colaborações com rádios, portais de notícias e blogs culturais para maximizar a comunicação direcionada a públicos variados, desde jovens frequentadores de eventos culturais até famílias e comunidades locais. Para jovens, utilizaremos as rádios universitárias, e outros. Para moradores de bairros afastados os meios de comunicação serão os carros de som, jornal do bairro, rádios comunitárias; para regionais distantes escolhemos plotagem em pontos de ônibus

(OOH), veiculação em carros de aplicativo, etc.

- Desenvolvimento de estratégias de comunicação para informar a comunidade do entorno da Virada (moradores e comerciantes). O conteúdo, além de detalhar a programação, irá contemplar dados sobre a logística, impacto no trânsito, oportunidades de negócios para comerciantes e demais informações pertinentes.

- Criação e desenvolvimento de produtos exclusivos como copos, garrafas, camisas, sacolas, viseiras, dentre outros, por meio de parcerias para fortalecer a imagem do evento.

Observação:

Os materiais impressos de divulgação, assim como de sinalização, serão enviados posteriormente para reciclagem como ação de sustentabilidade.

- Ponto de Apoio para Informação

Conforme autorização da Regulação urbana, propomos a instalação de um totem na Praça 7 na semana anterior ao evento, com a presença de promotora servindo de ponto de informação sobre a 10ª edição da Virada Cultural. O formato já foi desenvolvido na edição anterior e a proposta é que a sua atuação evolua em 2025.

- QG da Comunicação

Será montado um QG (ponto fixo) para a equipe de comunicação em um ponto estratégico de modo a facilitar as entregas e possíveis demandas in loco em tempo real.

- Comunicação direcionada

Mobilização de população em situação de rua: Mobilizar a população em situação de rua através de uma comunicação sensível, com uma escuta qualificada e ativa durante o processo de ocupação do hipercentro - junto de coletivos atuantes do projetos de cuidados à população em situação de rua e do GTs de Redução de Danos.

- Gestão de Crises na Imprensa e nas Redes Sociais

Caso necessário, o plano de comunicação conta com um suporte de gestão de crises nas redes sociais e na imprensa. Este suporte envolve estratégias para lidar com situações negativas, como problemas de reputação, controvérsias ou emergências, que surgem nas plataformas digitais e na mídia tradicional. Isso inclui monitorar ativamente as redes, identificar crises, responder rapidamente com transparência, seguir um plano de comunicação de crise e aprender com a experiência para melhorar a preparação futura.

Cronograma das etapas das ações de Comunicação:

Para ser elaborado e executado, o plano de comunicação estratégico é composto por algumas etapas, descritas a seguir.

Etapa 1:

2ª quinzena de maio 2025 a 1ª quinzena de junho 2025

Briefing e Diagnóstico

Para dar início a elaboração da estratégia, um briefing completo será feito junto aos órgãos responsáveis. Com essas informações em mãos será realizado um diagnóstico detalhado para definição dos melhores canais de divulgação, key visual (identidade visual), mensagem chave, estratégias de atuação e cronograma de ações, tanto com foco na comunicação on-line como off-line.

Etapa 2:

1ª quinzena de junho 2025 a 2ª quinzena de junho 2025

Desenvolvimento do Chamamento público, Estratégia de divulgação, Conceito Macro e Plano de Ações

A segunda etapa contempla o desenvolvimento e confecção texto e regras do Chamamento Público e o desenvolvimento da estratégia de divulgação, no qual serão considerados como materiais para sua construção: briefing inicial do projeto, histórico das ações realizadas nas edições anteriores e novos formatos de comunicação on e off-line.

Junto a estratégia, será apresentado o macro conceito para a 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em 2025, tendo como base um estudo detalhado do histórico dos eventos anteriores, contexto imagético e semântico da população, além de tendências de comportamento e consumo culturais.

Etapa 3:

1ª quinzena de junho 2025

Lançamento do Chamamento Público para seleção de parte das atrações da Virada Cultural

Etapa 4:

2ª quinzena de junho até agosto 2025

Desdobramento do Conceito e Criação da Identidade e Sinalização

Após a aprovação da estratégia de divulgação, o conceito será desdobrado em ações e na criação da proposta de identidade visual. A partir daí, a sinalização de todo o evento será desenvolvida em sincronicidade com os locais das atrações e também com os espaços públicos que serão ocupados.

Etapa 5:

2ª quinzena de junho de 2025

Definição de cronograma de ações, parcerias estratégicas e plano de mídia

Nesta etapa, será estabelecido o cronograma estratégico detalhado de ações para que todos os envolvidos possam acompanhar o desdobramento e andamento do plano de comunicação. Também serão definidas as parcerias estratégicas e detalhado o plano de mídia exclusivo da Virada. O plano de mídia final dependerá da conclusão dos patrocínios.

Etapa 6:

2ª quinzena de junho a agosto de 2025

Gestão da presença digital / Resultado Chamamento público / Execução do plano de mídia

A partir de junho, ocorrerá a ativação das campanhas digitais nas diferentes plataformas, como Instagram, Facebook, Comunidades no WhatsApp, Portal da Virada, Campanhas de e-mail marketing, dentre outros. O plano de mídia off-line também será executado a partir de junho até a data do evento.

Etapa 7:

Agosto de 2025

Cobertura ao vivo evento

Equipe de videomakers, fotógrafos, e profissionais de social media in loco para cobertura em tempo real nas redes sociais.

Etapa 8:

Setembro de 2025

Produção dos vídeos pós-evento e relatórios

Para as diferentes frentes de atuação serão desenvolvidos relatórios específicos com objetivo de acompanhamento de métricas para a análise do impacto da estratégia de comunicação, com alcance, interação, feedbacks do público, dentre outros. O monitoramento será constante para ajustes necessários.

Será elaborado um relatório final de comunicação pós-evento contendo links de fotos, vídeos, peças gráficas produzidas (digitais e impressas, se aplicável), textos/releases/conteúdos produzidos para imprensa, relatório de site e mídias, além de um clipping com análise quantitativa e qualitativa.

A Equipe



Para o desenvolvimento e execução do plano de comunicação, uma equipe estratégica e operacional multidisciplinar será composta com especialistas em marketing, analistas de redes digitais, diretores de arte e designers, jornalistas, redatores, profissionais de TI, profissionais de tráfego pago, com expertise em eventos culturais, branding, marketing digital e de guerrilha, mídia impressa e experiências imersivas.

Alocaremos um profissional de arte final exclusivo para ajustes de peças gráficas da programação, para eventuais demandas de urgência.

O coordenador de comunicação da equipe do Instituto João Ayres será o ponto focal de contato entre as partes.

A equipe de comunicação contará com o seguinte escopo:

- 01 Coordenador Sênior
- 01 Atendimento e Social Media Sênior
- 01 Planner Sênior
- 01 Estrategista Sênior
- 01 Diretor de Arte e Designer Sênior
- 01 Designer Pleno
- 01 Arte-final Pleno
- 01 Redator Pleno
- 01 Revisor Pleno
- 01 Social Listening
- 01 Gestor de Tráfego pago

Além do escopo acima, a Virada Cultural contará com uma equipe de Assessoria de Imprensa, composta por um coordenador e no mínimo 02 jornalistas.

Gestão da Comunicação e aprovações

Campanha, peças gráficas, estratégia de mídia e conteúdos digitais e releases serão previamente aprovadas pelos órgãos responsáveis. Este fluxo de validação deverá ser alinhado entre as partes, da maneira mais eficaz, para garantir qualidade e agilidade.

A atuação da comunicação integrada será gerida por um coordenador dedicado que irá orquestrar todos os pontos da estratégia, garantindo unidade e pertinência de toda a divulgação. A interface entre ASCOM, SUCOM, FMC e SMC será feita via coordenador da comunicação.

A Conclusão

O Plano de Comunicação para a 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em 2025 terá uma abordagem 360° para garantir ampla visibilidade e descentralização da divulgação, de forma acessível e integrativa junto à comunidade da cidade.

Essas estratégias inovadoras permitirão atingir um público diverso, ampliando a presença de jovens engajados em redes sociais, famílias interessadas em atividades inclusivas e turistas atraídos pela singularidade cultural de Belo Horizonte. O plano é transformar a 10ª edição da Virada Cultural em um marco de conectividade e participação coletiva.

O objetivo é que toda a população se sinta convidada a vivenciar a cena cultural da capital mineira, de acordo com as seguintes diretrizes:

- Implementação de campanhas de engajamento criativas utilizando tecnologia com o intuito de garantir conteúdos acessíveis a todos.

- Criação de conteúdos alinhados ao conceito da 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte em 2025, com comunicação abrangente, democrática e inclusiva.
- Priorização dos canais de divulgação virtuais, para aumentar a visibilidade do evento, com suporte de ações presenciais que tangibilizam a experiência do Virada Cultural de Belo Horizonte e o awareness da marca.
- Criação do key visual (identidade visual) e o tom de voz com o objetivo de dialogar com toda a população de Belo Horizonte.
- A mídia digital será segmentada por critérios demográficos e perfis de interesse para potencializar o alcance do evento.
- Nos meios possíveis, a comunicação irá apresentar recursos de acessibilidade, assim como o projeto do evento.
- Promover a sustentabilidade através da reciclagem dos materiais impressos, e quando possível, reutilização de energia solar através de placas solares.

META 04: Selecionar, por meio da Coordenação Artística, composta por representantes da FMC/SMC e da OSC, aproximadamente 4 (quatro) atrações de médio e/ou largo impacto, com capacidade ampliada para mobilização de público.

A Coordenação Artística será responsável pela escolha das 4 (quatro) atrações com maior capacidade de mobilização de público. Essa coordenação é composta por 6 (seis) membros, sendo 3 (três) do Instituto João Ayres e 3 (três) indicados pela FMC. Os componentes devem possuir vasta experiência para ocupar tal posição, com comprovação de currículo a ser apresentado. Sugere-se que a Coordenação Artística contenha integrantes de diferentes expressões culturais, de forma a garantir a diversidade de perspectivas na construção do evento. Também é importante, do ponto de vista do Instituto, que essas atrações contemplem manifestações artísticas diversas.

O Instituto se propõe a auxiliar realizando prospecção de possíveis atrações e detalhando informações que sejam relevantes para os critérios de seleção escolhidos.

Após a prospecção, a Coordenação Artística definirá e selecionará as atrações, negociando os termos contratuais e logísticos com cada artista. A formalização das contratações será feita por meio de contratos assinados, prevendo cláusulas que garantam a autorização de uso da imagem dos artistas pela OSC e pela PBH durante e após o evento.

Paralelamente, será elaborado um planejamento detalhado para a produção e montagem das estruturas e palcos necessários para receber as atrações selecionadas. Esse planejamento incluirá requisitos técnicos, necessidades de montagem e logística do evento.

A divulgação das atrações será realizada por meio do hotsite oficial do evento, redes sociais e canais institucionais, garantindo ampla visibilidade. Será feita a documentação audiovisual do evento, incluindo fotos e vídeos das atrações em ação, além da coleta de registros para clipping e relatório final de impacto.

META 05: Realizar/executar a programação completa composta por mínimo de 125 atrações das diversas linguagens artísticas, conforme diretrizes do Anexo 1.

A seleção de conteúdo para a Virada Cultural tem como objetivo abranger as mais diversas formas de expressão cultural. Além de apresentações musicais, há espaço para performances de artes cênicas, artes visuais, audiovisual, atividades bem-estar e saúde, cultura popular, mostras e feiras, intervenções e instalações urbanas, literatura, moda, design, arte e tecnologia, jogos lúdicos, eletrônicos e recreativos, gastronomia, dentre outras.

A Virada Cultural tem como propósito incentivar e valorizar as iniciativas artísticas, proporcionando uma ampla gama de atividades e estimulando a formação de novos públicos. Para isso, muitas das apresentações não seguem o formato convencional de palco italiano e são realizadas em espaços inusitados. Como resultado, essas atividades requerem

infraestrutura específica e diferenciada daquelas normalmente utilizadas em grandes festivais do país.

Conforme descrito pelo edital de chamamento da Virada Cultural,

“A programação deverá ser composta por, no mínimo, 125 atrações sendo:

. 90 (noventa) atividades ou propostas artísticas locais, no mínimo, selecionadas por meio de cadastro ou chamamento simplificado, preferencialmente, de Belo Horizonte, mas também da Região Metropolitana.

. 4 (quatro) atrações de médio impacto, no mínimo, com capacidade ampliada para mobilização de público.

. 16 (dezesseis) atividades, no mínimo, para a composição das programações Associada e Parceira, por meio de articulações com instituições, equipamentos culturais/espacos, projetos culturais e artísticos diversos, artistas, escolas de arte e educação, dentre outros.”

. 15 Intervenções artísticas fora do palco.

Para o atingimento dessa meta, a metodologia de seleção para os 90 artistas selecionados por chamamento público, 16 atividades ou atrações parceiras ou associadas e no mínimo 4 atrações de médio porte estão descritas nas metas 1 (um) e 4 (quatro), respectivamente.

Os camarins serão abastecidos com uma mesa de fruta com Banana, Maçã, Mexerica, água e refrigerante, e contarão com a presença de 1 camareira em cada palco.

Programação Complementar - Associada e Parceira - 16 atividades ou atrações (conforme negociação com os parceiros):

A estratégia de articulação com programação parceira e associada será realizada por meio de mapeamento de instituições culturais, coletivos e festivais da região, complementada por convites direcionados. Reuniões estratégicas serão promovidas para alinhar cronogramas e responsabilidades, formalizando colaborações via termos de parceria. O objetivo é garantir diversidade, inclusão e ocupação de diferentes espaços urbanos. As propostas de programação parceira e associada, será discutida em conjunto com a Coordenação Artística, possuímos uma gama de projetos que conforme negociação, reuniões e convites aos parceiros, instituições, equipamentos culturais/espacos, projetos culturais e artísticos diversos, artistas, escolas de arte e educação poderão compor a programação e ampliar as ações já propostas, tais como Atividades para o público 50+, Circuito Gastronômico Zona Cultural Praça da Estação, Feira da Diversidade com artesanatos e produtos indígenas, quilombolas e LGBTQIA+, Ocupação de espaços da Fundação Municipal De Cultura, Zona Cultural Praça da Estação e Parques Municipais, Ocupação cultural do espaço público como projeção artística/mapeada na Praça Raul Soares, Edifício Sulacap e outros, Rua Lúdica, ocupação das ruas com atividades como o tradicional Rolimã e brinquedos infláveis, Passeio pet: organização de passeio pet e parada pet friendly, para hidratação e descanso: proposta de ocupação do mercado novo durante a Virada Cultural, Áreas de descanso: parceria para instalação de mobiliários no Parque Municipal e na Praça Rui Barbosa.

Para as 16 (dezesseis) atividades restantes, a 10ª Edição da Virada Cultural de Belo Horizonte propõe estabelecer parcerias com projetos, empresas, instituições e iniciativas em diversas linguagens artísticas e socioculturais já existentes na cidade, compondo a programação oficial e contribuindo para garantir a tradição do evento em oferecer uma programação extensa, diversa e plural.

A boa articulação com parceiros intersetoriais para a construção da Virada Cultural diversificada e ampla no crescimento do evento é essencial para uma programação completa e diversa, com intuito de atingir o maior número de público possível, a seguir descrevemos os parceiros intersetoriais que podem contribuir para o sucesso do evento. Serão realizadas reuniões para identificar programação e necessidades para o bom andamento das atividades.

O Instituto João Ayres selecionará uma pessoa da equipe para cuidar da programação artística/ações que será apresentada através de outros setores da prefeitura. Serão realizadas reuniões para identificar programação e necessidades para o bom andamento das atividades da Intersetoriais como exemplo abaixo:

SMEL - Secretaria Municipal de Esporte e Lazer

SMMA - Secretaria Municipal do Meio Ambiente

SMASAC - Secretaria Municipal Assistência Social. Segurança Alimentar e Cidadania

SMSA - Secretaria Municipal de Saúde



SMED - Secretaria Municipal de Educação
SMSM - Secretaria Municipal de Segurança e Prevenção
SLU - Superintendência de Limpeza Urbana
Secretaria de Governo
Entre outras.

Para a programação complementar, serão priorizados parceiros que já possuem projetos aprovados nas leis de incentivo (com recursos captados ou em processo de captação), coletivos artísticos com atuação consolidada na cidade, bem como institutos e empresas que desejam associar seu espaço ou sua marca ao evento.

A articulação será realizada pelo Instituto João Ayres, sempre em alinhamento com a Fundação Municipal de Cultura e os projetos parceiros, participantes da programação complementar da Virada Cultural, e poderão ser realizados durante o evento de forma reduzida ou fragmentada, a depender dos recursos necessários e das especificidades de cada proposta.

O Instituto João Ayres pretende também integrar a programação da Virada Cultural às atividades de espaços consagrados pelo público da cidade, como o Circuito Cultural Praça da Liberdade, o Centro Cultural UFMG, o Museu de Artes e Ofícios e a Feira de Artesanato da Afonso Pena.

Pretende, ainda, articular a parceria do evento com entidades públicas, como a Superintendência de Limpeza Urbana (SLU), por meio de campanhas de conscientização ou participação do Bloco da Limpeza, bem como a parceria com Secretarias para ações de cidadania.

As empresas envolvidas em ações de fomento à cultura e à economia criativa na cidade, como a Localiza, a Vivo, a Unimed-BH e o Banco Inter, serão também convidadas para parceria, seja para compor a grade de programação, seja para investimento financeiro direto ou indireto (por meio dos mecanismos de incentivo fiscal) nas atividades complementares que serão realizadas pelos demais parceiros do evento.

Para a contratação das 15 intervenções artísticas será considerada a diversidade artística.

A proposta é distribuir a programação de atrações pelo hipercentro da cidade, o Instituto João Ayres **sugere as localizações principais** abaixo para a programação da 10ª Edição da Virada Cultural de Belo Horizonte, bem como o **perfil artístico de acordo com o histórico de cada localização (a ser validado posteriormente em conjunto com a coordenação artística)**:

Nas localizações principais manteriam-se as atrações que melhor utilizam palcos fixos, por exemplo, e nos trajetos estariam alocadas atrações mais interativas e de apresentação de rua, que possam ser melhor aproveitadas em contato direto com o público ou em movimento.

1) Palco Gramado - Parque Municipal Américo Renné Giannetti

- Duração prevista: 19 horas
- Perfil Sugerido: Atrações ecléticas na música.
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 15 atrações ao longo de 19 horas

2) Palco Festas - Praça 7

- Duração: 24 horas
- Perfil sugerido : Palco Festas! com as principais festas da cidade.
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 15 atrações ao longo de 24 horas

3) Palco Cultura Popular - Praça 7:

- Duração prevista: 24 horas
- Perfil sugerido: Música, Slam.
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 15 atrações ao longo de 19 horas

4) Viaduto Santa Tereza e Aarão Reis:

- Duração: 24 horas
- Perfil Aarão Reis: Música, Cultura Urbana
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 18 atrações ao longo de 24 horas

5) Praça da Estação

- Duração prevista: 19 horas
- Perfil sugerido: Música, Jogos de Rua
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 15 atrações ao longo de 19 horas;

6) Praça Rio Branco (Condicionado a captação de recursos):

- Duração prevista: 19 horas
- Perfil sugerido: Música, performances
- Conteúdo sugerido: Aproximadamente 15 atrações ao longo de 19 horas;

Percurso entre palcos:

- Duração: 24 horas
- Perfil: intervenções; performances; apresentações artísticas de rua, projeções mapeadas nos edifícios Sulacap e em torno.
- Conteúdo: O objetivo do percurso é oferecer ações nos trajetos de circulação do público, entre os palcos e/ou pontos de programação, contribuindo também para a segurança no deslocamento dos espectadores.

Cine Parque: Mostra de Cinema ao ar livre no Parque Municipal, montado no mesmo local das edições anteriores.

Projetos Especiais Complementares:

1. Virada Social:

- **Street Store:** Loja de doações de roupas para pessoas em situação de rua, alinhada às políticas de assistência social do município, promovendo dignidade e inclusão.
- **Banho de Amor:** Higiene, corte de cabelo e refeições gratuitas, em consonância com os programas de acolhimento e cidadania da Prefeitura.
- **Sopa de Pedra:** Refeições preparadas por chefs renomados, conectando gastronomia e solidariedade, fortalecendo a política de segurança alimentar.

2. Viradão Gastronômico:

- O "Viradão Gastronômico" é uma parte significativa da Virada Cultural de Belo Horizonte, destacando a rica gastronomia do centro da cidade. Com a curadoria da jornalista gastronômica Lorena Martins, pretendemos reunir aproximadamente 34 estabelecimentos variados, como bares, restaurantes, barracas, padarias e lanchonetes. Localizados em pontos estratégicos do hipercentro, os estabelecimentos oferecerão refeições especiais a preços acessíveis, abrangendo todas as refeições do dia, do café da manhã ao jantar.

3. Viradinha Cultural:

- Programação infantil com oficinas, contos e shows, em parceria com instituições educativas.

4. Homenagens:

- **Retrospectiva: 10 Anos da Virada Cultural em Belo Horizonte:** Para celebrar uma década de história da Virada Cultural, propomos a criação de uma exposição fotográfica em lonas ao longo do percurso do evento (proposta inserida no custo de cenografia). Essa iniciativa visa homenagear as edições anteriores, destacando momentos marcantes e reforçando a conexão da população com a evolução cultural da cidade. A exposição contará com totens fotográficos instalados ao longo dos trajetos que conectam os palcos principais, exibindo imagens das edições anteriores. As fotos serão organizadas por temáticas como música, artes visuais, intervenções urbanas e participação popular, criando uma narrativa visual envolvente. Além disso, cada totem será equipado com QR codes que direcionam para uma galeria virtual, onde o público poderá acessar mais conteúdo, vídeos e depoimentos sobre a história da Virada Cultural. Para ampliar a visibilidade da retrospectiva, também serão realizadas projeções de imagens no telão de LED do evento, proporcionando uma experiência imersiva e celebrativa.

5. Virada com Sustentabilidade:

A Virada com Sustentabilidade representa o compromisso do evento com as pautas ESG (Ambiental,

Social e Governança), integrando práticas ecológicas e conscientização ambiental à programação cultural. Esta iniciativa busca inspirar a comunidade a adotar um estilo de vida mais sustentável, promovendo reflexão sobre questões ambientais no contexto urbano. As ações principais incluem a realização de rodas de conversa, oficinas e palestras sobre temas como reciclagem, redução de desperdícios e mobilidade urbana sustentável, bem como a implementação de infraestrutura verde com coleta seletiva de resíduos em todas as localizações do evento, em parceria o projeto **Recicla Belô da SLU** para a coleta e destinação correta e triagem do material. Será elaborado um inventário de CO2 gerado pelo evento, com medidas de compensação ambiental, como o plantio de árvores em parceria com a Secretaria de Meio Ambiente e o Greenpeace. A cenografia utilizará materiais reciclados e de upcycling, reforçando o compromisso com práticas sustentáveis. Além disso, será verificada a possível instalação de pontos de coleta para descarte de equipamentos eletrônicos, fomentando a responsabilidade coletiva.

6. **Ilhas de Hidratação gratuita para o público:**

As ilhas de hidratação com bebedouros nos palcos da Virada Cultural de Belo Horizonte são estruturas instaladas estrategicamente nos espaços do evento para garantir o acesso gratuito à água potável para o público, artistas e equipe técnica.

Objetivos e Benefícios:

1. **Acessibilidade e Bem-Estar:** Disponibilizar pontos de hidratação para evitar desidratação, especialmente em eventos de longa duração e em ambientes ao ar livre.
2. **Sustentabilidade:** Redução do uso de garrafas plásticas descartáveis, incentivando o uso de copos reutilizáveis e garrafas individuais.
3. **Distribuição Estratégica:** As ilhas serão posicionadas próximas aos palcos e áreas de grande circulação para atender eficientemente ao público.
4. **Segurança e Saúde:** Contribuem para o bem-estar dos participantes, reduzindo riscos de exaustão térmica e promovendo um evento mais seguro.

Funcionamento:

- As ilhas serão compostas por bebedouros conectados à rede de abastecimento público ou abastecidos por caminhões-pipa certificados.
- Haverá sinalização adequada para facilitar o acesso do público.
- Poderá ser disponibilizada uma equipe de apoio para manutenção e higienização dos equipamentos.

Essa iniciativa **reforça o compromisso da Virada Cultural de BH com o conforto, a saúde e a sustentabilidade do evento e atende a regulamentação vigente.**

Proposta Cenográfica: Retrospectiva dos Últimos 10 Anos

Para a 10ª edição da Virada Cultural de Belo Horizonte, a cenografia terá como tema central a celebração de uma década de história do evento. A proposta busca transformar os espaços em uma viagem visual e interativa pelo tempo, destacando a evolução cultural e as conquistas das edições anteriores. Inspirada na retrospectiva dos últimos 10 anos, a cenografia será integrada aos espaços urbanos, promovendo conexão entre o público e a memória do evento.

Elementos Cenográficos:

1. **Totens Fotográficos Interativos:** Totens serão instalados ao longo dos trajetos entre os palcos principais, exibindo imagens marcantes das edições anteriores. Cada totem contará com QR codes que direcionam para uma galeria virtual com conteúdos adicionais, como depoimentos, vídeos e curiosidades.
2. **Galeria de Luz e Projeções:** Os principais edifícios históricos e espaços públicos do trajeto receberão projeções mapeadas que narram a evolução da Virada Cultural, incluindo momentos icônicos, homenagens a artistas e destaques culturais.
3. **Cenografia Sustentável:** Todos os elementos cenográficos serão produzidos com materiais reciclados e reaproveitados, reforçando o compromisso do evento com a sustentabilidade. Estruturas de upcycling, como

- painéis decorativos feitos de banners antigos, serão utilizadas para criar ambientes imersivos e eco-friendly.
4. **Linha do Tempo Visual:** Uma instalação em grande escala será montada na Praça da Estação, apresentando uma linha do tempo visual e cronológica das edições anteriores. Essa instalação incluirá fotos, textos explicativos e elementos tridimensionais que representam as transformações do evento ao longo dos anos.
 5. **Áreas Temáticas:** Cada palco principal será decorado com elementos visuais que remetem a uma década específica, destacando momentos culturais e artísticos representativos do período. Por exemplo, músicas icônicas e tendências artísticas dos últimos 10 anos serão representadas visualmente nos espaços.
 6. **Instalações Imersivas:** Espaços sensoriais com túnel de luzes, painéis interativos e esculturas temáticas serão instalados para proporcionar uma experiência única e imersiva ao público.

Embora cada localização tenha um perfil preferencial, entende-se que para a organização bem sucedida de um evento desse porte é necessário que a programação seja eclética e permita ao público uma **experiência multicultural com diversidade de linguagens** de acesso facilitado, além de todas as questões técnicas e logísticas que podem influenciar no melhor planejamento de atrações. Por isso ressalta-se que a intenção não é limitar as atrações de determinado perfil aos palcos com descrição semelhante.

Para o planejamento de produção e montagem das estruturas necessárias para a realização do evento, faz-se necessário o diálogo com instituições como Centro Integrado de Operações de Belo Horizonte (COP-BH) e os representantes da Guarda Municipal, Fundação Municipal de Cultura, BHTrans, SLU, Subsecretaria de Fiscalização, SAMU, Juizado de Menores, Defesa Civil de BH, DER, da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros. Por isso, propõe-se que sejam realizadas reuniões prévias, intermediados pela FMC, para determinar as melhores alternativas para segurança, circulação e sustentabilidade do evento, e para elaboração de plano de alta complexidade para a boa realização do evento, auxiliando na mobilização de segurança, limpeza, trânsito e fiscalização, e impactando o mínimo possível na rotina da cidade.

A produção e execução do evento nos dias previstos contará com equipe de coordenadores e demais profissionais para o sucesso do evento, entre eles Mestre de Cerimônia: Responsável pela condução dos eventos e apresentações nos palcos principais, garantindo a interação do público e a fluidez do cronograma.

Técnico de PA: Especialista em sonorização, atuará na operação dos sistemas de áudio dos palcos para garantir a qualidade do som durante as apresentações.

Técnico de Monitor: Profissional encarregado do ajuste e monitoramento do áudio para os artistas no palco, garantindo uma execução técnica precisa.

Técnico de Luz: Responsável pelo controle da iluminação cênica dos palcos, adaptando efeitos visuais para melhorar a experiência do público.

Técnico de Vídeo: Responsável pela captação e transmissão audiovisual do evento, garantindo qualidade e sincronização com as apresentações ao vivo.

Direção de Palco: Coordenará a organização dos palcos, zelando pelo cumprimento do cronograma das apresentações e facilitando a troca de artistas e equipamentos.

Por fim, o Instituto conta com estrutura de segurança, brigadista e limpeza e uma gama de profissionais para atuar na pré-produção e produção do evento. Todo esse trabalho é suportado pela equipe de gestão de projetos, recursos humanos e financeiros, toda equipe irá passar por treinamentos e reciclagens da atuação específica para Virada com o intuito de tornar a execução da **10ª Edição da Virada Cultural de Belo Horizonte - 2025** um sucesso.

O evento será planejado e executado de forma inclusiva e acessível, garantindo que todos os públicos sejam contemplados em sua estrutura, programação e comunicação. As ações adotadas estarão alinhadas com:

Direitos da Mulher – Programação com mulheres protagonistas, garantindo espaço para artistas, palestrantes e produtoras culturais. Políticas de segurança e combate ao assédio, incluindo campanhas educativas e espaços de acolhimento.

Direitos da Criança e Juventude – Atividades voltadas para o público infantojuvenil, respeitando a legislação sobre proteção de menores. Infraestrutura adaptada para garantir segurança, acessibilidade e bem-estar das crianças e adolescentes.

Direitos LGBTQIAPN+ – Representatividade na grade artística, promoção de espaços seguros para a comunidade, além de campanhas contra a LGBTfobia e respeito à diversidade de gênero e orientação sexual.

Direitos das Pessoas com Deficiência – Acessibilidade em todos os espaços, incluindo rampas, pisos táteis, sinalização em braille, intérpretes de Libras, audiodescrição e conteúdos digitais acessíveis.

Direitos da Pessoa Idosa – Infraestrutura adaptada com áreas de descanso, sinalização clara, acessibilidade em

deslocamento e programação cultural que contemple a terceira idade.

Promoção da Igualdade Étnico-Racial – Representatividade negra, indígena e quilombola na programação artística, feiras e debates, além da valorização das culturas afro-brasileira e indígena.

Política para Pessoas em Situação de Rua – Ações de inclusão, como campanhas de solidariedade e arrecadação, oportunidades de participação em atividades culturais e educativas, além de parcerias com projetos sociais.

META 06: Realizar pesquisa de público

Pesquisa Virada Cultural 2025

1. Contexto

Em 2025, a Virada Cultural priorizará, mais uma vez, artistas da cidade na composição de sua programação, reafirmando o compromisso com o setor cultural de Belo Horizonte, assim como a Prefeitura vem fazendo desde o início da pandemia. É uma maneira de contribuir com o fomento à economia criativa, proporcionando oportunidades de trabalho e renda para a cadeia produtiva artística local, que foi tão duramente impactada pela pandemia.

No ano passado, o evento foi realizado nos dias 24 e 25 de agosto, reunindo cerca de 300 mil pessoas durante as 24 horas de programação nos palcos, atividades itinerantes e roteiro gastronômico.

2. Detalhes Técnicos

I. OBJETIVO

Traçar o perfil dos visitantes e moradores de Belo Horizonte que participarão da 10ª edição (2025) da Virada Cultural de Belo Horizonte.

Os dados coletados permitirão levantar o perfil socioeconômico e a avaliação da infraestrutura do evento, além de gastos e estimativas referentes à movimentação econômica gerada pela Virada Cultural.

II. METODOLOGIA E AMOSTRA

Aplicação de questionários pessoais, com uso de tablets ou similares, durante os eventos da 10ª Virada Cultural de Belo Horizonte – segundo semestre de 2025, perfazendo dois dias de coleta.

A técnica de amostragem será por amostragem estratificada – técnica de amostra probabilística que é realizada em duas etapas – uma primeira etapa com a segmentação a priori dos palcos e períodos e etapa posterior de seleção, de acordo com a segmentação, via amostragem aleatória simples. Esse tipo de amostragem separa a população em grupos e subgrupos, buscando assim, uma **amostra mais representativa**, admitindo um erro padrão de 5% e grau de confiabilidade de 95%.

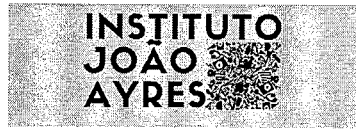
Considerando a diversidade de palcos e perfil dos frequentadores, estima-se a coleta de aproximadamente **540** questionários. Tendo em mente 7 palcos/espacos distintos com atrações, a ideia é coletar, em cada palco, considerando os períodos de manhã, tarde e noite, 30 entrevistas por período em cada palco.

Ou seja: O questionário terá duração máxima de 15 minutos, envolvendo perguntas de caracterização do respondente, avaliação do evento, imagem, experiência, meios de transporte utilizados, gastos durante o evento.

III. ETAPAS

- Revisão final do questionário;
- Planejamento, coordenação e supervisão de todas as etapas de coleta de dados;
- Programação do questionário a aplicação em tablets ou afins;
- Preparo e envio da base de dados final ao cliente;
- Tabulação de todas as respostas;
- Apresentação no formato de Sumário Executivo.

Os dados coletados permitirão levantar o perfil socioeconômico e a avaliação da infraestrutura do evento, além de gastos e estimativas referentes à movimentação econômica gerada pela Virada Cultural. Aplicação de questionários



pessoais, com uso de tablets ou similares, durante os eventos da 10ª. Edição da Virada Cultural de Belo Horizonte – 2025.

A pesquisa terá o apoio da Belotur para desenvolvimento e orientação do questionário.

8. EQUIPE DE TRABALHO¹

Inserir no quadro, todos os profissionais que serão necessários à execução da parceria, integral ou parcialmente, incluindo as diversas formas de contratação (CLT, RPA, Pessoa Jurídica).

CARGO	ATRIBUIÇÕES NO PROJETO	QUANT. PESSOAS	Nº DE MESES	VALOR MENSAL INDIVIDUAL
Direção Geral	Responsável pela supervisão geral e decisões estratégicas do festival, garantindo a conformidade com as políticas culturais e o edital. Coordena a aplicação dos recursos, a captação de patrocínios e a contratação da equipe, fornecedores e parceiros. Atua na distribuição das atividades junto à Coordenação Artística e setores do evento, além de manter interlocução com a SMC, DPOF, PBH e patrocinadores, assegurando a qualidade e eficiência da execução.	1	6	R\$7.500,00
Coordenação de Produção	Responsável pela execução de todas as ações para a viabilização do evento, elaborando e cumprindo cronogramas de execução - com prazos e atividades, em diversas áreas - juntamente com a direção geral; atendimento às demandas dos grupos e artistas convidados; participação em todas as ações e definições com a direção geral, como reuniões, constantemente, com os coordenadores e/ou responsáveis de cada área para planejamento das atividades e execução das demandas, além do acompanhamento desta execução; reuniões com órgãos parceiros, como a Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, órgãos da Prefeitura etc; acompanhamento de toda a realização do evento; elaboração de relatório final de atividades realizadas e os resultados alcançados.	1	5	R\$7.766,67
Coordenação de Produção - Infraestrutura	Responsável pela execução de todas as ações para a viabilização do evento, elaborando e cumprindo cronogramas de execução - com prazos e atividades, em diversas áreas - juntamente com a direção geral; atendimento às demandas dos grupos e artistas convidados; participação em todas as ações e definições com a direção geral, como reuniões, constantemente, com os coordenadores e/ou responsáveis de cada área para planejamento das atividades e execução das demandas, além do acompanhamento desta execução; reuniões com órgãos parceiros, como a Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, órgãos da Prefeitura etc; acompanhamento de toda a realização do evento; elaboração de relatório final de atividades realizadas e os resultados alcançados.	1	5	R\$7.766,67
Coordenador de projetos	Execução e acompanhamento no que diz respeito aos projetos estruturais e parte técnica (equipamentos de som, luz e outros) de todas as montagens e apresentações de espaços	1	5	R\$7.000,00

¹ Inserir no quadro, todos os profissionais que serão necessários à execução da parceria, integral ou parcialmente, incluindo as diversas formas de contratação (CLT, RPA, Pessoa Jurídica).

8. EQUIPE DE TRABALHO¹

Inserir no quadro, todos os profissionais que serão necessários à execução da parceria, integral ou parcialmente, incluindo as diversas formas de contratação (CLT, RPA, Pessoa Jurídica).

CARGO	ATRIBUIÇÕES NO PROJETO	QUANT. PESSOAS	Nº DE MESES	VALOR MENSAL INDIVIDUAL
	alternativos, teatros, rua e de toda a programação do Eventos; levantamento e providência das demandas técnicas (de equipamentos e demais necessidades) de todos os grupos e artistas convidados; planejamento de execução técnica das apresentações; definição da equipe técnica e distribuição de acompanhamento técnico; elaboração de planilhas e cronogramas de execução das equipes técnicas, constando todas as demandas diárias de equipamentos de cada grupo.			
Coordenador Técnico	Execução e acompanhamento no que diz respeito à parte técnica (equipamentos de som, luz e outros) de todas as montagens e apresentações de espaços alternativos, teatros, rua e de toda a programação do Eventos; levantamento e providência das demandas técnicas (de equipamentos e demais necessidades) de todos os grupos e artistas convidados; planejamento de execução técnica das apresentações; definição da equipe técnica e distribuição de acompanhamento técnico; elaboração de planilhas e cronogramas de execução das equipes técnicas, constando todas as demandas diárias de equipamentos de cada grupo.	1	5	R\$ 5.487,78
Coordenação Artística	Definição de curadoria artística, programação e estratégia do evento, auxiliando a Coordenação Artística; coordenação da qualidade artística do projeto; apoio na criação e planejamento de atividades complementares do evento (exposições, mostras, lançamentos, performances, intervenções urbanas e outros); supervisão de estruturação de grade final de programação.(6 meses de trabalho)	1	1	R\$31.666,67
Coordenação de Planejamento	Planejamento estratégico da operação, garantindo que todas as áreas tenham o suporte necessário para desenvolver e entregar suas atividades e processos. Realização de relatórios.	1	5	R\$4.666,68
Produção Executiva	Supervisiona a execução do planejamento, monitorando prazos, orçamento e resultados. Trabalha para assegurar que todas as etapas do festival sejam realizadas de forma integrada, alinhadas às metas propostas no plano de	1	6	R\$ 3.750,00

8. EQUIPE DE TRABALHO¹

Inserir no quadro, todos os profissionais que serão necessários à execução da parceria, integral ou parcialmente, incluindo as diversas formas de contratação (CLT, RPA, Pessoa Jurídica).

CARGO	ATRIBUIÇÕES NO PROJETO	QUANT. PESSOAS	Nº DE MESES	VALOR MENSAL INDIVIDUAL
	trabalho.			
Coordenação Artística-Projetos Parceiros-Intersetoriais	Prospecção e gestão das parcerias com empresas e instituições, ampliando a programação e diversidade de atividades oferecidas ao público; prospecção e articulação com coletivos para fomento das ações de rua. Coordenação para viabilidade dessas ações.	1	3	R\$4.000,00
Coordenadora de Comunicação	Elaboração do planejamento de mídia e divulgação do evento juntamente com a direção geral e fornecedor da comunicação; apresentação de propostas de execução do plano de comunicação do evento; colaboração em negociações com veículos de comunicação impressa e eletrônica para a divulgação do Festival; Relatório final de mídia. Responsável pela boa comunicação das atividades do festival e atividades internas entre FMC e parceiros.	1	6	R\$3.000,00
Coordenação Geral	Organização interna e tramitação junto ao contratado e o departamento jurídico dos contratos de todos os artistas e fornecedores.	1	5	R\$7.000,00
Coordenação Administrativo Financeiro	Gestão de planilha orçamentária e autorizações financeiras; pagamento de fornecedores, gerenciamento das finanças e prestação de contas.	1	5	R\$6.416,67
Coordenação de Exposição 10 anos Virada	Responsável pelo planejamento, organização e execução da exposição comemorativa de 10 anos da Virada, incluindo a curadoria de conteúdos, montagem, logística, gestão de fornecedores e interface com artistas e demais envolvidos. Atua na definição do conceito, layout e experiência do público, garantindo alinhamento com a identidade do evento e cumprimento dos prazos e orçamentos.	1	3	R\$ 7.766,67

9. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

- Os aspectos a serem avaliados através do monitoramento e avaliação serão:

- Qualidade da programação.
- Qualidade do atendimento das metas.
- Diálogo constante com a FMC.
- Eficiência e alcance da Comunicação externa.
- Apresentação de informações qualitativas e quantitativas da parceria.

- Os procedimentos realizados pelo Gestor da Parceria no âmbito do monitoramento e avaliação, bem como a

periodicidade e as ferramentas e instrumentais utilizados serão:

- Realizar reuniões periódicas com a coordenação artística para alinhamento das ações a serem realizadas nesta parceria pela OSC.
- Realizar reuniões periódicas com a OSC para alinhamento administrativo.
- Avaliar as pesquisas de satisfação realizadas durante o festival junto ao público.
- Acompanhar a execução de todas as atividades, junto à OSC e equipe de produção, participando de definições e reuniões, constantemente.
- Elaborar relatório final de monitoramento e avaliação da parceria.
- Elaborar parecer técnico conclusivo da parceria.

- Os procedimentos realizados pela Comissão de Monitoramento e Avaliação, bem como a periodicidade e as ferramentas e instrumentais utilizados serão:

- Avaliar as pesquisas de satisfação realizadas durante o festival junto ao público da Virada Cultural de Belo Horizonte.
- Acompanhar a execução das atividades.
- Avaliar e homologar o relatório do Gestor da Parceria.

10. PREVISÃO DE RECEITAS

ORIGEM	VALOR
Repasse	- Valor previsto para a execução da 10ª Virada Cultural de Belo Horizonte 2025: R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais); a depender da aprovação da Lei Orçamentária Anual 2025; OBS: Os recursos são oriundos do Tesouro Municipal.
Contrapartida (somente se houver)	R\$0,00
TOTAL	R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)
ORIGEM	VALOR (R\$)
Repasse	R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)
Contrapartida (somente se houver)	R\$ 50.000,00
TOTAL	R\$2.550.000,00 (dois milhões e quinhentos e cinquenta mil reais)

11. PREVISÃO DE DESPESAS

- 11.1. Informações consolidadas por Natureza de Despesa apresentadas na planilha anexa, que integra este Plano de Trabalho.
- 11.2. Informações detalhadas da previsão de despesas apresentadas na planilha anexa, que integra este Plano de Trabalho

12. CONTRAPARTIDA DA ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL

Descrever os bens, serviços e despesas complementares a serem aportados na execução da parceria, a partir de recursos próprios da OSC, com a respectiva forma de mensuração.

BEM OU SERVIÇO	VALOR MENSURADO
Estrutura para mostra de cinema ao Ar Livre no Parque (Projektor, Tela de Cinema, Estrutura de Box Truss, Sonorização completa)	R\$ 50.000,00
TOTAL	R\$ 50.000,00

13. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO *(Preenchido pela FMC)*

PARCELA	VALOR (R\$)	PRAZO PARA REPASSE
1ª	1.000.000,00	Previsão de repasse em até 7 (sete) dias úteis após a assinatura do Termo de Colaboração.
2ª	1.300.000,00	Previsão de repasse em até 30 (trinta) dias após a assinatura do Termo de Colaboração.
3ª	200.000,00	Previsão de repasse em até 10 (dez) dias após a realização do festival.
TOTAL	2.500.000,00	

14. ANEXOS DO PLANO DE TRABALHO

. Anexo I – PREVISÃO DE DESPESAS

15. ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL OSC

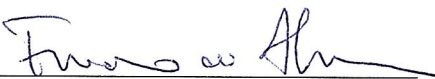
Belo Horizonte, 20 de março de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **AIRAM RESENDE BOA MORTE**
 Data: 15/05/2025 16:34:31-0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Airam Resende Boa Morte
 Instituto João Ayres

16. APROVAÇÃO PELA FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE CULTURA

Belo Horizonte, 27 de maio de 2025.


 Nome/Assinatura do Técnico Responsável/BM

11. Previsão de Despesas		
11.1. Informações consolidadas por Natureza de Despesa		
	Repasse	
NATUREZA DE DESPESA	NOME DA NATUREZA DA DESPESA	VALOR ESTIMADO (R\$)
319011	Vencimentos e vantagens fixas – pessoal civil	R\$ -
319013	Obrigações patronais	R\$ -
319016	Outras despesas variáveis - pessoal civil	R\$ -
319094	Indenizações e restituições trabalhistas	R\$ -
339030	Material de consumo	R\$ 60.108,66
339031	Premiações culturais, artísticas, científicas, desportivas e outras	R\$ -
339035	Serviços de Consultoria	R\$ -
339036	Outros serviços de terceiros – pessoa física	R\$ 14.400,00
339037	Locação de mão de obra	R\$ 313.038,09
339039	Outros serviços de terceiros - pessoa jurídica	R\$ 2.090.253,25
339046	Auxílio- alimentação	R\$ -
339047	Obrigações tributárias e contributivas	R\$ 22.200,00
339049	Auxílio transporte	R\$ -
449051	Obras e instalações	R\$ -
449052	Equipamentos e material permanente	R\$ -
TOTAL		R\$ 2.500.000,00

NATUREZA DE DESPESA	NOME DA NATUREZA DA DESPESA	ITEM DE DESPESA	DESCRIÇÃO DOS ITENS ESPECÍFICOS	UNIDADE DE MEDIDA	ORIGEM DO ORÇAMENTO	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 1 OU REFERÊNCIA ÚNICA	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 2	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 3	MÉDIA UNITÁRIA DOS ORÇAMENTOS	QUANT. SOLICITADA / PREVISTA	OCCORRÊNCIA / Período Frequência (Se for o caso)	VALOR UNITÁRIO PREVISTO	VALOR TOTAL PREVISÃO ATUALIZADA RMO DE COLABORAÇÃO	VALOR DO REPASSO	VALOR DA CONTRAPARTIDA
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	17	Locação de Estrutura - Banheiro Químico	Unidade	Orçamentos e Salic	R\$ 130,00	R\$ 200,00	R\$ 183,88	R\$ 171,29	1	164	R\$ 120,00	R\$ 19.680,00	R\$ 19.680,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	17	Locação da Estrutura - Banheiro Químico PNE	Unidade	Orçamentos e Salic	R\$ 190,00	R\$ 500,00	R\$ 290,00	R\$ 326,67	1	20	R\$ 250,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	1	Limpeza	Serviço	Orçamento, Alta e Salic	R\$ 121,57	R\$ 2.500,00	R\$ 245,26	R\$ 955,61	1	222	R\$ 121,57	R\$ 26.988,54	R\$ 26.988,54	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Aterro do Charnamento Público	Cacha	Contrato, IN MINC e Salic	R\$ 3.500,00	R\$ 5.500,00	R\$ 50.000,00	R\$ 19.666,67	1	90	R\$ 4.000,00	R\$ 360.000,00	R\$ 360.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	99	Licenciamento (projeto, despatchante e execução)	Serviço	Contratos, Orçamentos	R\$ 31.949,99	R\$ 33.000,00	R\$ 37.000,00	R\$ 33.963,33	1	1	R\$ 31.949,99	R\$ 31.949,99	R\$ 31.949,99	
339047	OBRIGAÇÕES PATRONAIS	1	Encargos PF (artistas via charamento)	Verba	Encargos e Justificativa	R\$ 700,00	-	-	R\$ 700,00	1	30	R\$ 700,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.000,00	
339047	OBRIGAÇÕES PATRONAIS	1	Encargos PF (comissão de avaliação do charamento artístico)	Verba	Encargos e Justificativa	R\$ 200,00	-	-	R\$ 200,00	1	6	R\$ 200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	2	Seguranças	Serviço	Orçamento e Salic	R\$ 425,62	R\$ 650,00	R\$ 420,00	R\$ 498,51	1	106	R\$ 480,00	R\$ 50.880,00	R\$ 50.880,00	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	2	Seguranças Patrimonial	Serviço	Orçamento e Salic	R\$ 424,52	R\$ 650,00	R\$ 420,00	R\$ 498,17	1	350	R\$ 424,52	R\$ 149.582,00	R\$ 149.582,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Contador	Serviço	Contratos, Salic	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 2.087,35	R\$ 3.689,12	1	1	R\$ 3.689,12	R\$ 3.689,12	R\$ 3.689,12	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	46	Assessoria Jurídica	Mês	Orçamento, Salic e OAB	R\$ 40.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 31.666,67	1	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	5	Brigadistas	Serviço	Contrato, Salic e Alta	R\$ 159,83	R\$ 178,00	R\$ 146,50	R\$ 161,44	1	88	R\$ 159,83	R\$ 14.065,04	R\$ 14.065,04	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	5	Carregadores	Serviço	Contrato, Orçamento e Salic	R\$ 308,00	R\$ 225,00	R\$ 150,00	R\$ 227,67	1	152	R\$ 222,67	R\$ 33.845,84	R\$ 33.845,84	
339037	LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	5	Eletricista	Serviço	Contrato e Salic	R\$ 49.900,00	R\$ 36.450,00	R\$ 29.690,00	R\$ 36.676,67	1	1	R\$ 36.676,67	R\$ 36.676,67	R\$ 36.676,67	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Técnico de Luz	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 2.000,00	R\$ 6.886,00	R\$ 2.983,33	R\$ 3.860,44	1	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Técnico de Monitor	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 2.000,00	R\$ 6.886,00	R\$ 3.903,33	R\$ 4.197,11	1	4	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Técnico de PA	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 2.000,00	R\$ 6.886,00	R\$ 3.903,33	R\$ 4.197,11	1	6	R\$ 2.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Tecnico de Vídeo	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 2.000,00	R\$ 6.886,00	R\$ 2.983,33	R\$ 3.860,44	1	3	R\$ 2.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	24	Transmissão Simultanea Praça da Estação	Unidade	Contrato, Alta e Salic	R\$ 12.000,00	R\$ 5.113,41	R\$ 9.341,66	R\$ 8.818,36	1	1	R\$ 8.818,36	R\$ 8.818,36	R\$ 8.818,36	
339036	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA FÍSICA	7	Comissão de Avaliação do charamento artístico	Cacha	Contratos	R\$ 1.000,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.133,33	1	12	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	12	Abastecimento de Camarim e Kit Lanche	Serviço	Contrato	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 26.600,00	R\$ 20.866,67	1	1	R\$ 20.866,67	R\$ 20.866,67	R\$ 20.866,67	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	15	Locação espaço base produção	Serviço	Contrato, Salic Tabela P&V	R\$ 7.650,00	R\$ 8.000,00	R\$ 2.917,00	R\$ 6.169,00	1	1	R\$ 5.028,96	R\$ 5.028,96	R\$ 5.028,96	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Bebedouros - 7 Espaços	Unidade	Orçamento	R\$ 96,67	-	-	R\$ 96,67	12	1	R\$ 96,67	R\$ 1.160,04	R\$ 1.160,04	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Bancada	Unidade	Orçamento	R\$ 65,00	R\$ 30,00	R\$ 114,00	R\$ 69,67	1	22	R\$ 27,50	R\$ 1.045,00	R\$ 1.045,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Box Truss	Unidade	Contrato, Salic e Alta Balout e Salic	R\$ 34.600,00	R\$ 36.000,00	R\$ 23.420,00	R\$ 31.340,00	1	1	R\$ 31.340,00	R\$ 31.340,00	R\$ 31.340,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Grades Alias	Unidade	Orçamento, Alta Balout e Salic	R\$ 59,16	R\$ 45,00	R\$ 18,28	R\$ 40,81	1	170	R\$ 40,81	R\$ 6.937,70	R\$ 6.937,70	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Grades Balvas	Unidade	Orçamento, Alta Balout e Salic	R\$ 12,00	R\$ 10,00	R\$ 14,28	R\$ 12,09	1	1600	R\$ 12,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Iluminação (palco Gramado) e Cênica parque	Unidade	NF, Orçamentos	R\$ 45.700,00	R\$ 44.500,00	R\$ 45.000,00	R\$ 45.066,67	1	1	R\$ 45.066,67	R\$ 45.066,67	R\$ 45.066,67	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Iluminação Praça da Estação	Unidade	NF e Salic	R\$ 30.000,00	R\$ 40.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 30.000,00	1	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	

NATUREZA DE DESPESA	NOME DA NATUREZA DA DESPESA	ITEM DE DESPESA	DESCRIÇÃO DOS ITENS ESPECÍFICOS	UNIDADE DE MEDIDA	ORIGEM DO ORÇAMENTO	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 1 OU REFERÊNCIA ÚNICA	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 2	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 3	MÉDIA UNITÁRIA DOS ORÇAMENTOS	QUANT. SOLICITADA / PREVISTA	OCCORRÊNCIA / Período Frequência (Se for o caso)	VALOR TOTAL PREVISTO NA PREVISÃO DE COLABORAÇÃO	VALOR DO REPASSE	VALOR DA CONTRAPARTIDA
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - LED Placa da Estação	Unidade	Orçamentos e Salic	R\$ 15.000,00	R\$ 23.500,00	R\$ 11.300,00	R\$ 16.600,00	1	1	R\$ 16.600,00	R\$ 16.600,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Palco Gramado	Unidade	Contrato, Orçamentos	R\$ 40.500,00	R\$ 40.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 33.500,00	1	1	R\$ 33.500,00	R\$ 33.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Palco Praça da Estação	Unidade	Contrato	R\$ 60.000,00	R\$ 80.000,00	R\$ 33.000,00	R\$ 57.666,67	1	1	R\$ 57.666,67	R\$ 57.666,67	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Sonorização (palco Gramado)	Unidade	Contrato, Orçamento e Salic	R\$ 30.000,00	R\$ 37.500,00	R\$ 45.000,00	R\$ 37.500,00	1	1	R\$ 37.500,00	R\$ 37.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Sonorização para palcos	Unidade	Contrato, Orçamentos	R\$ 8.900,00	R\$ 15.500,00	R\$ 16.000,00	R\$ 13.466,67	1	3	R\$ 40.398,00	R\$ 40.398,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Sonorização Praça da Estação	Unidade	Contrato	R\$ 60.000,00	R\$ 65.000,00	R\$ 70.000,00	R\$ 65.000,00	1	1	R\$ 65.000,00	R\$ 65.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Tapume	Unidade	Orçamento	R\$ 33,28	R\$ 150,00	R\$ 20,00	R\$ 67,76	1	30	R\$ 2.032,80	R\$ 2.032,80	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura - Tendões (3x3, 4x4 e 5x5 media de valores)	Unidade	Orçamentos	R\$ 31.250,00	R\$ 60.400,00	R\$ 48.000,00	R\$ 46.550,00	1	1	R\$ 31.250,00	R\$ 31.250,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura para Palcos - Iluminação	Unidade	Contrato, Orçamentos	R\$ 4.900,00	R\$ 14.500,00	R\$ 15.000,00	R\$ 11.466,67	1	3	R\$ 34.400,01	R\$ 34.400,01	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Estrutura para Palcos (Palco - Palcos Pequenos)	Unidade	Contrato, Orçamentos	R\$ 7.320,00	R\$ 14.500,00	R\$ 16.500,00	R\$ 12.773,33	1	3	R\$ 38.319,99	R\$ 38.319,99	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Geradores	Unidade	Contrato, Orçamento e Salic	R\$ 4.100,00	R\$ 6.000,00	R\$ 4.700,00	R\$ 4.933,33	1	3	R\$ 14.799,00	R\$ 14.799,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Locação de Rádio Comunicador	Unidade	Nota, Salic e Tabela FGV	R\$ 4.800,00	R\$ 2.500,00	R\$ 6.293,25	R\$ 4.531,08	1	1	R\$ 4.531,08	R\$ 4.531,08	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Roadies	Serviço	Contratos e Salic	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 540,64	R\$ 1.513,55	1	3	R\$ 4.540,65	R\$ 4.540,65	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	99	Transporte locação Microônibus	Serviço	Nota Fiscal, Salic e Contrato	R\$ 6.000,00	R\$ 4.100,00	R\$ 6.100,00	R\$ 5.400,00	1	1	R\$ 5.400,00	R\$ 5.400,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	20	Seguro para o Parque Municipal	Unidade	Orçamentos	R\$ 1.861,33	R\$ 1.864,32	R\$ 2.252,31	R\$ 1.899,39	1	1	R\$ 1.899,39	R\$ 1.899,39	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Assistente Administrativo	Serviço	Contratos, Salic	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	1	4	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Atracção de Médio Porte	Cache	Contrato e IN MINC	R\$ 95.000,00	R\$ 200.000,00	R\$ 16.695,10	R\$ 103.896,37	1	1	R\$ 125.000,00	R\$ 125.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Atracção Projetos Sociais (Sopa de Leão, Banho de Amor e Street Store)	Cache	Contrato, Justificativa	R\$ 3.500,00	-	-	R\$ 3.500,00	1	3	R\$ 10.500,00	R\$ 10.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Cache profissional treinamento de equipe	Cache	Contrato, Salic	R\$ 2.000,00	R\$ 2.389,74	R\$ 4.000,00	R\$ 2.796,58	1	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	48	Confecção de Camisas	Serviço	Orçamentos e Salic	R\$ 20,79	R\$ 44,68	R\$ 49,90	R\$ 39,46	1	250	R\$ 9.615,00	R\$ 9.615,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Consultoria em Inclusão e Acessibilidade	Serviço	Contrato, Febrapil e Salic	R\$ 1.500,00	R\$ 1.080,00	R\$ 2.000,00	R\$ 1.526,67	1	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Contratação da proposta Recicla Belo em parceria com a SLU	Serviço	NF e Justificativa	R\$ 30.000,00	-	-	R\$ 30.000,00	1	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação Artística	Serviço	Contrato, Salic e Orçamento	R\$ 45.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 31.666,67	1	1	R\$ 31.666,67	R\$ 31.666,67	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação Artística - Projetos Parceiros, Associados e Interseletores PDI	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.000,00	R\$ 7.975,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.666,33	1	3	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação de Planejamento	Mês	Contratos, Salic	R\$ 5.000,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.666,67	1	5	R\$ 23.333,40	R\$ 23.333,40	

NATUREZA DE DESPESA	NOME DA NATUREZA DA DESPESA	ITEM DE DESPESA	DESCRIÇÃO DOS ITENS ESPECÍFICOS	UNIDADE DE MEDIDA	ORIGEM DO ORÇAMENTO	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 1 OU REFERÊNCIA ÚNICA	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 2	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 3	MÉDIA UNITÁRIA DOS ORÇAMENTOS	QUANT. SOLICITADA / PREVISTA	OCCORRÊNCIA / Período Estimado (Se for o caso)	VALOR UNITÁRIO PREVISTO	VALOR TOTAL PREVISÃO INICIAL DO RIMC DE COLABORAÇÃO	VALOR DO REPASSE	VALOR DA CONTRAPARTIDA
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Coordenação de Produção	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.250,00	R\$ 3.750,00	R\$ 13.300,00	R\$ 7.766,67	1	5	R\$ 7.766,67	R\$ 38.833,35	R\$ 38.833,35	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Coordenação de Produção e Infraestrutura	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.250,00	R\$ 3.750,00	R\$ 13.300,00	R\$ 7.766,67	1	5	R\$ 7.766,67	R\$ 38.833,35	R\$ 38.833,35	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Coordenação de Produção Exposição 10 anos	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.250,00	R\$ 3.750,00	R\$ 13.300,00	R\$ 7.766,67	1	3	R\$ 7.766,67	R\$ 23.300,01	R\$ 23.300,01	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação de Projetos	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.250,00	R\$ 5.000,00	R\$ 12.933,33	R\$ 8.061,11	1	5	R\$ 7.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação Financeira e RH	Mês	Contrato, Salic e Orçamento	R\$ 4.500,00	R\$ 5.750,00	R\$ 9.000,00	R\$ 6.416,67	1	5	R\$ 6.416,67	R\$ 32.083,35	R\$ 32.083,35	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	42	Coordenação Geral	Mês	Contrato, Salic e Orçamento	R\$ 9.375,00	R\$ 10.000,00	R\$ 5.500,00	R\$ 8.291,67	1	5	R\$ 7.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Coordenação Técnica	Mês	Contrato, Salic, Orçamento	R\$ 6.250,00	R\$ 6.463,33	R\$ 3.750,00	R\$ 5.487,78	1	5	R\$ 5.487,78	R\$ 27.438,90	R\$ 27.438,90	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	53	Coordenador de Comunicação	Mês	Contrato, Salic	R\$ 6.000,00	R\$ 3.130,32	R\$ 6.000,00	R\$ 5.043,44	1	6	R\$ 3.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 18.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Curadoria em Gastronomia - Viradão	Serviço	Contratos e Salic	R\$ 6.100,00	R\$ 7.090,00	R\$ 6.100,00	R\$ 6.430,00	1	1	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Direção de Palco	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 2.000,00	R\$ 6.688,00	R\$ 2.983,33	R\$ 3.860,44	1	5	R\$ 2.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Direção Geral	Mês	Contrato, Salic e Sated	R\$ 10.666,66	R\$ 10.000,00	R\$ 7.744,00	R\$ 9.470,22	1	6	R\$ 7.500,00	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Gestão de Logística Estratégica	Mês	Contrato, Salic e Web Site	R\$ 6.400,00	R\$ 4.800,00	R\$ 15.000,00	R\$ 8.666,67	1	1	R\$ 6.400,00	R\$ 6.400,00	R\$ 6.400,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Intervenção Artística / Urbana - fora palco	Cacha	Contrato, IN MINC e Salic	R\$ 3.500,00	R\$ 5.500,00	R\$ 50.000,00	R\$ 19.666,67	1	15	R\$ 2.500,00	R\$ 37.500,00	R\$ 37.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Pesquisas de Campo	Serviço	Contrato, Orçamentos	R\$ 16.000,00	R\$ 32.000,00	R\$ 29.600,00	R\$ 25.866,67	1	1	R\$ 16.000,00	R\$ 16.000,00	R\$ 16.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Produção Artística no dia do evento	Serviço	Contrato, Salic, Sated	R\$ 700,00	R\$ 2.052,50	R\$ 1.483,00	R\$ 1.411,83	1	16	R\$ 1.400,00	R\$ 22.400,00	R\$ 22.400,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Produção Executiva	Mês	Salic, Site	R\$ 3.500,00	R\$ 4.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 10.500,00	1	6	R\$ 3.750,00	R\$ 22.500,00	R\$ 22.500,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Produção Operacional nos dias do evento	Serviço	Contrato, Salic e Sated	R\$ 3.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 7.744,00	R\$ 4.914,67	1	12	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00	R\$ 36.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	24	Registro Fotográfico	Serviço	Contrato, Ata e Salic	R\$ 25.000,00	R\$ 22.725,00	R\$ 23.643,90	R\$ 23.789,63	1	1	R\$ 23.789,63	R\$ 23.789,63	R\$ 23.789,63	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	24	Registro Videográfico	Serviço	Contrato, Orçamento a Salic	R\$ 25.000,00	R\$ 26.800,00	R\$ 19.750,00	R\$ 23.850,00	1	1	R\$ 23.850,00	R\$ 23.850,00	R\$ 23.850,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	43	Ambulância UTI Móvel	Serviço	Contratos, Salic	R\$ 28.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 31.600,00	R\$ 28.200,00	1	1	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	53	Assessoria de Imprensa, clipping	Serviço	Contrato, Orçamento, Salic	R\$ 15.000,00	R\$ 16.800,00	R\$ 13.950,83	R\$ 15.250,28	1	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	53	Comunicação, mídia, site, gestão de redes sociais e press kit	Serviço	Contrato, Orçamentos	R\$ 100.000,00	R\$ 148.630,00	R\$ 151.450,00	R\$ 133.360,00	1	1	R\$ 110.340,42	R\$ 110.340,42	R\$ 110.340,42	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	58	Direito Autorais (Ecad)	Serviço	Boletos - Salic	R\$ 37.367,50	R\$ 33.715,60	R\$ 30.000,00	R\$ 33.694,37	1	1	R\$ 33.694,37	R\$ 33.694,37	R\$ 33.694,37	
339030	MATERIAL DE CONSUMO	39	Água para equipe	Unidade	NF	R\$ 34,00	R\$ 44,50	R\$ 35,00	R\$ 37,83	1	512	R\$ 37,00	R\$ 18.944,00	R\$ 18.944,00	
339030	MATERIAL DE CONSUMO	99	Impressão de Lomas e Instalação	Unidade	Orçamentos	R\$ 29.697,60	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 33.232,53	1	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	
339030	MATERIAL DE CONSUMO	99	Pulseira para credenciamento	Unidade	Orçamentos	R\$ 2,00	R\$ 0,24	R\$ 1,50	R\$ 1,25	1	8000	R\$ 1,25	R\$ 6.250,00	R\$ 6.250,00	

NATUREZA DE DESPESA	NOME DA NATUREZA DA DESPESA	ITEM DE DESPESA	DESCRIÇÃO DOS ITENS ESPECÍFICOS	UNIDADE DE MEDIDA	ORIGEM DO ORÇAMENTO	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 1 OU REFERÊNCIA ÚNICA	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 2	VALOR UNITÁRIO ORÇAMENTO 3	MÉDIA UNITÁRIA DOS ORÇAMENTOS	QUANT. SOLICITADA / PREVISTA	OCCORRÊNCIA / Período Fraseologia (Se for o caso)	VALOR UNITÁRIO PREVISTO	VALOR TOTAL PREVISTO/NATUREZA/ITEM DE COLABORAÇÃO	VALOR DO REPASSE	VALOR DA CONTRAPARTIDA
339030	MATERIAL DE CONSUMO	99	Verba para realização da Coletiva de imprensa (lonas, brindes, kits e etc)	Verba	Justificativa	R\$ 5.000,00	-	-	R\$ 5.000,00	1	1	R\$ 4.914,66	R\$ 4.914,66	R\$ 4.914,66	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	99	Conografia e Exposição 10 anos	Serviço	Contrato, Orçamentos	R\$ 90.000,00	R\$ 150.000,00	R\$ 250.000,00	R\$ 163.333,33	1	1	R\$ 111.755,37	R\$ 111.755,37	R\$ 111.755,37	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	99	Interprete de Libras e Acessibilidade	Serviço	Contrato, Febrapi e Salic	R\$ 1.080,00	R\$ 1.453,06	R\$ 1.513,00	R\$ 1.348,69	1	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	22	Master de Cerimônia	Cache	Contrato, Salic	R\$ 1.200,00	R\$ 1.621,43	R\$ 1.200,00	R\$ 1.340,48	1	10	R\$ 1.200,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	
339039	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	99	Mostra de Cinema ao ar livre - Estrutura de Propriedade do IJA	Unidade	Justificativa	R\$ 50.000,00	-	-	R\$ 50.000,00	1	1	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00		R\$ 50.000,00
Total													R\$ 2.550.000,00	R\$ 2.500.000,00	R\$ 50.000,00

gov.br

Documento assinado digitalmente
AIRAM RESENDE BOA MORTE
Data: 19/05/2025 19:28:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Ra Ak
27/05/25