

Belo Horizonte, 31 de janeiro de 2020.

Ref.: Encaminhamento de via original
Processo: 01.106161.19.78 – IJ: 01.2019.3103.0089.01.00

Prezada Senhora,

Encaminho a via original do Primeiro Termo Aditivo ao Termo de Colaboração, firmado entre a Fundação Municipal de Cultura e esta empresa, para fins de realização do Circuito Municipal de Cultura.

Estamos à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários

Atenciosamente.



Jairo Fernando de Oliveira
Gerência Administrativa e Logística-GERAL-FMC

À Sra.
Juliana Sevaybricker Miranda Moreira
CIRC – Centro de Intercâmbio e Referência Cultural

26-031

PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO TERMO DE COLABORAÇÃO QUE ENTRE SI CELEBRAM A FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE CULTURA E A ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL CIRC - CENTRO DE INTERCÂMBIO E REFERÊNCIA CULTURAL, OBJETIVANDO A EXECUÇÃO DE AÇÕES RELATIVAS AO CIRCUITO MUNICIPAL DE CULTURA EM PARCERIA COM A FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE CULTURA.

CHAMAMENTO PÚBLICO 004/2019

PROCESSO DO CHAMAMENTO PÚBLICO 01-042.239/19-02

PROCESSO DO TERMO DE COLABORAÇÃO 01-106.161/19-78

IJ: 01.2019.3103.0089.01.00

A Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte, inscrita no CNPJ nº 07.252.975/0001-56, com sede na Rua da Bahia, 888, Bairro Centro, Belo Horizonte, MG, CEP 30160-011, neste ato representada por sua Presidenta, Sra. Fabíola Moulin Mendonça, CPF nº. 540.794.626-20, RG nº. M-2.716.139, SSP/MG, Administradora Pública da presente parceria, doravante denominada FMC, e a Organização da Sociedade Civil CIRC - CENTRO DE INTERCÂMBIO E REFERÊNCIA CULTURAL, CNPJ nº CNPJ 12.157.714/0001-97, situada na Rua João Ribeiro nº 313, Bairro Santa Efigênia, CEP 30260-110, Belo Horizonte/MG, neste ato representada por Juliana Sevaybricker Miranda Moreira, portador do CPF nº 030.048.536-04 e RG nº 6.372.739 SSPMG, doravante denominada, O.S.C., e ambos em conjunto denominados PARCEIROS, sujeitando-se, no que couber, aos termos da Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000, Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014, Decreto Municipal nº 16.746, de 10 de outubro de 2017, Lei de Diretrizes Orçamentárias vigente, e demais normas que regulamentam a espécie, em conformidade com o Plano de Trabalho deste instrumento, RESOLVEM celebrar o presente Termo Aditivo ao Termo de Colaboração.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

O presente Termo de Aditivo tem por objeto a alteração parcial do Plano de Trabalho, com o acréscimo de uma meta redundando em aumento do valor do Termo de Colaboração e alteração no Cronograma de Desembolso.

CLÁUSULA SEGUNDA – DAS MODIFICAÇÕES

Passa a vigorar o novo Plano de Trabalho, com o acréscimo de uma nova meta, relativa a contratação do artista Jorge Benjor para apresentação artística no lançamento do projeto, alterando a Forma de Execução, a Previsão de Despesas, a Previsão de Receitas e Despesas e o Cronograma de Desembolso, conforme novo Plano de Trabalho anexo.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR DO TERMO DE COLABORAÇÃO

O valor global estimado do Termo de Colaboração passa a ser de R\$2.734.110,75 (dois milhões setecentos e trinta e quatro mil cento e dez reais e setenta e cinco centavos), resultantes do acréscimo de R\$ 234.110,75 (duzentos e trinta e quatro mil cento e dez reais e setenta e cinco centavos), correspondentes ao acréscimo de uma meta.

CLÁUSULA QUARTA - DA MOVIMENTAÇÃO DOS RECURSOS FINANCEIROS

4.1. A FMC transferirá à O.S.C. o valor referente aos R\$ 234.110,75 (duzentos e trinta e quatro mil cento e dez reais e setenta e cinco centavos) em até cinco dias úteis após a assinatura do termo aditivo.

4.2. Mantem-se os demais itens e subitens da cláusula DA MOVIMENTAÇÃO DOS RECURSOS FINANCEIROS do Termo de Colaboração original.

4.3. Dotação Orçamentária:

3103.5002.13.392.154.2371.0002.339039.22.0300.01.00

CLÁUSULA QUARTA - DOS ANEXOS

Anexo I – Plano de Trabalho.

Form

CLÁUSULA QUINTA - DA RATIFICAÇÃO

Ficam ratificadas todas as demais disposições contratuais vigentes, não alcançadas por este instrumento.

E por se acharem justas e de acordo, as partes assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor, forma e valor, e para um só efeito, depois de lido e achado conforme, comprometendo-se a fielmente cumpri-lo, em estrita observância às suas cláusulas e às disposições legais pertinentes, para que produza seus efeitos jurídicos.

Belo Horizonte, 23 de NOVEMBRO de 2019.



Fabíola Moulin Mendonça

Presidenta da Fundação Municipal de Cultura



Juliana Sevaybricker Miranda Moreira

CIRC – Centro de Intercâmbio e Referência Cultural

**CHAMAMENTO PÚBLICO PARA CELEBRAÇÃO DE TERMO DE COLABORAÇÃO
COM ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL PARA REALIZAÇÃO DE AÇÕES
DO CIRCUITO MUNICIPAL DE CULTURA**

PLANO DE TRABALHO

01. DADOS CADASTRAIS		
Organização da Sociedade Civil parceira:		
CIRC – Centro de Intercâmbio e Referência Cultural		
CNPJ	Data de abertura do CNPJ	
12.157.714/0001-97	01/06/2010	
Registro no Conselho (Se necessário)	Vigência do Registro	
Informar o número do registro no Conselho, se aplicável.	Informar a vigência do registro (Formato dd/mm/aaaa)	
Dados Bancários (Conta corrente específica e isenta de tarifa)	Banco: Caixa Econômica Federal	
	Agência: 0086	
	Conta: 43005 op 003	
Endereço		
Rua João Ribeiro 313		
Bairro	Cidade	CEP
Santa Efigênia	Belo Horizonte	30.260-110
Telefone	E-mail:	
(31) 3110-2600	cire@cirebh.com	
Nome do representante legal		
Juliana Sevybricker Miranda Moreira		
Endereço Residencial do representante legal		
Rua Samuel Pereira 150/402 Anchieta. Belo Horizonte-Minas Gerais CEP: 31310-550		
CPF	R.G.	Telefone (s)
030.048.536-04	MG-6.372.739	(31) 9 9967-9805
Período de Mandato da Diretoria		
De 10/01/2018 a 10/01/2022.		
Prefeitura Municipal de Belo Horizonte		
Fundação Municipal de Cultura		



From 

Endereço		
Rua da Bahia, 888, Centro, 12º andar, sala 1205, Belo Horizonte, MG, CEP 30160-011.		
CNPJ	Telefone	
07.252.975/0001-56		
Representante Legal		
Fabiola Moulin Mendonça		
Matrícula	CPF	R.G.
000504-4	540.794.626-20	M-2.716.139, SSP/MG
2. OBJETIVO GERAL DA PARCERIA:		
Demonstrar o que se deseja obter por meio da parceria celebrada. É abrangente, expresso em verbos no infinitivo. Promover o Circuito Municipal de Cultura no período de 12 meses.		
3. DESCRIÇÃO DA REALIDADE:		
Descrever a realidade que será objeto da parceria, demonstrando como as ações da parceria pretendem afetar essa O Circuito Municipal de Cultura visa impactar a programação cultural e artística da cidade de Belo Horizonte, potencializando as ações já realizadas nos equipamentos e valorizando a produção local da cidade, além de considerar ações relevantes do cenário cultural brasileiro, e a criação artística do estado de Minas Gerais, de forma descentralizada, atendendo a todas as regiões da cidade. O Circuito atenderá às demandas dos Equipamentos Culturais da FMC (17 centros culturais, bibliotecas, 03 teatros, 07 museus, 01 Centro de Referência da Cultura Popular e a Escola Livre de Artes Arena da Cultura/NUFAC), incluindo a Zona Cultural da Praça da Estação (equipamentos públicos e privados do entorno da Praça da Estação) e o Território L4 (localizada na regional Leste).		
4. OBJETO DA PARCERIA		
Descrever o produto a ser entregue pela parceria pela O.S.C. realidade, contribuindo para sua modificação. Promover o Circuito Municipal de Cultura no período de 12 meses, visando potencializar a programação cultural e artística de projetos já realizados pela Fundação Municipal de Cultura. Através de programação diversa e ampla, serão programadas atrações relevantes do cenário cultural brasileiro, fortalecendo a imagem de Belo Horizonte como uma das principais capitais culturais do país.		
5. DESCRIÇÃO DA PARCERIA:		
<i>Apresentam-se abaixo elementos mínimos de programação esperados para a realização do CIRCUITO MUNICIPAL DE CULTURA, que deve acontecer por 12 (doze) meses, em todos os equipamentos de cultura da PBH, além da Zona Cultural Praça da Estação, Território L4 e praças, parques de Belo Horizonte. No momento da elaboração do Plano de Trabalho,</i>		

Fwam

realizado em conjunto pela FMC e a O.S.C. selecionada, as metas serão detalhadas e os elementos mínimos serão considerados essenciais.

A cidade é um espaço vivido, interiorizado e projetado por todos os grupos sociais que a habitam. Ela não existe só como ocupação de um território, construção de edifícios e de interações materiais entre seus habitantes. Os processos culturais e imaginários que habitam as cidades são fundamentais quando olhamos para a vida urbana. São nas relações culturais que se manifestam a heterogeneidade e a complexidade do social. Seus habitantes são produtores e consumidores de cultura. É nessa perspectiva que entendemos o Circuito Municipal de Cultura, um projeto que propõe à cidade de Belo Horizonte a construção coletiva de fluxos de saberes e fazeres. De ocupação dos espaços públicos institucionalizados e dos não institucionalizados para criar uma rede de trocas e novas perspectivas para a formação, criação, difusão e fruição no campo da cultura na capital. Podemos ir além e entenderemos que o Circuito pode favorecer a percepção e talvez a consciência de que a cidade é um grande território cultural. Temos a chance de colocar a cultura no papel de protagonista e fazer de Belo Horizonte a capital cultural do Brasil.

Para alcançarmos esse objetivo, o Circuito precisa trabalhar em uma perspectiva transversal: com o espaço urbano, o meio ambiente, o cotidiano, as periferias, os novos protagonistas e as redes culturais e sociais existentes. Vamos trabalhar em rede para compartilhar recursos e energia. Potencializar as iniciativas propostas e criar outras coletivamente. Valorizar as identidades pessoais e coletivas, estimular o processo criativo e contribuir para a consolidação dos valores democráticos.

Ações Estratégicas

1. Curadoria das atrações – realizado por grupo paritário entre OSC e FMC;
2. Integração das ações dos equipamentos da FMC;
3. Intersetorialidade e transversalidade da programação;
4. Mobilização e facilitação nas regionais;
5. Comunicação integrada e dinâmica;
6. Captação de recursos complementar;
7. Pesquisa, monitoramento e avaliação.

Ações

1.1 Evento de destaque – Lançamento junto ao Descontorno

A primeira atividade do Circuito Municipal de Cultura precisa criar impacto na cidade, mostrar para a população de Belo Horizonte a força e a potência do projeto e suas inúmeras possibilidades. Para isso, vamos realizar um grande show no Baixo do Viaduto de Santa Tereza, com a presença de *headliners* integrando a programação do Festival Descontorno Cultural (evento realizado pela Fundação Municipal de Cultura – FMC) e em 09 Centros Culturais da Fundação em dezembro de 2019.

1.2 Evento de destaque – Lançamento com show de Jorge Benjor

Ação principal de lançamento do Circuito Municipal de Cultura, com show de Jorge Benjor, na Praça da Estação, dia 12 de dezembro de 2019, às 21h, para público estimado de vinte mil pessoas.

Programação ao longo do ano de 2020

From

Após o lançamento, o Circuito Municipal de Cultura terá uma programação mensal integrada, transversal, intersetorial e descentralizada e que terá a premissa de diversificação de público e de área artística contemplada. As atrações de renome nacional serão distribuídas ao longo do ano como estratégia para manter o Circuito na mídia. A ação internacional será realizada por meio de parcerias e oportunidades vislumbradas pela OSC dentro do planejamento estratégico do circuito. Uma curadoria paritária entre OSC e FMC fará a seleção das atrações. Os artistas nacionais e locais poderão enviar suas propostas por meio da plataforma do projeto na internet.

A programação mensal terá o seguinte escopo:

Ações Fora da Caixa – realizar algumas ações para criar novidade. Para isso, propomos a regularidade de trocas entre atrações nacionais e locais da mesma área artística e/ou de áreas distintas para criar experiências inéditas ao longo da realização do Circuito e ampliar a visibilidade da produção da cidade. Isso também acontecerá com uma parte da programação de contrapartidas da Lei Municipal de Incentivo à Cultura e do Descentra. Podemos criar situações inéditas e coletivas a partir de ações propostas por contemplados nesses mecanismos e ainda:

- Utilização de espaço – Ocupar de forma incomum os espaços públicos;
- Circulação de headliner e outros artistas – Convidado de renome nacional (headliner) que circulará por algumas regionais como participação especial. A intenção é criar uma experiência inédita nas comunidades, valorizando a programação nas regionais.

Circuito vocacionado - A programação também poderá ser dividida de acordo com as áreas artísticas, por exemplo, uma programação musical em Venda Nova, de artes visuais na Pampulha, de cultura tradicional e popular na Regional Norte, etc. Assim como podemos pensar em nichos de público, atividades para o público infantil no Barreiro e para a pessoa idosa na Leste entre outras. A escolha de cada programação respeitará a vocação dos espaços públicos selecionados

Semana das Artes – Além da programação mensal que contemplará diversos setores das artes e público diversificado, propomos destacar uma área artística – Semana das artes cênicas (teatro, dança, circo), Semana do audiovisual, Semana das artes visuais, Semana das culturas tradicionais e populares, Semana da música e Semana da literatura. O destaque para cada setor colaborará com a permanência do circuito na mídia; criará aprofundamento dos temas pertinentes às áreas destacadas, inclusive por meio de ações formativas; criará maior adesão dos artistas da cidade e ampliará as possibilidades de parcerias e patrocínios específicos.

Ações Formativas - As ações formativas serão selecionadas através do grupo curatorial paritário entre poder público e O.S.C., em número mínimo de 24 atividades formativas nas áreas artísticas de abrangência do Circuito Municipal de Cultura sendo ministradas por profissionais de comprovada experiência na área, visando impulsionar e conectar produtores e artistas locais com referências nacionais.

Programação especial – Território L4 - O Território L4 (que compreende os bairros Alto Vera Cruz, Taquaril e Granja de Freitas,) tem hoje um dos maiores índices de vulnerabilidade juvenil de Belo Horizonte (IVJ-BH). Esse índice mostra a exclusão social e as situações de risco que envolve a juventude desse território. Nesse sentido, além da integração do circuito com outras atividades realizadas pela PBH no local é importante dialogar com as Comissões de Cultura do L4, com os agentes e espaços culturais locais, com movimentos da juventude e com os

From

equipamentos da PBH no território. Assim, a programação para esse território será potente, terá sentido na comunidade e poderá de fato ser uma ferramenta de transformação.

Programação especial - Zona Cultural Praça da Estação - Atualmente a Zona Cultural Praça da Estação é uma grande aposta da Secretaria Municipal de Cultura. Seu conjunto arquitetônico e urbanístico somado ao grande número de equipamentos com vocação cultural e aos movimentos artísticos e culturais no local fazem da Zona Cultural um importante espaço simbólico da cidade. Propomos a formação de um grupo curatorial composto pelos equipamentos da Zona Cultural Praça da Estação conforme decreto que a regulamenta para, de forma consorciada, eleger o que o Circuito irá fortalecer e propor de programação adicional. Esse grupo também poderá identificar o que cada equipamento terá de programação própria para integrá-la ao Circuito.

Metodologia de seleção das propostas

1. Grupo Curatorial paritário

O grupo curatorial da OSC será composto por 04 representantes da FMC e 04 representantes da OSC. A intenção é constituirmos um grupo de pessoas que tenham conhecimento aprofundado dos seus setores, mas que também consigam propor ações de união e ligação entre as áreas. Propondo reuniões trimestrais de curadoria.

2. Programação dos equipamentos da Fundação Municipal de Cultura

A programação regular dos equipamentos culturais da Fundação Municipal de Cultura podem fazer parte do Circuito, desde que esteja em consonância com o escopo geral do projeto e que integrem a metodologia de envio de informação que será criada pelo CIRC (formulário que conterá as informações necessárias à divulgação do evento e que seja enviado até a data estipulada pela coordenação de comunicação do Circuito).

3. Mobilização nas regionais

A mobilização também será fundamental para o recorte curatorial do Circuito, pois criará um canal aberto de escuta e articulação com a população, principalmente com os grupos culturais organizados, espaços e iniciativas existentes. Estamos prevendo em nossa equipe profissionais que se dedicarão especificamente a essa questão.

4. Contrapartidas – 60 atrações

Após a indicação das contrapartidas existentes pela Fundação Municipal de Cultura o CIRC realizará um trabalho de mapeamento e análise de conexão entre as propostas e a programação formulada e entre as próprias contrapartidas. O objetivo é potencializar as iniciativas e integrá-las ao Circuito.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

5. Ações Intersetoriais

O CIRC, em parceria com a FMC, realizará reuniões regulares com órgãos da PBH, com grupos e coletivos artísticos atuantes na cidade, com gestores e equipe dos espaços culturais da Fundação, entre outros atores e empreendedores para costurar uma ação integrada e transversal na cidade. Essas propostas, assim como as iniciativas vindas das contrapartidas também serão levadas ao grupo curatorial a fim de criarmos ainda mais possibilidades de integração.

Resumo – seleção das propostas:

Seleção de atrações locais, nacionais e ações formativas: Inscrição por meio de hotsite/seleção OSC/validação pelo grupo curatorial. As atrações e ações formativas também podem ser selecionados por convite.

Atração Internacional + ação formativa: mapeamento das iniciativas pela OSC/seleção validada pelo grupo curatorial

Contrapartidas: Mapeamento das contrapartidas pela OSC/proposição da OSC para as atividades isoladas ou conexões entre elas ou entre atividades do Circuito/validação do grupo curatorial.

Ações Intersetoriais e programação existente nos equipamentos da Fundação: Mapeamento das ações e atividades pela OSC/proposição da OSC para as atividades isoladas ou conexões entre elas ou entre as atividades do Circuito/validação do grupo curatorial.

Programação especial Território L4: Mapeamento das atividades e/ou demandas/proposição da OSC para atividades isoladas ou conexões entre elas ou entre atividades do Circuito/validação do grupo curatorial.

Programação especial - Zona Cultural Praça da Estação: Organização de grupo curatorial específico da Zona/Seleção desse grupo de atividades e ações para a região/validação do grupo curatorial

O Grupo curatorial (composto por representantes da OSC e da FMC), trabalhará com as seguintes premissas básicas para a seleção dessas atrações:

1. Contemplar ao longo do ano as 9 regionais da capital mineira, diversificando espaços.
2. Selecionar de forma equânime as áreas artísticas.
3. Considerar a diversidade de público.
4. Distribuir as atrações nacionais e estaduais ao longo do ano.

Inscrição de propostas Será aberta o cadastramento de propostas para as atrações locais, estaduais e nacionais por meio de plataforma no hotsite do evento que contemplará as mesmas

From

áreas artísticas relacionadas no edital. A OSC e a FMC poderão também convidar outras propostas nacionais, estaduais e locais por meio do grupo curatorial do Circuito.

Equipe CIRC

Coordenação geral: Juliana Sevaybricker Miranda Moreira

Gerente de eventos: Bruna Bizzotto

Coordenadora Social: Laura Bastos Pimenta Neves

Equipe de produção: Na Pele (Karu Torres), Ricelli Piva, Neo Cultura e Entretenimento (Victor Magalhães), Bruna Pardini Faria, Vinicius Santos, Nathalia Queiroz, Flavia Fernandes.

Gerente financeiro: Jeane Julia

Assessoria Jurídica: Drummond & Neumayr

Planejamento de campanha: Pop Corn Comunicação

Assessoria de Imprensa: Cristina Sanches e Rosely Berto

Redes Sociais: Culturadoria (Carolina Braga)

Haverá dentro do Circuito Municipal de Cultura produtores flutuantes de eventos, diretor de palco, gerente de planejamento estratégico entre outros prestadores de serviços que estão em processo de definição.

Comunicação e mobilização do Circuito:

A estratégia da comunicação do Circuito contemplará: 1) Fases do Circuito: lançamento e manutenção; 2) Porte do Evento: grandes, médios e pequenos eventos; 3) Localização dos Eventos: região central, periferias e região L4; 4) Período de veiculação: 11 meses aproximadamente. Naturalmente esperamos também contar com as redes de divulgação já existentes, sejam da própria Prefeitura, sejam dos equipamentos culturais (*fanpages*, sites, canais internos, espaços proprietários etc.).

Lançamento: O objetivo é gerar *awareness*, cobrindo a cidade de Belo Horizonte, mas também alcançando outras praças importantes no Estado. Além disso, incluiremos com mais intensidade as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, por meio de propaganda em redes sociais, e demais capitais via assessoria de imprensa. O objetivo é informar sobre a chegada do Circuito regionalmente e nacionalmente, e posicioná-lo como uma promessa de referência no segmento. Os principais meios utilizados nessa fase serão:

- **MOOH** (*mídia out of home*): mobiliário urbano: *backbus* e abrigo e ônibus. Mídia de alto impacto, segmentada, 24 horas por dia e, no caso do *backbus*, ainda temos a mobilidade da mensagem. Praça: Belo Horizonte. Essa mídia poderá ser viabilizada com


From 

a parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, por meio da veiculação. Nesse sentido, solicitamos ao parceiro FMC a veiculação de mídia *out of home* para o lançamento e ao longo de 2020. Caso não seja disponibilizada pela PBH a veiculação, não utilizaremos essa mídia no Circuito.

- **Redes sociais** (Facebook, Instagram e Twitter): principal meio da campanha, as redes sociais permitem grande segmentação do público, não apenas por critérios sócio-demográficos, mas também por interesses (público consumidor de cultura, por exemplo). Com as ferramentas analíticas que essas plataformas disponibilizam, é possível customizar mensagens de acordo com o segmento, criar testes A/B para otimizar investimento e mudar layout e conteúdo em tempo real e sem custo, de acordo com os resultados alcançados. Outra grande vantagem está na possibilidade de compartilhamento da mensagem, ou seja, podemos transformar nosso público em mídia, desde que a mensagem seja relevante. É por meio das redes sociais que vamos conseguir alcançar as cidades fora do Estado.
- **Google Search:** através das ferramentas disponibilizadas pelo maior buscador da internet, o público será direcionado através das pesquisas de palavras-chave para o *hotsite* do circuito
- **E-mail marketing:** disparado para *mailing* da Fundação Municipal de Cultura, além dos equipamentos culturais e da OSC.
- **Folheteria:** cartazes e folhetos distribuídos nos espaços parceiros, como os equipamentos culturais da Prefeitura, além de outros lugares onde haja concentração de público consumidor de cultura, como universidades e bares. Essa folheteria poderá ser viabilizada com a parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, por meio da impressão do material. Nesse sentido, solicitamos ao parceiro FMC a impressão mensal de cartazes e flyers.
- **Rede de espaços parceiros:** fanpages, perfis nas redes sociais, e-mail marketing e canais internos de comunicação (intranet, web banners etc.) de museus, centros de cultura e equipamentos culturais.
- **Hotsite:** o *hotsite* será o desaguadouro de toda a comunicação da campanha. O CTA (call to action) divulgado nas peças publicitárias sempre levarão ao *hotsite*, onde o público encontrará, de forma clara e organizada, toda a programação, com textos, fotos e vídeos sobre as atrações, calendário, conteúdo institucional, espaço para a imprensa, atualização das redes sociais, espaço para assinar newsletter/e-mail marketing, para inscrição de propostas.
- **Assessoria de Imprensa:** as ações da assessoria de imprensa visam conquistar a mais ampla visibilidade para o Circuito Municipal de Cultura, para os artistas e patrocinadores envolvidos. O objetivo é chamar atenção de jornalistas, críticos, editores, influenciadores do meio cultural (online e offline), procurando obter o maior retorno de mídia espontânea em veículos impressos, TV, rádio, além de meios digitais – portais, blogs e redes sociais de influenciadores na capital mineira, no Estado de Minas e nas outras capitais do país. Ações: Preparar o Press Kit (apuração, redação de textos, coleta de fotos, revisão e aprovação junto à OSC e FMC) para ser enviado aos principais veículos impresso, rádio

From [Signature]

TV e digital de alcance nacional; Divulgar o projeto e todas as suas atrações nos veículos das principais cidades do Brasil; Estar sempre à disposição para reuniões, apreciações e sugestões técnicas para um melhor relacionamento com a imprensa nacional e divulgação do projeto; Coletar dados e informações por meio de reuniões presenciais com as pessoas envolvidas nos trabalhos e indicadas pela OSC e FMC; Por meio de reuniões, combinar estratégias de divulgação, para que seja mobilizada a imprensa em várias editorias, conforme o interesse dos trabalhos – cultura, turismo, variedades, cidades e economia; Redigir e distribuir notas exclusivas para colonistas e jornalistas especializados, bem como enviar a eles convites para as atividades do projeto; Sempre que possível, marcar entrevistas em redações e estúdios com os profissionais do Circuito artistas convidados e outras pessoas indicadas pela OSC e FMC; Realizar contatos com os repórteres e editores dos principais jornais das cidades e demais estados brasileiros; Fornecer assessoria permanente durante todo o projeto, recebendo a imprensa in loco, redigindo textos, organizando coletivas e dando todo o suporte necessário com relação a credenciamento da imprensa para cobertura jornalística, lista de convidados, entre outros assuntos.

Manutenção: Aqui, o foco é a divulgação da programação cultural em todos os equipamentos exibidores. Período de divulgação: aproximadamente 10 meses. Para manter a população informada ao longo de quase todo o ano, utilizaremos mídias de baixo custo e contaremos com o apoio da Assessoria de Comunicação da FMC/ SMC. Iremos convidar pessoas que sejam referência em suas comunidades, principalmente aquelas que têm algum ativismo cultural e social, para serem facilitadores e promotores do circuito nos seus bairros e regiões. Sobre as mídias planejadas para essa fase, destacamos:

- **MOOH** (mídia *out of home*): mobiliário urbano: *backbus* e abrigo e ônibus. Mídia de alto impacto, segmentada (podemos escolher espaços de acordo com as regiões / bairros / comunidades que queremos atingir), 24 horas por dia e, no caso do *backbus*, ainda temos a mobilidade da mensagem. Praça: Belo Horizonte. Essa mídia poderá ser viabilizada com a parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, por meio da veiculação. Nesse sentido, solicitamos ao parceiro FMC a veiculação de mídia *out of home* para o lançamento e ao longo de 2020. Caso não seja disponibilizada pela PBH a veiculação, não utilizaremos essa mídia no Circuito
- **Redes Sociais:** mais uma vez, será a principal forma de divulgação da programação, possibilitando segmentação de público de acordo com localidade, faixa etária, interesses etc. Para cada evento, temos a possibilidade de segmentar a mídia de acordo com o perfil do público. Praça prioritária: BH. Praça Secundária: outras capitais do Brasil
- **Influenciadores:** A ideia é convidar influenciadores, microinfluenciadores e *creators*, especialmente ligados à cultura, para divulgarem o Circuito nas suas redes sociais, aproveitando não só a audiência, mas a relação de afinidade e credibilidade que gozam com seus públicos.
- **E-mail marketing:** disparado para mailing da Assessoria de Comunicação da Fundação Municipal de Cultura, além dos equipamentos culturais e da OSC.

From

- **Folheteria:** cartazes e folhetos distribuídos nos espaços parceiros, como os equipamentos culturais da Prefeitura, além de outros lugares onde haja concentração de público consumidor de cultura, como universidades e bares. Essa folheteria poderá ser viabilizada com a parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, por meio da impressão do material. Nesse sentido, solicitamos ao parceiro FMC a impressão mensal de cartazes e -flyers.
- **Rede de espaços parceiros:** *fanpages*, perfis nas redes sociais, e-mail marketing e canais internos de comunicação (intranet, web banners etc.) de museus, centros de cultura e equipamentos culturais.
- **Hotsite:** atualização permanente da programação.
- **Assessoria de Imprensa:** o mesmo descrito na fase de "Lançamento".

Observação: Hotsite responsivo: quando o site automaticamente se adapta em qualquer dispositivo que o usuário esteja visualizando com base no tamanho da tela em que o site é exibido. Ou seja, não importa em qual tipo de dispositivo o site seja acessado sejam eles computadores desktops, notebooks, smartphones, tablets, o site será exibido da melhor maneira para aquele dispositivo.

Porte do Evento: A distribuição da verba de comunicação também obedecerá ao critério do porte do evento. Os grandes eventos, destinados a grandes públicos, necessitam, naturalmente, de uma maior divulgação. Além das peças e ações descritas na fase de Manutenção, eventualmente poderemos lançar mão de mídia massiva, a depender do evento. Nos pequenos e médios eventos, o foco serão ações de comunicação direta, apoio dos parceiros e redes sociais com ou sem impulsionamento.

Localização dos Eventos: A definição dos meios e distribuição da mensagem dependerá muito dos locais onde os eventos acontecerão. A estratégia é descentralizar a comunicação, ultrapassando as fronteiras da região central da cidade. Com as redes sociais (e sua característica de segmentação regional, inclusive por bairros), alcançamos todas as regiões. No entanto, o consumo dessas mídias ainda é desigual e, para falar com a periferia e a região L4 de uma maneira mais próxima e pessoal, lançaremos mão de outros recursos.

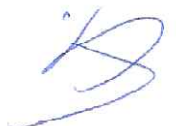
Mobilização

O trabalho de mobilização será continuado reunindo esforços e recursos para garantir a participação ampla da população de BH, principalmente das áreas periféricas. Ela envolve identificação das lideranças locais e o trabalho de facilitadores. O papel de um facilitador, ou seja, de alguém experiente do grupo que tenha visão do todo e faça o planejamento da atuação, é de fundamental importância para que a estratégia alimente os interesses de todos e mantenha o grupo unido. O objetivo é partir das potencialidades de cada comunidade para fortalecê-las e visibilizá-las por meio do Circuito.

Pesquisa



From



A pesquisa nesse projeto pretende fornecer estudo de impacto e satisfação do público, além de medir a efetividade da ação. Nesse sentido, lançamos mão da seguinte metodologia:

Propomos a realização de um estudo primário, com aplicação da metodologia quantitativa. A metodologia quantitativa, a partir da técnica de Survey, consiste na aplicação de questionário estruturado em uma amostra representativa ao universo proposto do estudo.

Conforme Neresh Malhotra “método de survey é um questionário estruturado dado a uma amostra de uma população e destinado a provocar informações específicas dos entrevistados”. A técnica de *tracking* é realizada a partir de um questionário predeterminado, buscando respostas breves e com um prazo de até 48 horas para obtenção de impressões e sensações de um determinado fato.

Com objetivo de atender a demanda do edital da Fundação Municipal de Cultura, realização de pesquisa para medir impacto, percepção e satisfação de público: fornecedores, prestadores de serviço e população em geral, sugerimos 03 tipos de coletas aplicando as duas técnicas – *survey* e *tracking*, conforme o público e o objetivo do estudo.

Análise de impacto do evento: Entrevistas presenciais durante e pós o evento com aplicação de Survey e entrevistas telefônicas, a partir de um *tracking* telefônico automatizado – one too on (com *dashboards* de 05 a 10 perguntas), cuja análise será conjunta aos dados coletados durante entrevistas presenciais.

Análise de satisfação do público: Entrevistas presenciais durante e após o evento, com aplicação de técnica de survey.

Análise de impacto e satisfação de fornecedores e prestadores de serviço: Survey on line a partir de questionários online publicado em link que será disponibilizado via e-mail convite de 100% do universo de empresas e/ou profissionais envolvidos a cada evento.

A amostra desse estudo é probabilística aleatória simples, cujos resultados são expandidos para todo o público em estudo. A partir dessa estrutura podemos realizar as análises comparativas de evolução ou involução dos resultados entre diferentes eventos e também conforme os perfis dos respondentes. A coleta de dados será realizada em uma plataforma apropriada para a aplicação de questionários e estes serão programados conforme “loopins” de perguntas e cotas. Durante a coleta de dados a empresa contratada disponibilizará um coordenador para ser o canal de comunicação entre a equipe de entrevistados e os parceiros (FMC e CIRC) para esclarecimentos e orientações. Todos os entrevistadores serão uniformizados e identificados.

Planejamento de captação complementar

Estratégia

A estratégia de atuação da OSC leva em conta a visão do todo e as particularidades dos “micro” projetos dentro do Circuito para compor a captação de recursos. Nesse sentido, a articulação com possíveis patrocinadores do projeto será contínua e dividida em:

From

Parcerias Master: Empresas e instituições públicas ou privadas mapeadas e identificadas com “alta aderência” ao projeto como um todo, com potencial grande para aportar recursos financeiros e que tenham atuação Nacional, Estadual ou local.

Parcerias por segmento: Empresas e instituições públicas ou privadas mapeadas e identificadas com atividades pontuais do Circuito (podem ter interesse em uma região, em um segmento artístico ou em uma atividade específica), com potencial para aportar recursos financeiros com atuação Nacional, Estadual ou local.

Parcerias Internacionais: Empresas, instituições, Embaixadas, Consulados atuantes no Brasil que tenham projetos em desenvolvimento e que podem ser integrados ao Circuito ou que tenham interesse nas atividades desenvolvidas pelo mesmo.

Parceiros apoiadores: Empresas e instituições públicas ou privadas com potencial para apoio de serviços, bens ou mobilização de voluntários.

Parceiros institucionais: Instituições públicas, grupos e coletivos, organizações da sociedade civil colaboradores do projeto.

O CIRC trabalha na captação de recursos com sua equipe e com profissionais do mercado nessa área. É importante frisar que o ponto nevrálgico do sucesso de uma parceria está no nível de engajamento do parceiro. Nosso trabalho é pautado na meta de obtenção de alto engajamento, criando oportunidades para que os parceiros participem intensamente das etapas fundamentais do projeto. Dessa forma criamos confiança e perenidade nas relações estabelecidas.

Por fim, em consonância com o presente edital o CIRC – Centro de Intercâmbio e Referência Cultural realizará:

1. Seleção de programação Estadual e Nacional composta por pelo menos 36 atrações de diversos estados brasileiros. Atender com atrações de notório reconhecimento para a produção artística contemporânea. A seleção será realizada por grupo curatorial paritário entre poder público e O.S.C.,
2. Seleção Local composta por pelo menos 90 atrações, sendo destas, mínimo de 30 atrações contratadas e outras 60 atrações realizadas através da contrapartida da Lei Municipal de Incentivo a Cultura e/ou edital Descentra, indicadas pela Fundação Municipal de Cultura (a depender da oferta e perfil das contrapartidas citadas), considerando artistas de representatividade em seus territórios e outros com trajetória amplamente reconhecida nacionalmente, garantindo a democratização da participação dos belo-horizontinos na programação.
3. Seleção de no mínimo 24 atividades formativas nas áreas artísticas de abrangência do Circuito Municipal de Cultura, ministradas por profissionais de comprovada experiência na área, visando impulsionar e conectar produtores e artistas locais com referências nacionais. A seleção será realizada por grupo curatorial paritário entre poder público e O.S.C.,
4. Realizará parcerias com instituições privadas, no intuito de viabilizar produções internacionais que estejam circulando no Brasil no mesmo período do Circuito Municipal de Cultura e realizar pelo menos 01 apresentação com artista de comprovado renome, acompanhada de 01 ação formativa;

[Handwritten signatures]
Florian

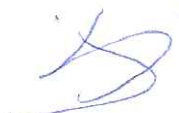
5. Realizará atividades culturais gratuitas e caso necessário (em acordo com a Fundação Municipal de Cultura) a preços populares (preço máximo até R\$20,00 a inteira) , contribuindo para a democratização do acesso à cultura, exceto as atividades formativas que deverão ser totalmente gratuitas.
6. Criará programação especial para o território L4 (localizado na regional Leste da cidade, fazendo divisa com Sabará/MG) e a Zona Cultural Praça da Estação atendendo às demandas da comunidade e estudos já realizados, sobretudo no L4, considerando o modelo de plano local, já desenvolvido por Comissão Local de Cultura;
7. Criará um evento de destaque para o lançamento do Circuito Municipal de Cultura, anunciando nacionalmente o início dos trabalhos;
8. Atenderá, de modo o mais equânime possível às linguagens artísticas propostas, para que a programação seja diversa;
9. Contemplará atividades que atendam a demanda de um público amplo, considerando a diversidade de faixa etária, gênero, raça e pessoas com necessidades especiais;
10. Articulará com instituições diversas, a concessão de patrocínio, apoio financeiro ou de serviços, incluindo projetos nas Leis de Incentivo Estadual e Federal;
11. Elaborará e executará Plano de Comunicação previamente aprovado com a ASCOM-FMC, que deverá ser composto por um amplo mix, incluindo mídias alternativas on e off line, criação de hot site, registros de foto e vídeo, garantindo divulgação com alcance territorial (dentro das regionais e suas microrregiões), local (incluindo a região da Grande BH) e nacional (contratação de serviço de que atenda ao Plano Nacional);
12. Realizará uma pesquisa de satisfação com o público, os fornecedores e os prestadores de serviço (incluindo os artistas) de forma a mensurar os impactos (artísticos, culturais, econômicos, sociais, entre outros), a percepção do público (pontos de melhorias e atenção) e a efetividade da gestão ao longo de toda a execução do projeto;
13. Garantirá que as ações do Circuito Municipal de Cultura ganhem visibilidade nacional, projetando Belo Horizonte no cenário cultural brasileiro.
14. Garantirá a inexistência de propostas de cunho doutrinário religioso, que façam apologia ao crime, ou que promovam ou incitem o preconceito (inclusive de origem, raça, etnia, cor, gênero, identidade sexual e geracional) ou qualquer forma de discriminação.


From 

6. FORMA DE EXECUÇÃO ¹				
Metas	Ações	Indicadores	Documentos para verificação	Prazo de execução
Macro ações (resultados parciais) a serem realizadas. Devem ser quantificáveis, verificáveis e com prazo definido.	Operações concretas a serem realizadas para o atingimento da meta. Uma mesma meta pode exigir a realização de mais de uma ação.	Unidade de medida do alcance de uma meta. É a forma de aferição do cumprimento ou não da meta. Deve ser passível de verificação.	Documentos que contêm os elementos para verificação dos indicadores. É o instrumental no qual o indicador pode ser analisado. Ex. fotografias, Lista de presença, planilha, banco de dados, certificados etc.	Prazo em que a meta deverá ser atingida.
1 – Realizar mínimo de 151 atrações	Constituir Grupo Curatorial Paritário	Atrações selecionadas	Atas de Reuniões	Em até 30 dias (a contar da data de assinatura do Termo de Colaboração)
	Contratar equipe de trabalho (administrativo e produção de eventos)	Equipe contratada	- Contratos de trabalho	Mês 1-2
	Realizar evento de lançamento do projeto	Evento realizado junto ao Descontorno	- <i>Holsite</i> do evento; <i>Clipping</i> , fotos e vídeos do evento.	Mês 2
	Realizar show de lançamento com Jorge Benjor	Show de Jorge Benjor na Praça da Estação, dia 12 /12/2019	<i>Clipping</i> , fotos e vídeos do evento.	Mês 2
	Contratação de <i>headliners</i> ;	Agendas bloqueadas das atrações consideradas de maior destaque (artistas com potencial de mobilizar grandes públicos)	Contratos assinados	Meses 2 – 3
			Pagamento de sinal realizado	

¹ A tabela poderá ser customizada de forma a atender a melhor descrição do projeto ou atividade. Com a inclusão de novas linhas para as metas, ações, indicadores, etc.

Tram

163

	Selecionar mínimo de 30 atrações locais de renome	Atrações contratadas	Divulgação <i>on line</i> da grade de programação (<i>hotsite</i> do evento); <i>Clipping</i> , fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Meses 2- 9
	Selecionar mínimo de 12 atrações estaduais de renome		- Contratos; - Divulgação <i>on line</i> da grade de programação (<i>hotsite</i> do evento); - <i>Clipping</i> , fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Meses 2 – 9
	Selecionar mínimo de 24 atrações nacionais de renome		- Contratos; - Divulgação <i>on line</i> da grade de programação (<i>hotsite</i> do evento); - <i>Clipping</i> , fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Meses 2 – 9
	Selecionar mínimo de 1 (uma) atração internacional de renome		- Divulgação <i>on line</i> da grade de programação (<i>hotsite</i> do evento); - <i>Clipping</i> , fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Meses 2 – 9
	Selecionar mínimo de 24 ações formativas		- Contratos; - <i>Hotsite</i> do evento - Divulgação <i>on line</i> da grade de programação; - <i>Clipping</i> , fotos e vídeos das atrações sendo realizadas.	Meses 2 – 9
	Publicizar o credenciamento de artistas em banco de dados <i>on line</i>	Banco de Credenciamento	Relatório gerado pelo banco de credenciamento <i>on line</i> (lista de inscritos no <i>hotsite</i> do evento)	Mês 2-12

From 

464

2 – Elaborar e executar Plano de Comunicação de abrangência nacional, previamente aprovado pela ASCOM-FMC.	Contratar empresa especializada	Empresa contratada	Criação de identidade visual			
			Criação de hot site		Meses 1 - 2	
			Contratação de pacotes de mídia			
			Contratação de empresa de <i>clipping</i>		Meses 1-2	
			Relatórios de Comunicação (trimestrais);		Meses 3 -6-9-12	
3 – Articular para captação de recursos adicionais (apoios, patrocínios e leis de Incentivo a Cultura)	Elaborar plano específico para o evento de lançamento do Circuito Municipal de Cultura	Resultado de pesquisa de público do evento	- Relatório pós-evento contendo registro audiovisual e <i>clipping</i> do evento		Meses 1-2	
			- <i>Hoiste</i> do evento			
			- Material gráfico e demais mídias		Meses 2-12	
			- Registro em fotos e vídeos;			
			- <i>Clipping</i> do evento.			
4 – Realizar pesquisa de satisfação	Contratos com empresas patrocinadoras ou possíveis parceiros e apoiadores	Envio e material de apresentação do projeto Circuito Municipal de Cultura	- E-mails;			
			- Atas de reuniões;			
			- Inserção de marcas no material de divulgação do Circuito Municipal de Cultura;		Meses 1 – 10	
			- Contratos de patrocínios e apoios			
			Registro das inscrições realizadas			
4 – Realizar pesquisa de satisfação	Contratar empresa especializada	Pesquisas realizadas	- Relatórios trimestrais;		Meses 3, 6, 9 e 12	
			- Relatório final			

Tram



465

8.2 Previsão de Despesas										
ftn1	Nome da Natureza da Despesa As naturezas estão pré-definidas no SUGC	Item de despesa		ftn2	Unidade	Valor Médio Unitário da Despesa	Quantidade	TOTAL	TOTAL POR NATUREZA	ftn3 Repassa ou Contrapartida
		Nº	Informar os itens específicos de despesa	Média obtida por meio da orçamentação						
319011	Vencimentos e vantagens fixas – pessoal civil		Salários e Ordenados		Mês	10.474,25	12	125.691,00	150.130,92	Repassa
		01	Provisão de Férias	10.474,25	Mês	13.965,67	1	13.965,67		
			Provisão de 13º salário		Mês	10.474,25	1	10.474,25		
319013	Obrigações patronais	02	INSS	2.775,68	Mês	2.775,68	12	33.308,12	59.057,33	Repassa
		02	INSS S/ 13º SALARIO	2.775,68	Unidade	2.775,68	1	2.775,68		
		02	INSS S/ FÉRIAS	3.700,91	Unidade	3.700,91	1	3.700,91		
		03	FGTS	837,94	Mês	837,94	12	10.055,28		
		03	FGTS S/ 13º SALARIO	837,94	Unidade	837,94	1	837,94		
		03	FGTS S/ FÉRIAS	1.117,25	Unidade	1.117,25	1	1.117,25		
		03	FGTS Rescisório	6.005,24	Unidade	6.005,24	1	6.005,24		
		06	PIS/Folha de Pagamento	104,74	Mês	104,74	12	1.256,91		
		04	COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES AUTOMOTIVOS	2,79	Litro	2,790	145X12	4.854,60		
		12	MATERIAL DE ESCRITÓRIO- DIVERSOS	355,51	Mês	355,51	12	4.266,12		
339030	Material de consumo	13	MATERIAL DE ESCRITÓRIO - HD	466,03	Unidade	466,03	2	932,06	13.844,50	Repassa
		99	OUTROS MATERIAIS DE CONSUMO -ABRAÇADEIRA NYLON- PCTE 100 UNID	38,40	Pacote	38,40	40	1.536,00		
		99	OUTROS MATERIAIS DE CONSUMO -FITA CREPE LARGA - PACTE 2 UNID	18,45	Pacote	18,45	20	369,00		
		99	OUTROS MATERIAIS DE CONSUMO -FITA DUPLA FACE	34,30	Unidade	34,30	20	686,00		
		31	MATERIAL DE LIMPEZA E PRODUÇÃO DE HIGIENIZAÇÃO	51,64	Mês	51,64	12	619,68		
		39	GÊNEROS DE ALIMENTAÇÃO - LANCHES	48,42	Mês	48,42	12	581,04		
		03	SERVIÇOS DE CONSULTORIA CONTABIL	1.004,64	Mês	1.004,00	12	12.048,00		
339035	Serviços de consultoria	04	SERVIÇOS DE CONSULTORIA JURÍDICA	300,00	Hora	294,12	170	50.000,00	62.048,00	Repassa
339036	Outros serviços de	02	ESTAGIARIOS	1.100,00	Mês	1.100,00	12	13.200,00	33.360,00	Repassa

Form

466

	terceiros - pessoa física		04	LOCAÇÃO DE IMÓVEIS - SALAS	1.680,00	Mês	1.680,00	12	20.160,00	
339037	Locação de mão de obra		01	LOCAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSERVAÇÃO E LIMPEZA - LIMPADORES	166,00	Agente	166,00	100	16.600,00	80.725,40
			02	LOCAÇÃO DE SERVIÇOS DE VIGILÂNCIA	225,00	Agente	225,00	212	47.700,00	
			05	LOCAÇÃO DE SERVIÇOS DE CARREGADORES	159,00	Agente	159,00	68	10.812,00	
				LOCAÇÃO DE SERVIÇOS DE BRIGADISTAS DE INCENDIO	280,67	Agente	280,67	20	5.613,40	
339039	Outros serviços de terceiros - pessoa jurídica		01	ASSINATURA ANUIDADES-EMAIL PROJETO G SUITE	27,00	Mês	27,00	12 X 4	1.296,00	2.325.928,23
			04	SERVIÇOS DE ENERGIA ELÉTRICA	567,69	Mês	567,69	12	6.812,28	
			05	SERVIÇOS DE ÁGUA E ESGOTO	94,59	Mês	94,59	12	1.135,08	
				SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES - INTERNET	86,79	Mês	86,79	12	1.041,48	
			07	SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES - TELEFONE	69,99	Mês	69,99	12 X 3	2.519,64	
				FORNECIMENTO DE ALIMENTAÇÃO - REFEIÇÕES	24,50	Unidade	24,50	549	13.450,50	
				FORNECIMENTO DE ALIMENTAÇÃO - KIT CAMARIM	13,95	Unidade	13,95	306	4.268,70	
			12	FORNECIMENTO DE ALIMENTAÇÃO - SERVIÇOS DE CAMARIM	85,00	Serviço	85,00	26	2.210,00	
				GÊNEROS DE ALIMENTAÇÃO - ÁGUA	0,50	Copo	0,50	1500	750,00	
			13	SERVIÇOS GRÁFICOS - IMPRESSÃO PROGRAMAÇÃO	0,37	Mês	0,37	8000 X 11	32.560,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - CARTAZ	2,55	Mês	2,55	150 X 11	4.207,50	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - PULSEIRAS DE ACESSO	21,00	Unidade	21,00	5	105,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - CRACHÁS	11,05	Unidade	11,05	100	1.105,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - CAMISAS	25,45	Unidade	25,45	100	2.545,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - BANNERS	55,00	Unidade	55,00	40	2.200,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - FAIXA - LETREIRO	120,00	Unidade	120,00	40	4.800,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - LONAS PALCO- m2	98,00	M2	98,00	84	8.232,00	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - PRESS KIT- 25 unidade/mêsX 11 meses	21,75	Unidade	21,75	25 X 11	5.981,25	
				SERVIÇOS GRÁFICOS - BOOK CAPTACAO	53,75	Unidade	53,75	19	1.021,25	

Handwritten signature and initials.

Handwritten signature and initials.

	SERVIÇOS GRÁFICOS - IMPRESSÕES P&B	0,14	Unidade	0,14	1500	210,00
	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - RADIOS COMUNICADORES	30,00	Unidade	30,00	40	1.200,00
	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - PAINEL DE LED - M2	462,33	Unidade	462,33	40	18.493,20
17	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - - KIT SONORIZAÇÃO PORTE I	3.550,00	Unidade	3.550,00	10	35.500,00
	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - - KIT SONORIZAÇÃO PORTE II	7.800,00	Unidade	7.800,00	10	78.000,00
	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - - KIT ESPAÇO ABERTO	15.000,00	Unidade	15.000,00	2	30.000,00
	LOCAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS - GERADOR 180KVAs	2.554,00	Unidade	2.550,00	2	5.100,00
18	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - TRANSFER CARROS	170,00	Diária	170,00	60	10.200,00
	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - CARROS	415,00	Diária	415,00	32	13.280,00
	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - VANS	515,00	Diária	515,00	29	14.935,00
	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - TRANSFER VANS	245,00	Diária	245,00	26	6.370,00
	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - MICRO	765,00	Diária	765,00	2	1.530,00
	LOCAÇÃO DE VEÍCULOS - TRANSFER MICRO	425,00	Diária	425,00	2	850,00
19	FRETES E TRANSPORTES DE ENCOMENDAS - CAMINHÃO CARGA NACIONAL	4.000,00	Serviço	4.000,00	9	36.000,00
	FRETES E TRANSPORTES DE ENCOMENDAS - CAMINHÃO CARGA LOCAL	800,00	Serviço	800,00	11	8.800,00
	FRETES E TRANSPORTES DE ENCOMENDAS - MOTOBOY	565,00	Mês	500,00	12	6.000,00
20	SEGUROS EM GERAL - ESTAGIÁRIO	20,13	Mês	20,13	12	241,56
22	SEGURO EVENTO ABERTURA	3.702,47	Serviço	3.702,47	1	3.702,47
	CACHÊ DE PEQUENO PORTE SEM ESTRUTURA	2.000,00	Cachê	2.000,00	10	20.000,00
	CACHÊ DE PEQUENO PORTE	4.133,33	Cachê	4.130,00	26	107.380,00
	CACHÊ DE MÉDIO PORTE 1	6.500,00	Cachê	6.500,00	11	71.500,00
	CACHÊ DE MÉDIO PORTE 2	8.000,00	Cachê	8.000,00	9	72.000,00

468

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Thom *[Handwritten signature]*

	CACHÊ DE GRANDE PORTE 1	12.633,33	Cachê	12.750,00	5	63.750,00
	CACHÊ DE GRANDE PORTE 2	21.500,00	Cachê	20.000,00	3	60.000,00
	CACHÊ SHOW ABERTURA 1	205.000,00	Cachê	205.000,00	1	205.000,00
	CACHÊ DE HEADLINERS 1	114.000,00	Cachê	114.000,00	1	114.000,00
	CACHÊ DE HEADLINERS 2	50.000,00	Cachê	50.000,00	1	50.000,00
	CACHE INTERNACIONAL -	12.150,00	Cachê	12.150,00	1	12.150,00
	CACHÊ DE AÇÕES FORMATIVAS	153,33	Hora	155,00	8 X 24	29.760,00
	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - BACKBUS	375,00	Serviço	375,00	60	22.500,00
23	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - ABRIGO DE ONIBUS	56,50	Serviço	56,50	60	3.390,00
	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - HOTSITE	19.056,00	Serviço	18.112,00	1	18.112,00
	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	86.206,00	Serviço	35.344,46	1	35.344,46
	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - SOCIAL MÍDIA - REDES SOCIAIS - GESTÃO DE PRESENÇA	12.000,00	Mês	5.000,00	12	60.000,00
24	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - IMPULSIONAMENTO NAS REDES SOCIAIS	50.000,00	Serviço	50.000,00	1	50.000,00
	SERVIÇOS DE AUDIO E VÍDEO - FILMAGEM DA ABERTURA	5.740,00	Serviço	5.740,00	1	5.740,00
	SERVIÇOS DE AUDIO E VÍDEO - FILMAGEM DO EVENTO	752,42	Diária	700,00	38	26.600,00
	SERVIÇOS DE AUDIO E VÍDEO E FOTO - FOTOGRAFO	410,00	Diária	300,00	40	12.000,00
36	HOSPEDAGENS DPL	167,95	Diária	167,95	106	17.802,70
	HOSPEDAGENS SGL	178,95	Diária	178,95	34	6.084,30
	HOSPEDAGEM SHOW ABERTURA SUITE LUXO	793,50	Diária	793,50	3	2.380,50
	HOSPEDAGEM SHOW ABERTURA SGL	344,12	Diária	344,12	9	3.097,08
	HOSPEDAGEM SHOW ABERTURA DPL	405,67	Diária	405,67	10	4.056,70
	PASSAGENS AÉREAS INCLUSO TARIFA EMBARQUE	855,00	Unidade	756,60	127	96.088,20
	PASSAGENS RODOVIARIAS	286,30	Unidade	286,30	55	15.746,50

From

(60)

42	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL - TÉCNICO EM INFORMÁTICA	315,00	Mês	315,00	12	3.780,00
	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL - PROJETO DE INCENDIO MEDIO	2.925,00	Serviço	2.925,00	2	5.850,00
	SERVIÇO DE INSTALAÇÃO ELÉTRICA PROVISÓRIA	900,00	Diária	800,00	8	6.400,00
	SERVIÇOS GERAIS PARA APOIO NOS EVENTOS	207,33	Diária	207,00	10	2.070,00
43	SERVIÇOS DE SOCORRO E SALVAMENTO - AMBULÂNCIA	1.782,50	Unidade	1.782,50	2	3.565,00
53	SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EM GERAL - CORREIOS	46,75	Unidade	46,75	30	1.402,50
56	DILIGÊNCIAS EM GERAL - VISTORIA	3,59	Verba	3,59	0,07X2400X2	1.206,24
58	DIREITOS AUTORAIS - ECAD	170,67	Serviço	170,67	40	6.826,80
	DIREITOS AUTORAIS - ECAD	48,60	Serviço	48,60	80,92	3.932,71
99	ASSESSORIA DE IMPRENSA	4.205,00	Mês	4.205,00	12	50.460,00
	CURADORES-4 curadores e apenas 3 remunerados	5.200,00	Serviço	4.000,00	3	12.000,00
	GERENTE FINANCEIRO	7.700,28	Mês	7.700,00	12	92.400,00
	GERENTE DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	14.825,66	Mês	8.000,00	12	96.000,00
	GERENTE DE EVENTOS	5.881,68	Mês	4.650,00	12	55.800,00
	COORDENADOR SOCIAL / MOBILIZADOR COMUNITÁRIO	5.244,17	Mês	3.000,00	12	36.000,00
	ASSISTENTE DE MOBILIZAÇÃO - 4 PESSOAS	1.836,13	Mês	1.000,00	11x4	44.000,00
	PRODUTORES DE EVENTOS	3.567,38	Mês	3.500,00	12 X 4	168.000,00
	ASSISTENTE DE PRODUÇÃO - LANÇAMENTO- 9 PESSOAS DURANTE 15 DIAS	1.169,10	Serviço	1.169,10	9	10.521,90
	ASSISTENTE DE PRODUÇÃO - FLUTUANTE	2.338,20	Serviço	2.338,00	10 X 3	70.140,00
	DIRETOR DE PALCO	1.317,33	Diária	1.317,33	3 X 2	7.903,98
	TÉCNICO DE SOM E LUZ	627,33	Serviço	450,00	38	17.100,00
	MESTRE DE CERIMÔNIA	714,00	Hora	714,00	3 X 2	4.284,00
	ROADIE	397,33	Serviço	397,33	4	1.589,32
	INTERPRETE DE LIBRAS	120,00	Serviço	120,00	40	4.800,00

Form

470

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

339049	Auxílio transporte	01	AUXILIO TRANSPORTE	601,75	Mês	601,75	12	7.221,00	7.221,00	repasse
TOTAL								2.734.110,75	2.734.110,75	

1602

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Tramite *[Handwritten signature]*

7. PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo de execução das ações a serem realizadas no âmbito da proposta será de 12 (doze) meses (menor que o prazo de vigência da parceria, de 15 (quinze) meses, que também acoberta atos de preparação e de encerramento das ações realizadas).

8. PREVISÃO DE RECEITAS E DESPESAS

8.1 Previsão de Receitas

Origem	Valor
Repasse	R\$ 2.734.110,75
Contrapartida	R\$ 0,00
Total	R\$ 2.734,110,75



Tram 

9. CONTRA PARTIDA DA ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL

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

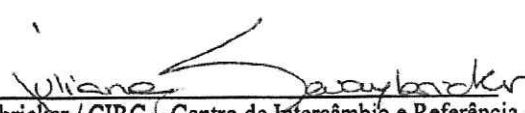
10. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO (a ser preenchido pelo Município):

1ª Parcela	2ª Parcela
R\$ 2.234.110,75	R\$ 500.000,00

TOTAL: 2.734.110,75 (dois milhões, setecentos e trinta e quatro mil cento e dez reais e setenta e cinco centavos)

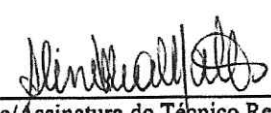
11. ASSINATURA DA O.S.C.

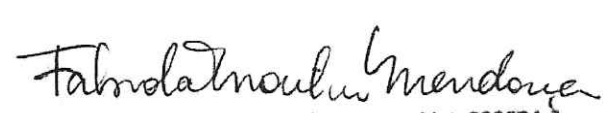
Belo Horizonte, 11 de novembro de 2019


Juliana Sevaybricker / CIRC - Centro de Intercâmbio e Referência Cultural

12. APROVAÇÃO PELO MUNICÍPIO

Belo Horizonte, 14 de novembro de 2019


Nome/Assinatura do Técnico Responsável/BM
Vila Real - Matr.: 000506-0
Departamento de Promoção das Artes
Fundação Municipal de Cultura


Fabíola Moulín Mendonça - Matr.: 000504-4
Presidente
Fundação Municipal de Cultura

Tram 