



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

SABRINA ANTUNES FIUZA

NOVOAR
MEMÓRIA DE UM PROJETO CULTURAL

Salvador
2019.2

SABRINA ANTUNES FIUZA

NOVOAR
MEMÓRIA DE UM PROJETO CULTURAL

Memória do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Comunicação com Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientação: Prof. Dr. Leonardo Costa

Salvador
2019.2

RESUMO

FIUZA, Sabrina Antunes. Novoar - Memória de um projeto cultural. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2019.

Este trabalho apresenta o memorial descritivo da concepção e planejamento da primeira edição do Festival Novoar - projeto que visa a realização de diversas ações a fim de reforçar a importância da educação musical na infância e adolescência e fortalecer a atuação de programas socioeducativos que trabalham na área. Entre suas ações, encontram-se: espetáculo musical que une grupos musicais advindos de programas sociais a nomes da música popular, oficinas com escolas da rede pública e campanha de arrecadação de doações. O Festival acontecerá pela primeira vez entre março e abril de 2021 em Salvador.

Palavras-chave: Festival de Música; Educação Musical; Programas Socioeducativos.

SUMÁRIO

1 Introdução	5
2 A transformação social através da música	7
2.1 <i>El Sistema</i>	8
2.2 NEOJIBA.....	10
2.3 Projeto Guri.....	12
3 Programas socioeducativos: principais colaboradores da educação musical	14
3.1 Projetos e programas sociais autônomos em Salvador.....	15
3.1.1 Band'erê.....	16
3.1.2 Pracatum Escola de Música.....	16
3.1.3 Laboratório Musical Rumpilezzinho.....	17
3.1.4 Quabales.....	17
4 União de forças com a música popular brasileira	19
4.1 A visibilidade como uma facilitadora de financiamento.....	19
4.2 A tradição identitária da música popular brasileira em Salvador.....	20
4.3 A música popular como estratégia.....	21
5. O Projeto	23
5.1 Análise de Similares.....	26
5.2 <i>Naming</i>	32
5.3 Planejamento.....	33
5.3.1 O Anfitrião.....	33
5.3.2 Programação.....	35
5.3.3 Definição de objetivos.....	38
5.3.4 Definição de metas.....	39
5.3.5 Elaboração do Cronograma.....	40
5.3.6 Elaboração do Orçamento.....	42
5.3.7 Inscrição em editais.....	43

5.3.8 Outras formas de patrocínio.....	47
5.3.8 Identidade Visual.....	48
6 Considerações Finais.....	52
Referências Bibliográficas.....	53
Anexos.....	56

1 Introdução

O presente memorial tem como propósito documentar o processo de idealização e elaboração do Festival Novoar. Percorrendo todas as etapas de concepção do projeto cultural, o memorial traz em sua narrativa os caminhos traçados desde a contextualização ligada ao tema e o embasamento teórico até chegar a atual estrutura.

O Festival Novoar surgiu, principalmente, da minha paixão pela música. Essa arte sempre foi um ponto de motivação para mim em todas as fases da minha vida - foi, aliás, o que me trouxe para a Produção Cultural. Desde criança, tenho a música como minha facilitadora, de expressão, aprendizado, terapia e companhia - e sentia que a minha formação como produtora não poderia ser realizada sem que fosse voltada à ela. Sendo assim, a educação musical entra no projeto como temática fundamental, entendendo seus efeitos determinantes no desenvolvimento de uma pessoa e também considerando que sem ela não há possibilidade da música continuar se renovando e causando tais efeitos na sociedade.

Coincidentemente, pouco tempo depois de decidir elaborar um projeto voltado à educação musical, comecei a estagiar no NEOJIBA - Programa socioeducativo de prática coletiva da música. Durante minha experiência lá pude entender como o programa funcionava internamente, quais eram seus maiores desafios e principais metas. Por trabalhar no setor de Captação de Recursos, pude notar como o programa ainda não tinha estabilidade financeira suficiente - pois durante todo o ano existia uma equipe focada em captar recursos para a manutenção de suas atividades, já que o aporte que o Governo concede não cobria todos os seus gastos. Essa constatação acabou me instigando a investigar outros programas sociais, pois, o NEOJIBA é uma política de governo, e se mesmo configurado como tal ainda não tinha estabilidade financeira, como seria a realidade de programas que possuem pouco ou nenhum apoio do Estado? Quais seriam as estratégias para os manterem em atividade e em pleno desenvolvimento?

A partir disso foram mapeados projetos e programas sociais de educação musical que existiam tanto dentro da cidade quanto fora desta, e que funcionam como referência para outros na atualidade, a fim de entender de fato a importância da atuação deles e os resultados que trazem para a comunidade do entorno. Cheguei à conclusão de que a principal estratégia para manter a estabilidade e existência de um programa seria a sua visibilidade, pois só assim esse poderia criar laços com os mais diversos públicos, que poderiam ser possíveis patrocinadores e incentivadores de suas atividades.

Ademais, foram listados os projetos sociais de Salvador que mais se encaixam na proposta do Festival Novoar: projetos que já possuem uma estrutura de atividades, com forte atuação regional, mas que não obtêm apoio do Estado e que têm visibilidade limitada quando se pensa no cenário musical como um todo na cidade.

Como estratégia de fortalecimento, foram pensadas ações dentro do Festival que pudessem impulsionar a visibilidade desses projetos. Para ter ações e atividades mais personalizadas, foi decidido que cada edição desse Festival seria dedicada apenas a um programa por vez. Não faria sentido trabalhar com um programa social só, já que visava o fortalecimento da educação musical na cidade como um todo, portanto, a estrutura do Novoar foi pensada para ser um projeto de continuidade com resultados a longo prazo.

2 A transformação social através da música

Os bens da música no comportamento humano são conhecidos desde a Grécia Antiga pelo seu significado cultural-intelectual, onde acreditavam que a música provocava efeitos relacionados à expressão, a animação e emoção - através do ritmo e da harmonia -, de acordo com Marisa Fonterrada (2005) em seu livro “De tramas e fios: um ensaio sobre música e educação”. Foram analisados como fonte de pesquisa estudos que comprovam as consequências positivas da música no desenvolvimento humano, onde ao ser inserida no cotidiano de uma pessoa desde a infância pode assumir o papel de facilitadora em diversos aspectos da educação - a ser demonstrado ao longo do presente capítulo.

Segundo o artigo “A Música como Instrumento Lúdico de Transformação”, de Aparecida Barbosa (2012), o estudo musical representa a possibilidade de aprender prazerosamente por possuir métodos lúdicos no processo de assimilação do conhecimento. Portanto, pode-se observar como os caminhos da música se encontram com os caminhos de outras áreas da educação em diversos aspectos.

Ao trabalhar com os sons ela [uma pessoa] desenvolve sua capacidade de ouvir melhor - pelo detalhamento de ritmos e sentimentos musicais; ao acompanhar com gestos ou danças ela está trabalhando a coordenação motora e sua atenção e concentração; ao cantar ou imitar sons ela está descobrindo suas capacidades e se relacionando com o ambiente em que vive. (WEIGEL, 1988 e BARRETO, 2000 apud GARCIA e SANTOS, 2012).

Dessa forma, conforme afirma a citação acima, a educação musical surge como uma facilitadora do desenvolvimento cognitivo. Ou seja, ao decodificar os códigos em uma partitura, memorizar um arranjo, criar e repetir harmonias, memorizar posições para tocar instrumentos, etc, uma criança pode ter sua escuta reforçada, assim como seu senso de identificação, treino, concentração, raciocínio lógico e memorização - habilidades também necessárias para desenvolvimento da leitura, escrita e realização de cálculos, por exemplo.

Além dos aspectos sensoriais, a música está inclusa nos valores afetivos - ambos necessários para o desenvolvimento social, segundo Violeta Gainza (2011).

A mesma afirma que a música pode influenciar na *persona* humana, e que deveria ser uma disciplina obrigatória em todos os programas de formação básica, de acordo com as virtudes que fazem desta uma experiência peculiar, única e insubstituível para a existência humana. Assim, percebe-se que a música consegue influenciar aspectos sociais também, algo que pode ser observado na atuação de programas como o *El Sistema*, NEOJIBA e Projeto Guri. Tais programas atuam prioritariamente em áreas de vulnerabilidade social, e notou-se com sua presença uma mudança no comportamento das crianças e dos jovens envolvidos. Como característica em comum, estes utilizam-se da prática musical coletiva como método de ensino, o qual demonstrou benefícios psicossociais importantes no cotidiano de uma pessoa, dentre eles: a capacidade de atuar em equipe, empatia e aumento da auto-estima.

2.1 *El Sistema*

Mais conhecido como *El Sistema*, o Sistema Nacional das Orquestras Juvenis e Infantis da Venezuela foi criado por José António Abreu em 1975. Abreu foi um grande maestro, pianista, educador, economista, entre outras habilidades e profissões, e seu trabalho social foi premiado pela UNESCO em 1993 (Prêmio Internacional de Música) e em 2008 ganhou o prêmio Príncipe das Astúrias para as Artes, da Espanha.

O programa conseguiu suceder e garantir seu crescimento por mais de 40 anos e seu modelo é usado como referência em programas de ensino musical por todo o mundo, pois mais de 50 países já o replicaram. Infelizmente está estagnado por conta de bloqueios de verbas, de acordo com a reportagem de Isabella Menon (2018) para a Folha de São Paulo, devido a grande crise política e econômica que toma a Venezuela. Hoje músicos formados no Sistema se espalham por diversos

países, incluindo o maestro Gustavo Dudamel¹, que integrou o programa desde o início.

Política pública do *Ministerio de Salud y Desarrollo Social*, o *El Sistema* configura-se pela maior Política de Estado relacionada a educação musical e desenvolvimento social que já existiu, de acordo com o documentário “*Tocar y Luchar*” (2006). Contou com 180 núcleos de orquestras e coros - ou seja, centros de ensino musical para orquestras sinfônicas - em todos o país, envolveu dez mil professores, 900 mil alunos moradores de bairros em situação de vulnerabilidade e 220 jovens orquestras (entre elas, a *Orquesta Sinfónica Simón Bolívar*²). Especialistas do mundo inteiro reconhecem a excelência das orquestras do programa durante o documentário, e afirmam como este é referência para diversos programas sociais. Sua metodologia baseia-se no ensino e prática musical coletiva, e cada aluno que integra o programa passa por diversos núcleos e orquestras para evoluir profissionalmente - muitos dos que conseguem entrar nas orquestras principais são também monitores dos núcleos iniciantes e intermediários, algo que é incentivado pelo programa também por trazer inspiração aos outros alunos e como método de fixação do conhecimento.

“Ao descobrir que é importante em algo, uma criança pode aspirar coisas melhores para ela e para sua comunidade”, afirmou José António Abreu, no documentário *The El Sistema Music Revolution* em 2009. Ele explica que, ao se sentir especial e parte de algo maior do que ela, uma criança em uma situação de vulnerabilidade pode se sentir mais estimulada a se desenvolver pessoalmente e profissionalmente - mesmo em um cenário com pouca predisposição para isso. E, ao participar de um grupo de prática musical, pode desenvolver maiores percepções do coletivo, identificando a importância de cada integrante dentro deste, podendo

¹ Gustavo Dudamel é um maestro e violinista venezuelano formado pelo El Sistema. Atual maestro principal da Orquestra Sinfônica de Gotemburgo, diretor musical da Orquestra Filarmônica de Los Angeles, nos Estados Unidos e diretor artístico, desde 1999, da Orquestra Sinfônica Simón Bolívar.

² A Orquestra Sinfônica Simón Bolívar é uma orquestra jovem venezuelana que faz parte do *Sistema Nacional de las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela*. Em 2007, foi aclamada pela crítica quando se apresentou no Royal Opera House, Londres.

aspirar o desenvolvimento de seu grupo e de sua comunidade como um todo, a partir de uma conexão estabelecida entre eles.

Crescer em um país como a Venezuela, com tamanha desigualdade social e negligência nos setores primordiais para o desenvolvimento humano, dentro de uma comunidade em situação de vulnerabilidade, pode significar viver em uma realidade social com grande índice de violência e com pouco espaço para reflexões pessoais acerca da identidade e propósito de cada um. No documentário *El Sistema* (2008) é possível perceber a situação de vulnerabilidade em que viviam os integrantes do programa - que demonstram pensamento crítico a respeito da situação que sua cidade e bairros se encontram, bem como possuem objetivos profissionais. Os educadores dos núcleos, quando entrevistados, afirmam como o *El Sistema* impactou a vida desses jovens, trazendo um novo interesse para tomar seu tempo livre - a prática e estudo musical -, bem como objetivos para aspirar alcançar, e em consequência, muitos se afastam das drogas, bebidas e violência existentes nas ruas.

2.2 NEOJIBA

De acordo com informações obtidas em seu *site*³, Os Núcleos Estaduais de Orquestras Juvenis e Infantis da Bahia (NEOJIBA) consistem em um programa socioeducativo implantado na Bahia desde 2007 e criado pelo maestro e pianista Ricardo Castro. Deliberadamente inspirado no *El Sistema*, Ricardo concebeu a ideia do programa após visitar a Venezuela e conhecer o trabalho social de José António de Abreu. Dessa forma, conseguiu apresentar o conceito para o Governo do Estado da Bahia, que abraçou o projeto e o convidou para gerenciá-lo.

O NEOJIBA teve início como programa governamental, e posteriormente, tornou-se política pública do Governo do Estado da Bahia. O programa replicou modelo de núcleos de prática musical do *El Sistema* inicialmente em Salvador e hoje o Programa conta com 11 núcleos na cidade - situados em bairros em situação

³ Disponível em: <https://neojiba.org/quem-somos/neojiba>. Acesso em 7 nov. 2019

de vulnerabilidade e com integrantes moradores de bairros em situações correspondentes, por exemplo: Bairro da Paz, Liberdade, Simões Filho, Federação, Caminho de Areia, entre outros - e expandiu sua atuação com mais três núcleos no estado (Feira de Santana, Jequié e Vitória da Conquista). Dentre suas principais formações, encontram-se a Orquestra Castro Alves, Orquestra Pedagógica Experimental, Coro Juvenil e a Orquestra Juvenil da Bahia. Fora isso, o programa já realizou mais de 13 viagens fora do estado da Bahia, incluindo sete turnês internacionais de prestígio nas grandes salas de concerto da Europa e Estados Unidos, segundo Ricardo Castro em uma entrevista para o Programa Harmonia em 2017.

Sua metodologia “Aprende Quem Ensina” - na qual seus integrantes têm a oportunidade de tornarem-se monitores, instrutores e multiplicadores - é uma referência para outros programas sociais. Além disso, como Olga Marques (Coordenadora de Desenvolvimento Social) relata no vídeo institucional⁴ do programa (2019), o NEOJIBA dispõe de uma equipe de assistentes sociais que acompanham o desenvolvimento dos integrantes, fazendo também a indicação para inscrições no CadÚnico⁵, psicólogas, psiquiatras e encaminhamento para demais órgãos necessários. Esse acompanhamento tem uma importância muito grande na vida não só dos integrantes, mas das famílias destes também. Foi identificado em seu Relatório de Ações de 2015⁶ que 26% das famílias tiveram acesso ao CadÚnico pela primeira vez após adentrar ao Programa. Além disso, a equipe de assistência social detém de uma série de informações necessárias para a análise do impacto social do Programa, como por exemplo, o percentual de evasão escolar - que no último ano abaixou 68%, de acordo com o Relatório de Desenvolvimento Social de 2018⁷ do NEOJIBA.

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fxXCf-9dk-o>. Acesso em 30 out 2019.

⁵ O Cadastro Único é uma ferramenta do governo federal que possibilita a identificação e maior conhecimento sobre a realidade de famílias de baixa renda. Através deste cadastro, as famílias podem participar de programas federais, como: Programa Bolsa Família, Tarifa Social de Energia Elétrica, Programa Minha Casa Minha Vida, Bolsa Verde, entre outros, além de programas estaduais e municipais. (SEDS, 2015)

⁶ Relatório disponível em: https://issuu.com/nejiba/docs/nejiba_relatorio_de_acoes_2015_web. Acesso em 7 nov. 2019.

⁷ Relatório disponível em: https://issuu.com/nejiba/docs/consolidado_rds_anual_-_2018_final. Acesso em 7 nov. 2019.

Hoje o NEOJIBA faz parte da Secretaria de Justiça, Direitos Humanos e Desenvolvimento Social, e tem como meta tornar-se uma política de Estado e garantir maior segurança e estabilidade. A instituição que gerencia o programa é o IASPM (Instituto Ação Social Pela Música) por meio de uma parceria com o governo chamada “Publicização⁸”, e já obteve parcerias com empresas como BNDES, Avon, Aliança Francesa, CCR Metrô, Laboratório Sabin, entre outras - as quais apoiam projetos através do oferecimento de serviço aos integrantes, cessão de espaço para realização de atividades e financiamento de projetos.

2.3 Projeto Guri

Política pública do Governo de São Paulo, o Projeto Guri⁹ existe desde 1995 e faz parte da Secretaria de Cultura do estado. Apesar de levar a palavra “projeto” no nome, ele consiste em um programa social que preza por formações musicais pensadas de maneira integradas - com foco na inclusão social em locais que o acesso à cultura não é bem materializado, conforme informado em seu *site*. Além da educação musical, seus integrantes contam com assistência social e ações de planejamento profissional (plano artístico e pedagógico) - que percorre por toda sua estadia no Guri.

De acordo com o livro “Música para Formar Pessoas” (AYER, Maurício; PERUCHI, Ricardo, 2012), são realizados cerca de dois milhões de atendimentos de assistência social por ano para cerca de 16 mil alunos em 47 polos de ensino na capital e grande São Paulo. Cada polo de atuação conta com uma equipe própria (um monitor, um agente, um assistente social e um grupo de professores), e assim como no *El Sistema* e NEOJIBA, todas as aulas são coletivas.

O programa busca revisar os padrões e metodologias de ensino, estruturados em três eixos principais: formações musicais, difusão artística e inclusão sociocultural. Na tese de doutorado de Marta Bruno (2013) - que foi escrita de

⁸ Transferência do modelo de administração pública para o setor público não-estatal. De forma que o caráter público é assegurado à entidade de direito privado. (MAURANO, 2013)

⁹ Informações sobre o Projeto Guri disponíveis em <http://www.projetoguri.org.br/>. Acesso em 7 nov. 2019

acordo com suas experiências e entrevistas realizadas no Guri - é exposto a relação que os integrantes, professores e familiares têm com o projeto, bem como a consequências deste em suas vidas. Dentre os relatos, encontram-se melhorias no convívio com as pessoas e potencialização da conexão com o próximo, respeito à diversidade, desenvolvimento de responsabilidade e disciplina, ampliação da visão de mundo, maior aproximação com a família, planejamento profissional futuro e acesso à políticas públicas - como é afirmado por um dos alunos entrevistados:

A minha participação no Guri Santa Marcelina faz que eu tenha visão cultural e social, e isto me incentiva a pensar como devo agir em casa, na escola e na comunidade; O Guri me proporciona momentos ótimos e especiais, o Guri mudou em alguns aspectos sociais meu jeito de pensar e incentiva a cobrar meus direitos e isto me ajuda a ser um cidadão que pensa e fala quando está certo. (Aluno 13 apud AYER; PERUCHI, 2012, p.95)

O Guri representa um caminho para o desenvolvimento de autonomia e cidadania ativa de seus integrantes, assim como acontece nos demais programas citados anteriormente. Ademais, o programa impacta pessoas além dos integrantes, pois os familiares e profissionais envolvidos demonstram-se inspirados pelas crianças e jovens, e relatam sua admiração em vê-los fazer o que amam.

3 Programas socioeducativos: principais colaboradores da educação musical

Não é à toa que, reconhecendo os diversos benefícios citados da música na infância e adolescência, esse ensino tornou-se obrigatório na educação básica, de acordo com a Lei 11.769 (BRASIL, 2008) sancionada pelo então presidente Lula, que compõe a Lei de Diretrizes e Bases da Educação. Entretanto, a falta de profissionais capacitados para lecionar música torna o cumprimento dessa lei pouco provável, principalmente dentro da rede pública. Como afirma João Cardoso Palma Filho (2008) em uma publicação no *site* da Associação Brasileira de Educação Musical:

A questão a ser enfrentada, a partir desse momento [sanção da Lei 11.769] é a da formação de professores especializados para o ensino de Música. Tarefa que levará algum tempo, muito mais que os três anos estabelecidos pela legislação, tendo em vista serem poucos os cursos de licenciatura em Música no Brasil. Para que se tenha clareza sobre a dimensão do problema, basta mencionar que só na rede pública estadual paulista existem mais de 5.000 escolas, acrescente-se a esse universo as redes municipais e as escolas particulares e a questão da formação de professores especializados em Música torna-se mais complexa ainda. [...] O papel do poder público não é apenas normativo, mas deve criar programas para habilitar professores para o ensino de música na educação básica, como, aliás, está previsto pela legislação educacional. (FILHO, 2008)

Observa-se assim a grande lacuna entre a decisão e a execução desta lei. Além de programas que alcancem esses professores e habilitem-os para pensar sua metodologia também com a música, se faz necessária a criação de ações que sensibilizem as escolas quanto a temática para que possam dar prioridade a essa causa.

Em paralelo, fora do contexto governamental e nacional, projetos e programas sociais surgem da necessidade de suprir essa lacuna por conta própria. Os projetos podem atuar com um raio de impacto menor que o de um programa, e ao passo que desenvolvem metodologias e abrangem sua atuação na sociedade de maneira mais duradoura, tomam forma de programa. De todo modo, ambos alcançam crianças e jovens em ambientes fora da escola, desenvolvendo também uma conexão especial com cada um - educando musicalmente e incentivando o desenvolvimento social, através da educação musical e formação de futuros multiplicadores da música.

A diferença apontada, a título de análise para o projeto em questão, entre os programas sociais autônomos e os programas governamentais e nacionais refere-se à estabilidade destes. De acordo com a plataforma digital de educação política “Politize”, uma vez tornado uma política de governo, o programa possivelmente ganhará maior segurança - não apenas financeira, mas também de credibilidade e visibilidade - do que demais programas independentes. No contexto governamental, o programa vira posse do governo e conseqüentemente este vira seu principal financiador (ANDRADE, 2016). Fora isso, pode haver mais facilidade de conseguir parcerias com prefeituras e demais empresas, devido a conexões governamentais privilegiadas, que também influenciam na longevidade do projeto. Não obstante, por estar ligado diretamente a gestão atual, a continuidade do programa pode depender da alternância de poder, realidade atual do NEOJIBA e do Projeto Guri. Já no cenário Estadual, esse perigo se torna mais raro, pois se tornam parte da legislação. Nesse contexto, a atuação do programa e os benefícios mencionados por essa parceria política são expandidos a nível nacional - como foi o caso do *El Sistema*.

3.1 Projetos e programas sociais autônomos em Salvador

Após pesquisar a respeito de projetos e programas sociais de educação musical existentes no Brasil, foi observado que estes começam, geralmente, com a idealização de uma pessoa ou grupo que acredita no poder da transformação social da música. É percorrido um longo caminho até que se consiga influência, maturidade e respaldo o suficiente para que consigam ser abarcados pelo governo e/ou Estado - e além de longo, o caminho pode ser concorrido entre tantos outros projetos e programas sociais de outras vertentes que também visam esse objetivo. Dessa forma, foram mapeados e selecionados projetos e programas sociais que trabalham com educação musical fora do contexto de política pública e sem financiamento do governo ou Estado, com recorte regional de Salvador, a fim de considerar sua forte atuação na cidade - e principalmente em bairros de vulnerabilidade - e tê-los como pontos de referências para pensar a estrutura do meu projeto cultural em questão.

3.1.1 Band'erê

Consiste em uma ação educativa organizada pelo bloco Ilê Aiyê para crianças e jovens no bairro Curuzu-Liberdade. Apesar de não haver denominação de “projeto” em seu *site*¹⁰, a Band'erê atua há 27 anos na área de educação musical voltada à percussão e identificação com a cultura negra. Dessa forma, além de aulas sobre percussão, dança, canto e coral, há também de história, cidadania, literatura e saúde corporal.

A Band'erê já participou de turnês nacionais e internacionais - no Brasil apresentou-se em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, e no exterior, conta com apresentações na Alemanha e França. O projeto consiste na principal porta de entrada para a Band'Aiyê (banda profissional do Ilê Aiyê). Patrimônio cultural da Bahia, o Ilê tem reconhecimento nacional e internacional, e além disso, tem entre seus parceiros a Bahiagás, Petrobrás e Caixa.

3.1.2 Pracatum Escola de Música

A Pracatum Escola de Música¹¹ é um dos projetos do programa Pracatum, que atua de diferentes formas nos eixos cultural, educacional e musical. Centrada no bairro do Candeal, a escola possui uma metodologia própria chamada “LOUVAS - Louvação ao Aprendizado”, onde cada etapa de desenvolvimento é comemorada.

Idealizado por Carlinhos Brown em 1994, o programa possui instituições como BNDES, ACBEU, Natura e SEBRAE na sua rede de parceiros. Já a Escola de Música foi fundada em 1999, e já chegou a certificar mais de 2 mil músicos. Entre seus grupos musicais encontram-se: Banda CandyLó, Percussivo Pracatum, Vem

¹⁰ Informações sobre a Band'erê disponíveis em:

<http://www.ileaiyeoficial.com/acoes-sociais/band-ere/>. Acesso em: 13 out 2019

¹¹ Informações sobre a Pracatum Escola de Música disponíveis em:

<http://www.pracatum.org.br/projetos-especiais/escola-de-musica/apresentacao/>. Acesso em: 13 out 2019

Pra Cá Tu - Pracatum Cultura, Som da Bica e Cine Guetho - mesclando projetos musicais com a tecnologia.

3.1.3 Laboratório Musical Rumpilezzinho

O Rumpilezzinho¹² é um projeto de formação mais recente do Instituto Rumpilezz, criado em 2015, e abre seleção para um total de 75 músicos de 15 a 25 anos a cada ano. Ele funciona como um “laboratório musical”, que trabalha com um viés mais especializado de ensino. Em 2019 se preparam para a abertura das audições do seu “Ano IV” de formação musical.

O Instituto Rumpilezz foi idealizado pelo maestro Letieres Leite e gerencia, além da Rumpilezzinho, a Orkestra Rumpilezz, e ambos têm como fundamento a metodologia criada por Letieres chamada de UPB (Universo Percussivo Baiano), onde promove a experimentação rítmica da percussão como consequência da diáspora negra na Bahia - trazendo também em seus ensinamentos o fomento a identidade ancestral. Seus projetos já contaram com parcerias com instituições como Vivo, Itaú Cultural e Hotel Fasano.

3.1.4 Quabales

Também socioeducativo, o Quabales¹³ acontece no bairro Nordeste de Amaralina em Salvador. Além de realizar educação musical - voltada a teoria musical, violão, percussão, break dance, performance percussiva, canto e percussão eletrônica. -, também produzem instrumentos musicais não-convencionais através de material reciclado. Uma de suas principais ações é a Campanha Nordeste Limpo, onde estimulam a conscientização e realização da coleta seletiva.

¹² Informações sobre o Rumpilezzinho disponíveis em: <http://atarde.uol.com.br/cultura/musica/noticias/1911518-documentario-e-livro-contam-a-historia-do-rumpilezzinho>. Acesso em: 13 out. 2019

¹³ Informações sobre o Quabales disponíveis em: <http://quabales.com/>. Acesso em 7 nov. 2019

O projeto foi criado por Marivaldo dos Santos e é administrado por Fernanda Mello. Marivaldo cresceu no Nordeste de Amaralina e atualmente é componente de um dos grupos principais de percussão em Nova York (STOMP¹⁴), e que hoje apoia o projeto também - o que proporcionou a liberação de sua linguagem metodológica nas aulas do Quabales.

¹⁴ Originado em Brighton, Reino Unido, o grupo Stomp utiliza o corpo, objetos comuns - como latas e caixas - e instrumentos de percussão para realizar performances que misturam música e teatro com teor crítico-humorístico. Informações disponíveis em: <https://stomponline.com/>. Acesso em: 13 out 2019

4 União de forças com a música popular brasileira

4.1 A visibilidade como uma facilitadora de financiamento

A realidade financeira de um projeto ou programa social que não recebe apoio fixo do governo ou Estado é pautada, prioritariamente, na busca por apoiadores, patrocinadores e mantenedores - busca essa que depende mais do relacionamento estratégico do que de editais de fomento - de forma a realizar a sua manutenção, garantir a sua estabilidade e o seu desenvolvimento. Um projeto em situação de crescimento financeiro consegue investir em sua estrutura, em pesquisas a favor de um desenvolvimento de suas metodologias, capacitação de integrantes, inserção em diferentes mercados, expansão de atuação, entre outros. Isso foi observado através de minha experiência como estagiária no setor de desenvolvimento institucional do NEOJIBA e de conversas informais com seus gestores e produtores, nas quais pude perceber que o relacionamento de um programa social com possíveis financiadores é fundamental para pensar na sua longevidade.

O conceito de marketing cultural trazido por Ana Carla Reis em seu livro “Marketing Cultural e Financiamento da Cultura - Teoria e prática, em um estudo internacional comparado”, publicado em 2016, consiste na utilização da cultura como uma ferramenta para transmitir uma mensagem de uma empresa a determinado público, trazendo objetivos comerciais. Assim, as empresas se utilizam da atuação e imagem do projeto como uma estratégia de comunicação de sua própria marca.

A cultura seria, ainda, uma forma mais eficiente de se transmitir mensagens de interesse de uma organização, na medida em que, em meio à saturação das formas tradicionais de comunicação, possui maior chance de superar a percepção seletiva das audiências. (...) [no tocante à imagem] Está o fato de que, ao associar-se a projetos culturais, a empresa logra transferir para a sua marca os atributos relacionados à própria cultura, como criatividade, inovação, modernidade, flexibilidade, tolerância e respeito às raízes da sociedade” (REIS, 2016, p. 86).

Dessa forma, o marketing cultural compõe-se da associação entre empresas e projetos de responsabilidade social com o propósito de alcançar um determinado público. Para que o interesse por um projeto seja estabelecido, é preciso que este tenha um público bem definido, fazendo com que seja mais propensa a absorção da mensagem comunicada pela empresa financiadora.

Desse modo, a visibilidade - seja a nível regional, nacional ou internacional - que um projeto ou programa social possui se torna um diferencial, pois, quanto maior o número de pessoas conectadas a ele, maior a probabilidade de conseguir doações, patrocínios, e de aumentar seu reconhecimento sob a visão governamental ou estatal. Além disso, uma imagem fortalecida favorece a independência do projeto, uma vez que este pode optar também por financiamentos e métodos de captação próprios, como *crowdfunding*¹⁵, venda de produtos, ingressos de apresentações, entre outros.

4.2 A tradição identitária da música popular brasileira em Salvador

Os gêneros musicais dos programas e projetos socioeducativos citados no item 2.1 variam entre Samba Afro, *Afrojazz*, *Reggae*, Música Sinfônica e uma série de outros ritmos mesclados através de suas experimentações artísticas. Apesar de sua atuação direta na sociedade soteropolitana através de seu trabalho nos bairros de Salvador, a imagem dos programas ainda é ofuscada pelo grande alcance da produção musical popular brasileira.

Ainda que a cidade leve o apelido de “Cidade da Música” e seja nacionalmente conhecida como o Centro do Carnaval promovendo uma alta valorização de seus grupos e blocos, grande parte da população soteropolitana não conhece ou escuta de fato as formações advindas dos programas sociais de educação musical que impactam sua cultura. Isso é demonstrado na pesquisa *Cultura nas Capitais* da empresa J Leiva lançada em 2018, na qual Salvador tem entre os gêneros musicais mais escutados pela população o Sertanejo, MPB, Forró,

¹⁵ Forma de financiamento coletivo realizado por meio de plataformas online, em que projetos se cadastram e conquistam apoio financeiro de doadores. (SEBRAE, 2019)

Arrocha, Axé e Pagode - gêneros de raízes locais e fortemente mercadológicos, realidade afastada dos gêneros dos programas citados.

Essa aproximação com os gêneros populares podem demonstrar uma relação identitária do público com a música popular brasileira - uma conexão com as canções que fazem parte de sua vida, capaz de impactar emocionalmente e além disso, tornar seus intérpretes líderes de opinião. Desse modo, uma parceria dos programas sociais com esses artistas pode significar uma oportunidade de construir uma ligação emocional e identitária equivalente com o público soteropolitano.

4.3 A música popular como estratégia

A fim de instigar o interesse da sociedade soteropolitana pelas ações sociais de educação musical, proponho uma parceria entre estas e a música popular brasileira - de forma a fortalecer as marcas desses programas, ganhando maior credibilidade perante o público, empresas e instituições estatais e governamentais.

Partindo da concepção de música popular brasileira como um aglomerado de gêneros com que o público cria uma relação identitária e sentimental, a conexão entre os programas sociais e as pessoas pode ser expandida através dessa ligação emocional com a música, uma vez que essas duas partes estarão associadas mediante essa parceria.

Em resumo, a parceria entre os programas sociais de educação musical e grandes nomes da música popular pode trazer benefícios para ambas as partes. No ponto de vista do marketing cultural, a parceria trará maior visibilidade para os programas, que poderão atrair investimentos de empresas e instituições governamentais e estatais. Já no ponto de vista sociológico, os públicos da música popular poderão se relacionar com estilos musicais diferentes, gerando um grande impacto cultural.

A magnitude desse impacto pode se tornar ainda maior quando pensamos no ciclo positivo que a união dos vieses sociológico e do marketing cultural têm em

potencial. Tendo como pressuposto que as empresas desejam visibilidade para si, e por tanto tem grande interesse em estarem ligadas a projetos que façam sentido para seus públicos, quanto mais públicos estiverem engajados nos programas de ações sociais, mais provável será o interesse de empresas investindo em um marketing cultural ligado a elas - e quanto mais investimento, maior poderá ser a visibilidade do projeto para atrair novos públicos e pessoas.

Dessa forma, é almejado que os programas consigam fortalecer sua marca, promovendo o fomento orgânico de sua causa social através desse compartilhamento de públicos, podendo impactar diretamente no desenvolvimento de sua infraestrutura e na vida de seus integrantes.

5 O Projeto

O projeto cultural elaborado no presente trabalho prevê a primeira edição do Festival Novoar - evento que realiza ações que reforçam a importância da educação musical na infância e adolescência e fortalecem a atuação de programas socioeducativos que trabalham na área. Entre suas ações, encontram-se: *shows* de música que unem grupos desses programas a artistas da música popular, oficinas em escolas da rede pública e campanha de arrecadação de doações. O projeto visa a realização da primeira edição entre março e abril de 2021 na cidade de Salvador, na qual o programa Quabales será o Programa Anfitrião do Festival.

Com o objetivo principal de fortalecer a educação musical em Salvador, a concepção do projeto parte do pressuposto que para tal objetivo ser alcançado, seria necessário se ligar a quem tem se dedicado a essa missão: os programas sociais de educação musical. O projeto foi elaborado de maneira a se constituir como uma ação de continuidade, e para isso, foi criada uma estrutura que pudesse ser utilizada em todas as edições - sempre visando o mesmo alvo: dar maior visibilidade e fortalecer programas socioeducativos do ramo na música em Salvador, para que a educação musical na cidade seja intensificada cada vez mais a cada edição.

Assim, foi definido que em cada edição, haverá um programa ou projeto social que funcionará como protagonista, sendo este o Anfitrião que norteará as ações do projeto. Foi idealizado que essas ações em conjunto fossem definidas como um Festival de Música, onde a principal ação seria a realização de apresentações musicais (chamadas de Espetáculo Musical) dos grupos musicais do Anfitrião com convidados da música popular, uma vez estudado o potencial estratégico desse gênero. Entendendo que essas parcerias em forma de apresentações poderiam chamar atenção para o Anfitrião, e causar ligação com diversos públicos, o Espetáculo Musical foi pensado para atingir pessoas que não necessariamente conhecessem o trabalho do Anfitrião, mas que a partir da experiência adquirida nas apresentações, pudessem se ligar emocionalmente ao Programa. Essa união tende a ser mais do que apenas uma parceria para

visibilidade, se configura como uma possibilidade de realizar apresentações em que o Programa e os arranjos criados sejam protagonistas do Espetáculo.

Para a escolha do Anfitrião, serão considerados os seguintes critérios: 1. Devem ser priorizados programas que atuem em Salvador e que trabalhem com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade; 2. O programa deve ter tempo de atuação mínimo de cinco anos; 3. Demonstração de adaptabilidade em relação às parcerias musicais e criação de novos arranjos. Estes foram escolhidos para garantir que o Anfitrião tenha de fato um trabalho sólido social e também para garantir que seu envolvimento seja de fato benéfico para ele mesmo. Por exemplo, eu poderia escolher um programa social recém criado, mas que ao participar de um projeto como esse, não teria uma estrutura pré-definida, nem teria como se organizar para realizar as atividades previstas, impedindo que os resultados almejados fossem alcançados.

Já no que diz respeito a escolha dos convidados para as parcerias musicais do Espetáculo, será priorizado que haja sempre um nome de alcance nacional, para que as possibilidades de impacto do projeto possam ser amplificadas. Os convidados serão escolhidos com base nos seguintes critérios: 1. Exequibilidade dessas parcerias; 2. Potencial de visibilidade agregada ao Anfitrião; 3. Diversidade de gêneros e estilos musicais. Esses critérios foram definidos para garantir que fossem convidados que de fato abraçassem a proposta do Festival, que tivessem agenda para os ensaios e interesse na parceria, e também que pudessem movimentar novos públicos para as atividades. Foi definido também o critério de diversidade musical por conta da própria identidade do Festival, que busca trazer novas e variadas experiências e parcerias para seus espectadores, dessa forma, é importante que os músicos convidados sejam de diferentes estilos. Para acompanhar essas parcerias musicais, será contratado um(a) Diretor(a) Musical - profissional da música que irá acompanhar a criação de arranjos, ensaios e execução das apresentações musicais. Ele irá elaborar um cronograma para os ensaios e criações de arranjos para o Festival, analisando principalmente a

exequibilidade das propostas musicais - fator fundamental ao planejar um projeto que envolverá diversos instrumentos e ritmos diferentes.

Entendendo que os resultados das apresentações musicais se caracterizam como de longo prazo, uma vez que será proporcionado um espaço de ligação e primeiro contato com novos públicos, foi identificada a necessidade de se pensar ações que pudessem ter resultados a curto prazo. Assim, foi idealizada uma ação que iria angariar fundos para o Anfitrião: a Campanha de Arrecadação de Doações. A princípio, a ideia era que esta funcionasse através da doação de impostos, como acontece com as empresas pela Lei Rouanet. Entretanto, entendendo que poderia ser um pouco complicado de explicar para o público como isso funcionaria - visto que não é uma informação bem disseminada ainda para a população -, foi decidido que a Campanha seria executada de maneira mais simples, através de *crowdfunding* em uma plataforma *online*. O ideal é que seja realizada uma parceria entre o Festival e a plataforma, de preferência a Benfeitoria¹⁶, por conta de seu histórico de casos de sucesso com outros projetos com que firmou parcerias. Nessa parceria, a Benfeitoria iria ajudar na divulgação da campanha, impulsionando-a e realizando reuniões de consultoria com a equipe de comunicação, como foi o caso do *Matchfunding* BNDES+¹⁷ (2019) - parceria que tinha o objetivo de selecionar propostas de patrimônio cultural material e imaterial para receberem apoio financeiro do BNDES.

A princípio, será definido um propósito fim para a Campanha - por exemplo: Compra de instrumentos para o Anfitrião, manutenção, reforma de espaço de aulas, entre outros -, essa decisão irá depender das necessidades latentes do Anfitrião. Então, será criada a Campanha de Arrecadação com esse objetivo, a ser desenvolvida junto à divulgação do Festival, de maneira integrada, através de ações virtuais e físicas. Para desenvolver a Campanha, a equipe do Festival terá um núcleo de comunicação que irá elaborar todo o planejamento desta e iniciar suas ações antes mesmos das outras atividades da programação. Com essa ação, ao

¹⁶ A Benfeitoria é uma plataforma de mobilização de recursos para projetos de impacto cultural, social, econômico e ambiental. Informações disponíveis em: <https://benfeitoria.com>. Acesso em: 26 out. 2019

¹⁷ Informações disponíveis em: <https://benfeitoria.com/canal/bndesmais>. Acesso em 7 nov. 2019

passo que o público se aproxima da educação musical e do programa Anfitrião, é apresentada uma maneira mais direta de contribuir com ele, aproveitando os momentos de celebração durante o Festival (ações físicas) e fora dele também (ações virtuais).

Ainda com essas duas atividades projetadas, não sentia que tinha previsto tudo que o Festival tinha potencial de alcançar. Haviam duas atividades que trariam retorno para o Anfitrião e membros deste, mas e para quem está de fora do Programa e necessita da educação musical? Como fortalecer a educação musical de outras formas? Pensando em atuar diretamente na sociedade sem desassociar do Anfitrião, foi pensado que em cada edição o Programa poderia desenvolver oficinas em escolas para crianças e jovens. Foi definido que seriam realizadas em escolas públicas, que possuem menos incentivo ao ensino das artes, proporcionando um espaço de inspiração para os alunos, junto aos integrantes do Anfitrião (que seriam os ministrantes das Oficinas). O ato de criar um espaço de desenvolvimento artístico nas escolas entre jovens e crianças que possam se identificar, dá a possibilidade de impactar mais pessoas fora do Programa de maneira direta, aproximando-as da música e de seus benefícios. Além disso, foi pensado que as escolas escolhidas poderiam ser em regiões do entorno do local de realização do Espetáculo Musical, de forma a funcionar também como uma possível formação de público, onde o evento seria apresentado durante as Oficinas às crianças e jovens. Estes iriam se aproximar do Festival e seriam convidados a assistir de perto o Espetáculo Musical. Para isso, seria previsto transporte e alimentação, a fim de facilitar o acesso desses participantes.

5.1 Análise de Similares

Tendo em vista as definições principais do Festival, foram analisados, primeiramente, Programas Sociais que se encaixam nos objetivos do projeto, e em seguida, foram pesquisados eventos realizados com esses Programas de maneira semelhante, ou seja, com grupos destes se juntando a grandes nomes da música.

Essa análise foi feita com base na ferramenta 5W2H¹⁸ (O que?, Onde?, Quem?, Quando?, Por que?, Como? e Quanto?), onde foram pesquisadas as informações de cada evento, buscando conectar e ressaltar suas similaridades e diferenças. Abaixo, segue uma tabela descritiva de cada objeto de análise:

“Ivete Canta o Amor”¹⁹	
O que?	Evento beneficente onde a Orquestra Juvenil da Bahia se apresentou junto com Ivete Sangalo para o Hospital Martagão Gesteira
Quem?	O Hospital Martagão Gesteira é um dos principais centros de atendimento e tratamento de pessoas com câncer em Salvador. No contexto do evento, o Hospital encontrava-se com uma dívida de 25 milhões, e chegou a suspender atendimentos. A Orquestra Juvenil da Bahia é um dos principais produtos do Programa NEOJIBA. Este consiste em um programa social que atua em diversos bairros periféricos de Salvador (e também em outras cidades da Bahia) em busca do ensino e excelência musical com jovens de 6 a 29 anos.
Onde?	Teatro Castro Alves, Campo Grande, Salvador - BA
Quando?	3 e 4/11/2016
Por que?	O Hospital realizou tal evento para inaugurar sua a nova UTI pediátrica, que foi viabilizada com a receita dos ingressos do mesmo evento que aconteceu no ano anterior. Neste caso, além da comemoração com a nova sede, o dinheiro arrecadado com os ingressos daquela edição foi redirecionado para a finalização das obras do Hospital.
Como?	Foram realizados 6 ensaios prévios, e a Orquestra adaptou seu repertório, criando novos arranjos para as canções apresentadas. A apresentação foi inteira em conjunto.
Quanto?	Ingressos no valor de R\$ 200,00 a R\$ 800,00
“Pôr do Som” com NEOJIBA²⁰	
O que?	Show tradicional do 1º de janeiro realizado por Daniela Mercury,

¹⁸Ferramenta de gestão empregada no planejamento estratégico de empresas e projetos. Disponível em: <https://klickpages.com.br/blog/5w2h-o-que-significa/>. Acesso em: 26 out 19

¹⁹ Informações disponíveis em:

<http://g1.globo.com/bahia/musica/noticia/2016/09/ivete-anuncia-novo-show-para-ajudar-hospital-martagao-gesteira.html>. Acesso em: 7 nov. 2019.

²⁰ Informações disponíveis em:

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/vip-e-um-show-unico-que-so-existe-nessa-data-diz-daniela-mercury-sobre-o-por-do-som/>. Acesso em: 7 nov 2019.

	dessa vez comemorando também seus 30 anos de carreira e convidando o Maestro Ricardo Castro e parte da Orquestra Juvenil da Bahia.
Quem?	Ricardo Castro é maestro e pianista reconhecido internacionalmente, ele é também gestor e criador do Programa NEOJIBA.
Onde?	Arena Daniela Mercury, Boca do Rio, Salvador - BA
Quando?	1/01/2017
Por que?	A primeira apresentação de Daniela Mercury foi feita em um bar junto com Ricardo Castro, ela tinha 15 anos e ele 16, e desde então eles cultivaram uma grande amizade. Para comemorar seus 30 anos de carreira, ela resolveu chamá-lo para comemorar e por ter feito parte do início da sua história, bem como chamando sua Orquestra para acompanhar o show.
Como?	Não foram encontradas informações sobre o período anterior a realização do evento. No dia em questão, foram apresentadas músicas de diversos anos da carreira de Daniela, e a formação da Orquestra se adaptou aos ritmos do axé, levando maior parte da percussão, ao invés da reconhecida formação clássica.
Quanto?	Gratuito.
Samsung E-Festival Instrumental ²¹	
O que?	Festival de música instrumental patrocinado pela Samsung. O evento contou com a participação de Mazin Silva, ganhador do Festival, e também com Frejat e Orquestra Juvenil de Higienópolis.
Quem?	O Samsung E-Festival existe desde 2014 é reconhecido por ser uma plataforma de revelação de novos talentos instrumentais, e realiza uma espécie de concurso durante o ano, onde inúmeros artistas e grupos enviam suas canções para serem analisadas dentre a categoria de melhor artista instrumental. Mazin Silva foi o ganhador da edição de 2018, nasceu em Blumenau, Santa Catarina, se apresenta sozinho e ganhou através da votação popular. A Orquestra Juvenil de Higienópolis é uma das principais formações do Instituto Baccarelli, programa social de ensino musical para crianças e jovens em São Paulo.
Onde?	Anfiteatro Pôr do Sol, Porto Alegre - RS
Quando?	10/11/2018

²¹ Informações disponíveis em:

<https://news.samsung.com/br/vencedor-do-samsung-e-festival-instrumental-mazin-silva-se-apresenta-com-frejat-e-orquestra-juvenil-de-heliopolis>. Acesso em 7 nov. 2019.

Por que?	O evento é realizado para celebrar e apresentar ao público o ganhador como concurso, além disso, consiste em uma das premiações do ganhador (além da gravação de um single e uma quantia em dinheiro).
Como?	Não foram encontrados detalhes da realização. Entretanto, foi encontrado um vídeo ²² onde o mostra os três artistas tocando juntos, com a Orquestra se apresentando junto com Mazin a parte instrumental uma música de Barão Vermelho, com Frejat cantando.
Quanto?	Gratuito.
Rumpilezzinho convida Lazzo Matumbi²³	
O que?	O Maestro Letieres Leite convidou o cantor Lazzo Matumbi para ministrar uma aula aberta ao público no Laboratório Musical Rumpilezzinho.
Quem?	O Maestro Letieres Leite é uma das principais referências musicais da Bahia, e em especial na percussão, e criou o projeto Laboratório Musical Rumpilezzinho. Esse projeto promove a formação de jovens entre 15 e 25 anos, tanto apresentando uma metodologia diferenciada de ensino de música, pensada a partir da matriz afro-baiana e suas ramificações, bem como a profissionalização e a multiplicação do conhecimento. Lazzo Matumbi, também referência na música brasileira, iniciou sua carreira no Ilê Aiyê e hoje possui cerca de 8 cd's em sua trajetória.
Onde?	Casa Rumpilezz, Pelourinho, Salvador - BA
Quando?	27/09/2017
Por que?	A aula aberta do Laboratório Musical Rumpilezzinho é realizada para promover a troca de experiência de músicos de referência na cena baiana com jovens e estudantes. Lazzo foi convidado por ser considerado por Letieres um arranjador vocal popular autêntico, e que representa um dos exemplos da herança da musicalidade de matriz africana, característica em comum com o Projeto.
Como?	As aulas abertas são recorrentes no Projeto, e esta foi sua terceira edição. No vídeo divulgado da cobertura da aula em questão, Lazzo fazia intermediações didáticas, lidando com cada parte do grupo por vez, e recebendo o auxílio de Letieres, até que toda o grupo pudesse tocar em conjunto de acordo com seu direcionamento. Ela aconteceu no palco do próprio espaço do Projeto, com espaço para que o público

²² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8jjWmK2lnRE>. Acesso em: 13 out 2019

²³ Informações disponíveis em:

<http://www.cultura.ba.gov.br/2017/09/14431/Lazzo-Matumbi-e-convidado-do-Laboratorio-Musical-Rumpilezzinho.html>. Acesso em 7 nov. 2019.

	e até demais integrantes pudessem assisti-la.
Quanto?	Gratuito.
“Música e Direitos Humanos”²⁴	
O que?	O cantor e compositor Gilberto Gil, o maestro Letieres Leite e a Orkestra Rumpilezz apresentam o show beneficente “Música e Direitos Humanos”.
Quem?	Como mencionado anteriormente, Letieres Leite criou o projeto Laboratório Musical Rumpilezzinho, e um dos seus principais produtos é a Orkestra Rumpilezz. A entidade organizadora é a CESE (Coordenação Ecumênica de Serviço), que já beneficiou 11 milhões de pessoas em projetos sociais pelo Brasil.
Onde?	Teatro Castro Alves, Salvador - BA
Quando?	14/04/2018
Por que?	O evento foi planejado para reverter suas vendas para projetos sociais que a CESE apoia. Essa foi sua quarta edição, e marcou também a comemoração dos 45 anos dessa Instituição.
Como?	O encontro aconteceu na sala principal do TCA, e o repertório contou com os sucessos de Gilberto Gil acompanhado pelos arranjos da Orkestra liderada por Letieres.
Quanto?	Ingresso de R\$100 a 200,00
Orquestra CirandaMundo convida Tiê²⁵	
O que?	Espectáculo de especial de Natal da CirandaMundo junto com a cantora Tiê realizado pelo Instituto Ciranda
Quem?	O Instituto Ciranda realiza atividades de iniciação e formação musical em Cuiabá (MT) desde 2003 para cerca de 450 crianças e jovens. Um dos seus principais produtos é a Orquestra CirandaMundo, composta por integrantes do Instituto.
Onde?	Teatro do Cerrado Zulmira Canavarros (anexo da Assembleia Legislativa de Mato Grosso), Cuiabá - MT
Quando?	15/12/2018

²⁴ Informações disponíveis em:

<https://www.metro1.com.br/noticias/cultura/50265.gil-letieres-e-rumpilezz-apresentam-musica-e-direit-os-humanos-no-tca>. Acesso em 7 nov. 2019.

²⁵ Informações disponíveis em:

<https://olivire.com.br/tie-e-orquestra-cirandamundo-apresentam-especial-de-natal-neste-sabado-no-zu-lmira-canavarros>. Acesso em 7 nov. 2019.

Por que?	O evento considerado, praticamente, uma tradição em Mato Grosso, teve sua quarta edição que também comemorou 15 anos de atividades do Instituto Ciranda. O evento é realizado para possibilitar novas experiências a seus integrantes, conectando-os a repertórios populares, e também arrecada doações de brinquedos e alimentos.
Como?	O evento foi concebido com a parceria entre o Instituto Ciranda, o Teatro Zulmira e a Sala da Mulher (braço social da Assembleia Legislativa). A Orquestra apresentou arranjos adaptados às músicas da cantora, e além de Tiê, contou com a participação do Coro Primeira Ciranda (também advindo do Instituto) e da cantora Lorena Ly.
Quanto?	Entrada mediante 2 brinquedos ou 2 kg de alimento não perecível
Quabales e Margareth Menezes no “Palco Sunset”²⁶	
O que?	Grupo Quabales se apresenta junto com Margareth Menezes no Palco Sunset do Rock In Rio.
Quem?	O Rock In Rio é um festival de música que existe desde 1985, caracterizado como o maior festival do país.
Onde?	Parque Olímpico, Rio de Janeiro
Quando?	23/09/2017
Por que?	O grupo foi convidado junto da cantora Margareth Menezes pela junção poderosamente rítmica das apresentações para abrir o Palco Sunset no penúltimo dia de Festival.
Como?	O Quabales iniciou as apresentações com performance percussiva e músicas autorais, após a entrada de Margareth, se apresentaram em conjunto, com novos arranjos para as músicas da cantora e novas versões de outros músicos também.
Quanto?	De R\$ 217,50 a R\$ 435,00

Os eventos identificados com maior teor de similaridades foram os que aconteceram em Salvador. Apesar de uma série de programas sociais pelo Brasil terem sido mapeados, a maior parte de programas sociais que realizaram esse tipo

²⁶ Informações disponíveis em:

<https://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2017/noticia/quabales-e-margareth-menezes-misturam-percusao-e-melodia-no-palco-sunset.ghtml>. Acesso em: 7 nov 2019

de apresentação (em conjunto com outras artistas e realizando adaptação de arranjos) foram encontrados na Bahia.

Observa-se dentre os detalhamentos de cada evento, algumas similaridades e disparidades. O mais notório é o “propósito” que se faz presente na realização destes. Por serem realizados por instituições sem fins lucrativos, os eventos quase sempre são de arrecadação financeira através do valor dos ingressos ou gratuito para maior divulgação e propagação de determinado programa social. Analisando através de um recorte de Salvador, todos os eventos aconteceram em locais centrais, com exceção do ocorrido na Boca do Rio. Isso demonstra uma centralização maior da propagação da mensagem do programa, o que pode limitar as possibilidades de identificação com este. Percebe-se também que a maior parte dos eventos acontece no segundo semestre do ano, o que pode causar uma maior rivalidade entre projetos ao atingir o público-alvo. É notório que a estratégia da parceria com a música popular se mantém, também com objetivo de atrair mais públicos para o programa ou evento envolvido.

5.2 Naming

O processo de *Naming* foi realizado com uma metodologia encontrada no canal de Youtube “Forasteiro”²⁷ (empresa de *naming*) - o vídeo ensinou o passo a passo para um *brainstorming* dedicado à concepção de um nome para o projeto. O primeiro passo foi separar dois espaços de escrita: Um espaço seria para escrever palavras relacionadas ao “Descritivo do Projeto”, sendo a palavra inicial o segmento a que seu projeto se caracteriza - definido como “Festival de Música”; o outro espaço seria para escrever o “Posicionamento”, o qual foi definido “Desenvolvimento Social”, entendendo que seria a principal questão ligada a educação musical e programas socioeducativos que atuam em áreas em situação de vulnerabilidade. A partir dessa divisão, o exercício consistia em basicamente escrever qualquer palavra que viesse à cabeça quando a palavra anterior fosse lida, sem nenhum critério além de ter alguma ligação com alguma palavra escrita. Assim,

²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pWRwti107Ig>. Acesso em: 13 out 2019

foi criada uma grande rede de palavras, que iria servir como base para pensar combinações de nomes (Anexo 1). Na área do Descritivo, para pensar palavras que pudessem ser ramificadas de “Festival de Música”, foi questionado o que acontece em um Festival de Música e o que ele proporciona para as pessoas presentes. Então, foram listadas palavras que remetiam a experiências, novidade, conexão, encontros, ritmos, instrumentos, entre outras. Já na área do Posicionamento, foi questionado quais palavras e conceitos implicam no “Desenvolvimento Social” de uma comunidade. Dessa forma, palavras ligadas à educação, planejamento, amor, base, crescimento, entre outras, foram listadas.

Após criar todas as combinações imagináveis, foram definidas duas principais palavras que passavam a mensagem que gostaria que fosse recebida: Novo e Voar. Novo pois é sempre algo certo em um Festival de Música - alguém que vai para um Festival certamente será exposto a diversos nomes, artes e atividades diferentes. No caso deste Festival, é proporcionada uma nova experiência, onde o público poderá conhecer o trabalho de programas socioeducativos em um formato diferente. Já Voar veio da possibilidade do Festival impulsionar a atuação do Programa Anfitrião, causando um desenvolvimento maior de sua marca na cidade. E assim nasceu o Festival Novoar.

5.3 Planejamento

5.3.1 O Anfitrião

Durante a pesquisa acerca de projetos e programas sociais ligados à música em Salvador, o que mais chamou minha atenção foi o Quabales - previamente indicado pelo meu orientador, Leonardo Costa. Me vi mergulhada no material do Programa, em seu site, vídeos e músicas durante um dia todo - achei o trabalho deles incrível, e ao mesmo tempo, não entendia como não era um programa mais conhecido. Ainda pesquisando, descobri que eles já haviam feito parcerias musicais como as que eu proponho, o que facilitava para o Festival dentro do critério de

exequibilidade e capacidade de conseguir adequar arranjos e se adaptar a outros músicos. Ademais, pude perceber que realizam um sólido trabalho no Nordeste de Amaralina, bairro em situação de vulnerabilidade em Salvador. Mas ainda sim, analisando suas redes sociais e alcance na internet, e ainda perguntando para familiares e colegas próximos, pude perceber que eram poucas as pessoas ao meu redor que conheciam seu trabalho. Dessa forma, sentia que o Quabales precisava ser parte do meu projeto, e assim, o escolhi como Programa Anfitrião da primeira edição.

Uma vez definido o Anfitrião, iniciei o processo de tentativa de contato com este, para conhecê-lo de perto e entender suas principais necessidades e desafios. Após tentar sem sucesso por telefone e e-mail indicados no Google, procurei contatos que pudessem ter o número de alguém que trabalhasse lá. E foi assim que consegui o contato do idealizador do Quabales, Marivaldo dos Santos, e a administradora Fernanda Mello. Apresentei o projeto para eles, que me indicaram o contato da responsável pela gestão em Salvador, Lucinha Castelo Branco, pois como ambos moram nos Estados Unidos, seria melhor alguém que estivesse na cidade para acompanhar as demandas do Festival. Ambos gostaram da ideia do projeto e garantiram a participação caso este fosse executado. Posteriormente, fui conhecer o Centro Cultural Quabales, espaço de realização das aulas e encontros dos grupos do projeto. Com duas salas de ensaio, refeitório, cozinha, banheiro e secretaria, o espaço parecia ser de imenso carinho para os integrantes. Na ocasião em que fui visitar, era o aniversário de um ano desde que mudaram para a nova sede, e todos falavam com muito orgulho dessa conquista. Conversei com uma das integrantes chamada Meire, a qual me disse que fazia parte do Quabales há três semanas e que tinha sido maravilhoso entrar no projeto. Tinha aproximadamente 30 anos e me disse que estava desempregada, e que o projeto foi uma forma que ela encontrou de se dedicar a novos aprendizados, conhecer novas pessoas e ter um propósito a mais na sua rotina. Mencionou também que por ser perto de sua casa, isso facilita imensamente seu acesso pois não teria que gastar com passagem, e explicou também que não paga nenhum tipo de mensalidade, apenas a camiseta do Quabales (no valor de R\$ 5,00). Pude perceber na visita que os integrantes do

Programa variam entre todas as idades, desde crianças a idosos, aceitando todos que se interessam em participar e sem divisões de turmas por idade.

Em relação à estrutura, pude notar como, apesar de novo, o espaço ainda era pequeno para a grande quantidade de integrantes do Quabales. As apresentações de aniversário foram todas na área aberta do Centro Cultural, mas que ainda assim não comportou todas as pessoas. Em processo de construção de um banheiro para pessoas com deficiência e com rampa de acesso, percebi como a acessibilidade se faz importante para o Programa. Tais questões foram muito importantes na minha motivação para a escolha do Quabales como Anfitrião, pois além de perceber e testemunhar seu intenso trabalho na região, também pude visualizar como meu projeto poderia agregar a ele.

5.3.2 Programação

A programação da primeira edição do Novoar foi pensada de acordo com as especificidades do Anfitrião. Principal atividade do Festival, o Espetáculo Musical terá formato de apresentações musicais, que contarão com grupos do Quabales e músicos convidados no mesmo palco. Aberto ao público, as apresentações terão preços de R\$ 20,00 (Inteira) e R\$10,00 (Meia). A decisão do preço do ingresso foi baseada na necessidade de serem populares, por conta do propósito do projeto de abarcar diversos públicos, e também por um direcionamento dos Editais Setoriais (a ser apresentado no tópico 5.3.7 Inscrição em Editais), que indicam que os produtos culturais contemplados devem possuir preços acessíveis.

Como o Quabales possui uma série de grupos musicais, entre eles: grupos de percussão, canto, breakdance e violão, além de já possuir um formato de show completo com todos os grupos, foi definido que o Espetáculo Musical teria uma programação dividida em dois dias. Entretanto, a decisão de como seria essa divisão (quais e como os grupos iriam se apresentar em cada dia) será realizada pelo(a) Diretor(a) Musical do Novoar, a ser contratado(a) no período de pré-produção. Em relação a data de realização, foi decidido que o Espetáculo irá

acontecer no mês de abril de 2021, mais precisamente no segundo final de semana deste mês. Esse período foi escolhido levando em conta uma quantidade de tempo necessária para a captação de recursos e também considerando o critério obrigatório de execução dos Editais Setoriais da Bahia - onde indica que todos os projetos devem ser realizados até julho de 2021.

Ademais, a escolha dos músicos convidados também será realizada no período de pré-produção, com o(a) Diretor(a) Musical e o representante do Quabales, Marivaldo dos Santos, a fim de garantir a identidade do Programa com os demais artistas envolvidos. Para direcionar essa escolha, foram pensadas dois perfis de convidados a partir de características que os músicos devem possuir:

1. Artistas em ascensão no meio artístico regional (Bahia) com forte nome na cidade de Salvador. Com residência estável no estado e maior disponibilidade para ensaios e criação de arranjos - ou seja, sua participação no festival seria com três ou quatro músicas. Exemplos: Majur, Afrocidade, AyaBass, Illy, ATTOOXXA, Larissa Luz, OQUADRO, Gerônimo Santana, Samba do Vai Kem Ké, Josyara.

2. Artistas com reconhecimento nacional, não necessariamente residem em Salvador, mas que possuem agenda com uma quantidade necessária de datas na cidade. Sua disponibilidade é menor para ensaios, portanto sua participação no festival seria com uma ou duas músicas. Exemplo: Caetano Veloso, Gilberto Gil, Mateus Aleluia, Margareth Menezes, BaianaSystem, Maria Bethânia, Ivete Sangalo, Saulo Fernandes, Luedji Luna, Baco Exu do Blues.

Já no que diz respeito ao local de realização, foram priorizados primeiramente espaços fora do circuito habitual de entretenimento em Salvador, como locais na Cidade Baixa, Subúrbio e demais áreas distantes do Centro. Isso foi definido como uma prioridade do Novoar por conta da minha experiência com pesquisa de público, durante o componente Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais na Faculdade de Comunicação. Realizamos uma pesquisa acerca do consumo de cultura na cidade sob orientação do Professor Sérgio Sobreira. Fiquei responsável pela pesquisa na área da Cidade Baixa, onde fui aos bairros da região entrevistar pessoas sobre seu consumo de cultura. Na maioria dos

casos, os moradores da região relataram não frequentar shows, peças de teatro, exposições, entre outros produtos culturais, por conta da distância - pois raramente esses projetos são realizados em seus bairros. Dada a minha ligação com a região devido a essa experiência, decidi que meu projeto deveria ser realizado na Cidade Baixa. Ao pesquisar sobre os locais que poderiam sediar o Novoar, o local que mais se encaixou na minha proposta foi o Mercado laô²⁸, por sediar eventos com apresentações de música e com cunho social, além de já ter sido palco para o Quabales anteriormente, de acordo com Ronaldo Jacobina em uma matéria para o Correio (2019).

Dessa forma, as Oficinas de Música da primeira edição do Novoar irão acontecer também nos bairros próximos à Ribeira, bairro de localização do Mercado laô. Essa decisão foi tomada com base em algumas possíveis consequências, tais quais: a possibilidade de expandir a atuação do Quabales, por ministrarem oficinas e se conectarem com jovens de outros bairros; E o potencial de atração dessas crianças e jovens para assistir o Espetáculo Musical. Para garantir essa participação, foi definido que o projeto contará com aluguel de ônibus e distribuição de lanches para facilitar o acesso desse público às apresentações. Essas estratégias foram traçadas pensando na aproximação dessas crianças e jovens da educação musical, onde além de aprender e praticar em suas escolas, poderão assistir essas pessoas que os ensinaram, promovendo uma inspiração e motivação maior para essa arte-educação.

É previsto que as Oficinas aconteçam antes do Espetáculo Musical no mês de março de 2021, de forma a possibilitar a mobilização deste público para as apresentações. Assim como a escolha dos convidados, a definição da ementa detalhada das Oficinas será feita no período de pré-produção. Entretanto, durante minha visita ao Quabales, conversei com Fernanda Mello (administradora do Programa) a respeito das oficinas que acontecem no Quabales, e se normalmente os membros as ministram. Fui informada que muitos membros ministram oficinas para os próprios integrantes, e para pessoas de fora também. Percebi que o mais

²⁸ Espaço cultural localizado na Ribeira, o Mercado laô é conhecido por sediar diversas atrações culturais durante os finais de semana. Previamente ocupado pela também madrinha do programa Quabales, Margareth Menezes, o laô normalmente sedia o evento anual da cantora. Informações disponíveis em: <https://www.facebook.com/Mercadolao/>. Acesso em 7 nov. 2019.

viável seriam Oficinas de Percussão, devido a experiência vasta do grupo na área. Então, é previsto que estas sejam realizadas com a mesma metodologia do Programa, advinda do STOMP, onde os participantes irão confeccionar instrumentos a partir de materiais não-convencionais e irão praticar os aprendizados em seus próprios instrumentos.

Foi idealizado também que sejam ao todo quatro escolas diferentes que recebam as Oficinas, com um total de três horas de duração cada. O intuito é que sejam realizadas em horário de aula para que haja maior participação dos alunos, entretanto, isso será alinhado com a Coordenação Pedagógica de cada escola, podendo ser executadas após ou antes das aulas, caso seja necessário. Além disso, foi idealizado que as Oficinas ocorram em espaços amplos das escolas, como quadras, por exemplo. Assim, essa atividade poderá abarcar cerca de 50 pessoas por Oficina.

Já a Campanha de Arrecadação de Doações será constituída como um aglomerado de ações de divulgação do *Crowdfunding* do Quabales. O objetivo-fim será definido na pré-produção, assim como a elaboração do plano de comunicação. Essa atividade foi pensada para dar um retorno maior ao Quabales a curto prazo, a fim de angariar fundos para o Programa e criar uma rede de doadores para este. Foi previsto, para a melhor organização e assertividade da Campanha, a criação de um Núcleo de Comunicação, que irá se dividir entre as demandas de divulgação do Espetáculo, Oficinas e a Campanha. Este Núcleo irá elaborar um planejamento específico para Campanha, prevendo ações antes do início das outras atividades, em fevereiro, e terminará em abril, junto com o fechamento do projeto. Seu período iniciará em fevereiro para que a Campanha tenha a estrutura necessária para integrar as demais atividades. Entre as ações realizadas, serão planejadas inserções estratégicas em eventos e meios de comunicação, elaboração e envio de *press kits*, parcerias com *digital influencers*, ações promocionais, impulsionamentos de postagens em redes sociais, entre outras.

5.3.3 Definição de objetivos

O Festival foi idealizado a partir de um propósito principal: fortalecer a educação musical em Salvador. Dessa forma, foi definido que o Objetivo Geral do projeto fosse a viabilização desse propósito através de ações práticas e palpáveis - que pudessem impactar diretamente os programas e projetos socioeducativos da área da música. Já os Objetivos Específicos foram pensados a partir dos resultados desejados de cada ação do Novoar. Sendo assim, foi delimitado:

- **Objetivo Geral:**
Impulsionar a atuação de programas e projetos socioeducativos da área da música em Salvador.
- **Objetivos Específicos**
 - Salientar a importância da educação musical na infância e juventude
 - Atrair novos públicos para os programas socioeducativos envolvidos
 - Criar parcerias musicais inéditas e inusitadas
 - Proporcionar novas experiências profissionais e ligações com o mercado da música para os integrantes do Anfitrião
 - Incentivar a criação e/ou aumento de uma rede de incentivadores do Anfitrião
 - Arrecadar doações diretas para um objetivo fim do programa ou projeto social envolvido
 - Aproximar crianças e jovens em situação de vulnerabilidade à educação musical
 - Descentralizar ações culturais da cidade de Salvador

5.3.4 Definição de metas

As metas foram definidas a partir do padrão exigido no FazCultura, onde são entendidas como quantificadoras de ações, atividades e produtos propostos - seguindo a lógica de propor resultados práticos capazes de ser mensuráveis,

conforme consta no Guia de Orientação ao Proponente e ao Patrocinador ²⁹(2015). Não obstante, foram definidas as seguintes metas:

- Realização do Espetáculo Musical durante dois dias
- Participação de quatro músicos convidados
- Realização de quatro Oficinas de Música em escolas públicas
- Realização da Campanha de Arrecadação de Doações

5.3.5 Elaboração do Cronograma

Foi planejado que a produção do Novoar durasse um total de seis meses, sendo três meses para Pré-produção, dois para a Produção Executiva e um para a Pós-produção. O cronograma detalhado por atividades e semanas pode ser visualizado no Anexo 2.

A fase de Pré-produção acontece de dezembro a março de 2021. Nela estão previstas demandas necessárias para o planejamento e preparação do Festival. São elas:

- Contratação de equipe
- Contato com programa ou projeto social Anfitrião
- Definição do objetivo da Campanha de Arrecadação junto ao Anfitrião
- Escolha de convidados e negociação para participações
- Criação de equipe responsável pelas Oficinas
- Elaboração do planejamento da Campanha de Arrecadação
- Criação de ementa e cronograma das Oficinas
- Seleção de repertório
- Elaboração de cronograma de criação de arranjos e ensaios com músicos convidados
- Contato com escolas públicas para Oficinas
- Negociação de pauta para locais de criação e ensaio

²⁹ Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/arquivos/File/GUIAFAZCULTURA2015.pdf>. Acesso em 7 nov. 2019

- Negociação de pauta para local do Espetáculo Musical
- Contratação de serviço de transporte para traslado de músicos, equipes e instrumentos
- Realização de reuniões e negociações com possíveis parceiros e apoiadores
- Criação de arranjos e realização de ensaios
- Contato com fornecedores de materiais e lanches para as Oficinas
- Negociação e fechamento com fornecedores de estrutura de palco para o Espetáculo Musical
- Locação de equipamentos de som e luz
- Criação do projeto cenográfico
- Contratação de serviço de transporte para traslado de estudantes até o Espetáculo Musical
- Confecção cenotecnia

Na fase de Produção Executiva, que ocorre entre fevereiro e abril, serão realizadas as demandas necessárias para que as atividades previstas sejam executadas, com base no que foi planejado e previsto durante a Pré-Produção. São elas:

- Produção de Contrapartidas da Campanha de Arrecadação
- Realização da Campanha de Arrecadação
- Realização das Oficinas Musicais em escolas públicas
- Realização de registro audiovisual das Oficinas
- Montagem e passagem de som
- Realização do Espetáculo Musical
- Realização de registro audiovisual do Espetáculo Musical

Na última fase, a Pós-produção, que ocorre entre abril e maio, estão previstas as atividades de fechamento do projeto. São elas:

- Edição e tratamento de fotos e material audiovisual
- Desmontagem e limpeza do local
- Realização de pagamentos pendentes
- Prestação de contas

- Elaboração de relatório final

Paralelamente à todas as outras, de dezembro a maio, há a fase de Comunicação, onde estão previstas as atividades de desenvolvimento da marca do Festival e a divulgação de suas atividades. São elas:

- Criação da identidade visual do projeto
- Elaboração do plano de comunicação
- Realização de ensaios fotográficos com o Anfitrião
- Criação de peças e vídeos de divulgação
- Mapeamento e negociação de parcerias com digitais influencers
- Negociação e fechamento com fornecedores de mídia offline (outdoor, busdoor, mobiliários, etc)
- Impressão de material gráfico
- Elaboração e envio de releases e demais textos de divulgação
- Cobertura das redes sociais durante o Festival
- Distribuição dos cartazes em instituições culturais e de ensino
- Instalação de material de divulgação em mídia offline
- Realização de assessoria de imprensa para divulgação em sites, blogs, redes sociais e mídias impressas
- Divulgação em mídia televisiva e rádio
- Divulgação do projeto em sites, BusTv, blogs e redes sociais e mídias impressas
- Divulgação de fotos e material audiovisual resultante do Festival
- Elaboração do relatório de valoração de mídia
- Elaboração do Clipping

5.3.6 Elaboração do Orçamento

Como o Novoar foi desenvolvido de forma a pensar o melhor cenário para sua execução, não foi definido um valor total antes da elaboração do orçamento. Optei por, a partir do Cronograma, listar todos os possíveis custos do Festival, para

orçar e pesquisar valores, e só então chegar ao valor final. Foi idealizado um Orçamento que não existiria para se encaixar a uma limitação de um edital ou patrocinador, mas sim um Orçamento ideal para a melhor execução possível do Novoar. Ainda que para a vida útil do projeto este tenha que ser adaptado, principalmente seus custos e gastos, a planilha orçamentária elaborada caracteriza-se como uma base para as possíveis modificações e adaptações do Festival.

Todos os valores foram estimados a partir de pesquisas *online*, outras planilhas orçamentárias elaboradas durante minha experiências em demais projetos culturais e de conversas informais com profissionais das áreas específicas listadas na planilha (por exemplo, Técnico de Som, Direção de Palco, Cenotecnia, etc), a fim de equiparar os valores com os atuais do mercado.

O valor total do Orçamento do Novoar ficou em R\$ 300.230,00. O principal custo do Novoar foi a remuneração dos profissionais envolvidos. Dentro da equipe de produção e comunicação, foi orçado um valor de R\$ 102.700,00. Isso foi um resultado da extensa equipe, idealizada para garantir a plena distribuição de tarefas e assertividade nos resultados estipulados. Outro valor que estimei e que normalmente não se assemelha a projetos culturais inscritos em editais públicos, foi o custo da Comunicação. Acredito que a Comunicação do projeto se caracteriza como um investimento fundamental, principalmente por se tratar de uma primeira edição. Além disso, por uma das atividades ser uma Campanha, seria imprescindível uma equipe mais extensa para cuidar da sua comunicação.

O Orçamento completo pode ser visualizado no Anexo 3.

5.3.7 Inscrição em editais

Durante o processo de idealização do Novoar, foram abertos editais culturais em que o Festival se encaixava. Foram eles: Os Editais Setoriais³⁰ 2019 do Fundo

³⁰ Os Editais Setoriais consistem em chamadas públicas para seleção de projetos financiados pelo Fundo de Cultura da Bahia. Mais informações disponíveis em:

de Cultura da Bahia e o Rumos do Itaú Cultural³¹. Por esse ser meu primeiro projeto idealizado por conta própria, nunca antes tinha inscrito uma proposta totalmente concebida por mim em um edital. Assim, decidi que uma das etapas de construção desse projeto seria tentar inscrevê-lo nesses editais, com a consultoria e acompanhamento do meu orientador, Leonardo Costa.

De acordo com as informações obtidas no site da Secretaria de Cultura da Bahia, os últimos Setoriais abriram em 2016, quando eu iniciei minha graduação na Faculdade de Comunicação, portanto, não conhecia suas especificidades, o que representava uma nova experiência para mim, bem como uma chance de explorar as possibilidades do meu projeto. Os Setoriais percorrem por diversos segmentos, e os dois principais que se ligavam ao Novoar eram o de Música e o de Economia Criativa. A partir de conversas e conselhos obtidos com produtores culturais com quem trabalho e estudo, decidi inscrever o Festival no Setorial de Economia Criativa³². É citado neste Setorial:

Objetivo desta seleção: fomentar iniciativas que contribuam para o desenvolvimento da dimensão econômica da cultura nas suas diferentes etapas dos ciclos de criação, produção, circulação, distribuição, consumo e/ou fruição de bens e serviços gerados por segmentos criativos. Para fins deste Edital considera-se: Segmentos criativos - setores cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica. (SECULT, 2019)

Sendo o fortalecimento da educação musical e a intensificação da atuação de programas socioeducativos da área os principais direcionamentos do Festival, acredito que de acordo com tudo que foi estudado na etapa de construção de embasamento teórico do Novoar, o projeto surge como uma forma de promover o desenvolvimento social da região em que acontece. Além disso, o projeto se encaixa a partir de sua contribuição para a movimentação econômica da cidade, através de ações que preveem uma maior sustentabilidade e desenvolvimento dos

<http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=285>. Acesso em: 31 out 2019.

³¹ O Rumos é um edital público de iniciativa do Itaú Cultural para selecionar projetos culturais a serem financiados. Mais informações disponíveis em: <https://rumositaucultural.org.br/como-funciona>. Acesso em: 31 out 2019

³² Disponível em:

http://www.cultura.ba.gov.br/arquivos/File/Editais_Setoriais_19/11_DEC_SUPROCVLT_Setorial_de_Economia_Criativa_2019.pdf. Acesso em 7 nov. 2019.

Anfitriões e possibilitam o acesso de crianças e jovens a uma arte-educação. Entre os itens priorizados pelo Edital para a escolha das propostas, encontram-se:

Arranjos Colaborativos: ações de produção colaborativa, redes solidárias de produção, distribuição e circulação de bens e serviços culturais, financiamentos coletivos e arranjos produtivos locais; Modelos de Produção, Circulação e Difusão de Bens e Serviços Criativos: ações que melhorem a sustentabilidade do empreendimento criativo (ex. novos materiais, ferramentas de gestão e alternativas de financiamento); auxiliem na superação dos gargalos de distribuição e circulação (ex. utilização de redes sociais, pontos alternativos de distribuição e circulação e criação de selos) e contribua para o acesso da população aos meios de produção dos bens e serviços culturais; Promoção de Bens e Serviços Criativos: ações que trabalhem as questões da atratividade, qualidade e promoção do bem criativo, tais como: desenvolvimento de marcas (inclusive territoriais), divulgação do bem (catálogos, sites e feiras), certificação e exportação, entre outros; Ações de Qualificação Profissional: ações que contribuam para a qualificação do profissional envolvido com a Economia da Cultura, como oferecimento de cursos, seminários, palestras, assim como oferecimento de assessoria técnica na área de empreendedorismo e sustentabilidade. (SECULT, 2019)

Assim, pude identificar como o Novoar, através de suas ações, poderia alcançar resultados que se encaixavam na maior parte dos itens, tais quais: Arranjo Colaborativo, Modelo de Produção, Circulação e Difusão de Bens e Serviços Criativos e Promoção de Bens e Serviços Criativos. Além disso, uma ligação com um edital do governo seria muito estratégico para o Anfitrião, por proporcionar uma aproximação com o tal. Assim, pedi a autorização do Quabales para colocá-los na minha proposta e inscrevi a primeira edição do Novoar nesse Setorial no dia 8 de outubro de 2019. O arquivo gerado da inscrição pode ser visualizado no Anexo 4.

O processo de inscrição foi focado na adaptação do projeto já existente que eu havia escrito para o presente trabalho. Como previsto, foi necessário diminuir o orçamento para R\$ 149.700,00, o que implicou na diminuição de equipe, cortes na Comunicação e mudança do Espetáculo Musical para um dia só. Apesar do show com as parcerias musicais ser apenas um dia nesta adaptação, mantive “Festival” no nome por se tratar de um projeto com outras atividades dentro de um período de vários dias. Foi mantido o período de produção, sendo de dezembro a maio de 2021, entretanto, não mantive o local como o Mercado laô por acreditar que poderia encontrar durante a pré-produção locais com valores de pauta que se encaixem melhor no orçamento adaptado - priorizando locais fora da região central da cidade.

Um item do formulário que não pôde ser bem detalhado por conta da falta de tempo hábil foi a Ficha Técnica. Consegui mencionar apenas os responsáveis pela Coordenação de Produção, Produção Executiva, Consultoria de Produção e Coordenação de Comunicação. Por ser definido na fase de pré-produção, para escolher uma pessoa que melhor dialogue com o Anfitrião da edição, o Diretor Musical não foi citado na inscrição - algo que acredito que faria diferença para a Comissão Avaliadora.

Já no que diz respeito ao edital Rumos do Itaú Cultural, este se destina a três modalidades de propostas, de acordo com a aba “Como Funciona” do seu *site*. São elas:

Criação e Desenvolvimento – concepção e/ou desenvolvimento de projetos artístico-culturais; Documentação – organização e preservação de acervos relacionados com a arte e a cultura brasileiras; Pesquisa – desenvolvimento de pesquisas em arte e cultura brasileiras.

Assim, inscrevi o Novoar na modalidade de Criação e Desenvolvimento no dia 18 de Outubro de 2019. Como o Rumos previa um limite orçamentário de 70 mil reais para Pessoa Física, foi necessário a criação de um CNPJ como Microempreendedora Individual para que eu pudesse inscrever o projeto como Pessoa Jurídica - uma vez que nessa caracterização, não havia limite orçamentário. Dessa forma, pude manter todas as atividades previstas no projeto conforme idealizadas. Entretanto, ao contatar o Quabales para solicitar a autorização para colocá-los nessa inscrição, fui informada de que o Programa estaria com um projeto em negociação com outro banco, e que não poderiam se associar ao Itaú em hipótese alguma.

Então, o projeto foi adaptado de forma que seu período de execução fosse de maio a dezembro de 2021. Sem um Anfitrião definido, foi descrito que este seria escolhido no período de pré-produção. Essas adaptações foram realizadas de acordo com a possibilidade de ambas inscrições (Setoriais e Rumos) serem contempladas. Como o Quabales não poderia participar caso o Itaú Cultural fosse o patrocinador e a proposta contendo o Programa já havia sido enviada para o Setoriais, a solução encontrada foi postergar o período de execução na proposta para o Rumos, de forma que esta pudesse funcionar como uma segunda edição do

Novoar. E, se caso não fosse contemplada no Setoriais, haveria maior tempo hábil para escolher e entrar em contato com um novo Anfitrião. Acredito que a falta do Programa pode prejudicar a atratividade da proposta, mas de todo modo, anexe um documento listando os projetos e programas socioeducativos de música em Salvador, para que a Comissão pudesse visualizar possibilidades de Anfitriões. Entretanto, o Festival é estruturado e apresentado como um projeto de continuidade e acredito que isto se caracteriza como um ponto forte e diferencial da proposta.

5.3.8 Outras formas de patrocínio

Para captação dos recursos necessários para a execução do Novoar, será realizado um plano de captação durante a fase de pré-produção, estudando e levando em conta as potenciais empresas que se interessariam pelo projeto, bem como estruturando estratégias para apresentá-lo a elas. Caso o Festival não seja contemplado nos editais já inscritos, esse plano será criado e executado paralelamente às inscrições em demais editais da cultura que venham a abrir ao público durante o ano de 2020. De antemão, foram definidas as Cotas de Patrocínio e suas possíveis contrapartidas:

- Cota “Asas”: Essa cota tem o valor total do projeto (R\$ 300.230,00), e dá ao patrocinador a posição de Realizador do Novoar. O nome “Asas” se dá pelo fato de estar literalmente viabilizando o projeto, providenciando os recursos necessários para fazê-lo acontecer. Entre as contrapartidas, estão: A marca da empresa no palco do Espetáculo Musical; espaços para ações da marca dentro das atividades do Festival - a serem negociadas e acordadas com a equipe de produção; menção em todos os *releases* e entrevistas com os organizadores do Novoar; inserção da marca como realizadora nas ações de comunicação (*outdoor*, *busdoor*, mobiliário urbano, cartazes, vídeo de divulgação, *spot*, VT e campanha nas redes sociais); inserção da marca em demais elementos de comunicação (crachá, pulseiras, camisas de integrantes da equipe, entre outros); sinalização fixa exclusiva no Espetáculo

Musical; Veiculação de vídeo institucional em telão antes do Espetáculo Musical.

- Cota “Impulso”: Essa cota se refere ao patrocínio no valor de R\$ 200.000,00. Ela dá o destaque para empresa como Patrocinadora, e seu nome diz respeito ao que é necessário fazer para começar a voar: tomar impulso. Entre suas contrapartidas, estão: espaços para ações da marca dentro das atividades do Festival - a serem negociadas e acordadas com a equipe de produção; inserção da marca como realizadora nas ações de comunicação (*outdoor, busdoor, mobiliário urbano, cartazes, vídeo de divulgação, spot, VT* e campanha nas redes sociais); veiculação de vídeo institucional em telão antes do Espetáculo Musical.
- Cota “Ninho”: Os valores incentivados de R\$ 50.000,00 a R\$ 150.000,00 fazem parte da cota “Ninho” - que tem o efeito de incentivo e apoio a realização do Festival. Sendo estabelecida como Apoiadora, a empresa terá direito a tais contrapartidas: espaços para ações da marca dentro das atividades do Festival - a serem negociadas e acordadas com a equipe de produção; inserção da marca como apoiadora na campanha de redes sociais do Novoar e cartazes; veiculação de vídeo institucional em telão do evento antes do Espetáculo Musical.

5.3.9 Identidade Visual

A Identidade Visual foi desenvolvida pelo designer Lucca Soares com o meu acompanhamento e direcionamento. Foi realizado um processo de quatro etapas para a conceção desta: 1. *Briefing*; 2. *Moodboard*; 3. *Stylescape*; 4. Apresentação da Identidade Visual. Por fim, com a conclusão das etapas, foi criado o projeto executivo do Novoar.

A etapa do *Briefing*³³ consistia em um formulário aplicado pelo designer com questões relacionadas ao projeto, por exemplo: “O que é o projeto?”, “Quais seus

³³ O *Briefing* consiste em uma ferramenta para pautar todas as informações necessárias para determinado serviço ou produto. Serve como fundamento de todo o processo criativo e guiará os resultados da marca. (SOARES, 2018).

concorrentes?”, “Qual o público-alvo?”, “Como gostaria que as pessoas descrevessem seu projeto?”, “Se o projeto tivesse características humanas, quais seriam?”, entre outras. As perguntas foram respondidas por mim com base no que foi estudado e idealizado para o Festival e o formulário completo com as respostas pode ser encontrado no Anexo 5. Essa etapa foi muito importante para que o designer pudesse entender a identidade conceitual do projeto, e pensar como esta poderia ser transmitida visualmente.

Na segunda etapa, foi criado um *Moodboard*³⁴ com bases nas respostas do *Briefing*, com diversas opções de elementos visuais, fontes e paletas de cores. Nesse caso, eu escolhi as opções que mais combinavam com o que o Novoar representa. A partir dessas escolhas, foi criado um *Styleescape*³⁵ (Anexo 6) apresentando a Eudora³⁶ como uma opção de fonte para a logo do Novoar, por possuir aspectos das características definidas no Briefing (Criativo, Influyente e Altruísta - que posteriormente foi substituído por Solidário). Para a paleta de cores, foi oferecido como opção o azul, vermelho e branco - cores da bandeira da Bahia, mas em diferentes nuances, para que essa ligação fosse sutil. Em relação aos elementos, foi apresentado uma combinação entre fotos de estúdio de crianças e jovens com instrumentos musicais e ilustrações abstratas. Apesar de ter selecionado principalmente referências com ilustrações abstratas na etapa do *Moodboard*, gostei muito das fotos em estúdio, pois poderiam ser realizadas com os próprios integrantes do Anfitrião de cada edição, dando uma identidade mais personalizada para o Festival. Dessa forma, o *Styleescape* foi aprovado integralmente, possibilitando o início da criação definitiva da identidade visual do Novoar.

³⁴ O *Moodboard* pode ser chamado também de painel semântico. Ele é utilizado para inspirar o designer a criar a identidade. É reunido no *Moodboard* as referências visuais do conceito do projeto, direcionadas pelo briefing. (ALDEIA, Ano desconhecido). O *Moodboard* do Novoar pode ser visualizado no link: <https://projects.invisionapp.com/boards/WE3WWP2QAFN>. Acesso em 7 nov. 2019.

³⁵ *Styleescape* é uma forma de demonstrar como a Marca vai aparentar. É uma colagem visual das cores, tipografias, imagens, elementos e linguagens combinadas que farão parte da identidade visual. (YOUNG, 2019).

³⁶ A fonte Eudora pode ser visualizada no link <https://www.dafont.com/pt/eudora.font>. Acesso em: 31 out 2019.

Na quarta e última etapa, foi apresentado um resumo do que foi estabelecido por mim como as bases do conceito do Festival e do seu posicionamento, e como esse direcionamento estava presente na escolha da fonte, da paleta de cores e dos elementos - apresentados primeiramente no *Moodboard*. Para a criação da logo, essas definições se cruzaram, de forma a resultar em um *wordmark*³⁷ com um foco principal na letra “V”, de forma que pudesse chamar atenção para a leitura da marca como “No Voar” e também sendo colocada em evidência formando, de maneira sutil e minimalista, um pássaro. O pássaro surge como um elemento fundamental da Identidade do Novoar, uma vez que possibilita a ligação com o Vôo - algo comumente associado a desenvolvimento na nossa cultura. Durante a pesquisa para a Identidade Visual, foi encontrada uma espécie de ave chamada Andorinhão Preto, que pode ficar até 10 meses sem pousar após alçar voo, de acordo com o Helô D’Ângelo (2016). Dessa forma, o “V” representa um Andorinhão, funcionando como ícone da logo, trazendo o propósito do Festival de fortalecer e promover desenvolvimento social através da educação musical. A marca pode ser aplicada nas diferentes cores da paleta escolhida (azul, vermelho, branco, preto).

The image shows the word "NOVOAR" in a bold, black, sans-serif font. The letter 'V' is stylized to resemble a bird in flight, with its wings forming the top curve of the 'V' and its tail pointing downwards. The rest of the letters are in a standard, clean font.

Por fim, foi criado o projeto executivo³⁸ do Novoar, com a identidade visual desenvolvida e o conteúdo planejado durante o presente trabalho. O conteúdo é resumido, por acreditar que um projeto executivo deve trazer com poucas palavras a mensagem que deseja passar e entregas que serão realizadas. Usei como base os textos que escrevi para as inscrições em editais, tomando cuidado para adaptar

³⁷ *Workmark* se refere a tipos de logos que possuem fonte única e personalizada para a marca representada. Nesse caso, apenas o nome da empresa, da marca ou do produto é usado como logo.

³⁸ O Projeto Executivo pode ser acessado em: <http://bit.ly/festivalnovoar>. Acesso em: 7 nov. 2019.

para uma linguagem mais comercial, uma vez que este projeto será enviado para potenciais patrocinadores.

6 Considerações Finais

Durante minha breve experiência no mercado cultural, trabalhei com os mais diversos projetos, entretanto, não houve uma só vez em que eu tivesse de fato idealizado algo - por sempre já haver uma direção artística por trás daquela ideia. Não que seja errado, o trabalho do produtor também consiste em tirar as ideias dos papéis de muitos parceiros, torná-las realidade, mas percebo como muitas vezes acabei por deixar de lado meus projetos pessoais. Sendo assim, o presente Trabalho representou para mim uma oportunidade de criar algo que fizesse sentido para minha vida profissional, obtendo resultados com retorno para a sociedade e me engrandecendo enquanto futura produtora.

Escolher idealizar algo foi mais difícil do que pensei. Leva tempo, pesquisa, inspiração, vontade e experiência. Dessa forma, escrever esse projeto e memorial foi um grande desafio, mas também extremamente prazeroso, por colocar em prática conhecimentos que obtive durante minhas vivências com produção cultural, e obter novos também. Assim, forcei-me a planejar algo que eu pudesse realmente realizar. Durante o planejamento me deparei com diversos obstáculos devido a pouca experiência no ramo, mas foi através dele que pude entrar em contato com profissionais que não conhecia e explorar diversas possibilidades.

Com a pesquisa para o Novoar pude conhecer de perto o trabalho dos programas socioeducativos, e mais especificamente, do Quabales. Foi imensamente engrandecedor para mim o estabelecimento dessa relação com o Programa. A música entrou na minha profissão como principal arte, com a qual sempre amei trabalhar. Hoje, ao finalizar esse trabalho, a educação musical entra na minha vida como principal bandeira, pois acredito que através dela vidas podem mudar, e portanto deve ser defendida e incentivada. Dessa forma, espero que com o desenvolvimento deste projeto, a educação musical possa ser levantada como bandeira nas vidas de mais pessoas, apresentando novos projetos e programas sociais, para que possam voar cada vez mais alto.

Referências Bibliográficas

ALDEIA (Curitiba - PR). **Conheça o Mood Board, ideal para criar conceitos de marca.** In: Aldeia.cc, [200?]. Disponível em: <https://aldeia.cc/blog/design/mood-board-ideal-para-criar-conceitos-de-marca/>. Acesso em: 1 nov. 2019.

ANDRADE, Danilo. **Políticas Públicas: O que são e para que existem.** In: Politize!, 4 fev. 2016. Disponível em: <https://www.politize.com.br/politicas-publicas/>. Acesso em: 1 nov. 2019.

AYER, Maurício; PERUCHI, Ricardo. **Música para formar pessoas.** São Paulo: Santa Marcelina cultura, 2012.

BARBOSA, Aparecida. A música como instrumento lúdico de transformação. Revela, [S. l.], 2012. Disponível em: http://fals.com.br/revela/REVELA%20XVII/art_exp04_14.pdf . Acesso em: 15 jun. 2019.

BENFEITORIA (Rio de Janeiro - RJ). **Matchfunding BNDES+.** In: Benfeitoria, [2019]. Disponível em: <https://benfeitoria.com/canal/bndesmais>. Acesso em: 1 nov. 2019.

BRASIL. **Lei nº 11.769, de 18 de agosto de 2008.** Dispõe sobre a obrigatoriedade do ensino da música na educação básica. Brasília, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11769.htm . Acesso em: 18 jun. 2019.

BRUNO, Marta Regina. **Tecendo a cidadania no território da educação musical.** 2013. Tese (Doutorado) - PUC-SP, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/9736/1/Marta%20Regina%20Pastor%20Bruno.pdf> . Acesso em: 18 jun. 2019.

D'ANGELO, Helô. **Este pássaro consegue voar 10 meses sem tocar o chão.** In: Super Interessante. 3 nov. 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/ciencia/este-passaro-consegue-voar-10-meses-sem-tocar-o-chao/>. Acesso e: 1 nov. 2019.

El Sistema. Alemanha: EuroArts Music, 2008. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VLBnlhwLzHM&t=5291s> . Acesso em: 15 jun. 2019.

FONTEERRADA, M. T. O. **De tramas e fios: um ensaio sobre música e educação.** São Paulo: UNESP; Rio de Janeiro: Funarte, 2005

GAINZA, Violeta. *Educación musical siglo XXI: problemáticas contemporáneas*. **Revista da ABEM**, Londrina, p. 12-13, 1 jan. 2011.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. **Editais Setoriais 2019**: Apresentação. In: SECULT-BA, 2019. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=285>. Acesso em: 1 nov. 2019.

J LEIVA. **Cultura nas capitais**. Rio de Janeiro, 2018.

JACOBINA, Ronaldo. **Caetano Veloso encerra projeto Mercado Ião ao lado de Margareth Menezes na Ribeira**. In: Correio, Salvador, Bahia, 9 Fevereiro 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/caetano-veloso-encerra-projeto-mercado-iao-ao-lado-de-margareth-menezes-na-ribeira/>. Acesso em 1 nov 2019.

KLEBER, Magali; FILHO, João. **O Boletim Arte na Escola**. [S. l.]. Disponível em: <http://www.abemeducacaomusical.com.br/artsg2.asp?id=20> . Acesso em: 18 jun. 2019.

MAURANO, Adriana. **A redefinição do papel do Estado e a introdução de novas figuras jurídicas no Direito brasileiro**. In: Juz.com.br, Dez 2014. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/6073/a-redefinicao-do-papel-do-estado-e-a-introducao-de-novas-figuras-juridicas-no-direito-brasileiro#ixzz2LiPtCUF>. Acesso em: 1 nov. 2019.

MENON, Isabella. **Venezuelanos do El Sistema buscam refúgio em outras orquestras do Brasil e do mundo**. In: Folha de S. Paulo, São Paulo, 23 Outubro 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/venezuelanos-do-el-sistema-buscam-refugio-em-outras-orquestras-do-brasil-e-do-mundo.shtml>

MINISTÉRIO DA CIDADANIA (Brasil). **O que é e para que serve: CadÚnico**. In: Secretaria Especial do Desenvolvimento Social, 2 fev. 2015. Disponível em: <http://mds.gov.br/assuntos/cadastro-unico/o-que-e-e-para-que-serve>. Acesso em: 1 nov. 2019.

NEOJIBA - Harmonia. Youtube: Harmonia, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dYoMFDkCVSo> . Acesso em: 15 jun. 2019.

NEOJIBA - **Vídeo Institucional 2019 (Subtitles in English)**. Youtube: NEOJIBA, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fxXCf-9dk-o> . Acesso em: 18 jun. 2019.

REIS, Ana Carla. **MARKETING CULTURAL E FINANCIAMENTO DA CULTURA: Teoria e prática, em um estudo internacional comparado**. [S. l.: s. n.], 2016.

ROCHA, Hugo. **5W2H**: o que significa, para que serve, como fazer e exemplos. In: Klickpages Blog, Dez [200-?]. Disponível em:

<https://klickpages.com.br/blog/5w2h-o-que-significa/>. Acesso em: 26 out. 2019.

SANTOS, Arany Santana Neves. **Editais setoriais de economia criativa 2019**. In: SECULT-BA: Superintendência de Promoção Cultural - Suprocult, 9 set. 2019. Disponível em: http://www.cultura.ba.gov.br/arquivos/File/Editais_Setoriais_19/11_DEC_SUPROCU LT_Setorial_de_Economia_Criativa_2019.pdf. Acesso em: 1 nov. 2019.

SEBRAE (Brasil). **Financiamento: Entenda o que é crowdfunding**. In: SEBRAE, 13 set. 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/entenda-o-que-e-crowdfunding,8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 1 nov. 2019.

SOARES, Nayara. **Como montar um briefing de criação em 7 passos**. In: Design com Café, 21 ago. 2019. Disponível em: <https://designcomcafe.com.br/briefing/>. Acesso em: 1 nov. 2019.

THE El Sistema music revolution. [S. l.]: TED, 2009. Disponível em: https://www.ted.com/talks/jose_abreu_on_kids_transformed_by_music . Acesso em: 15 jun. 2019.

Informações disponíveis em: <https://benfeitoria.com>. Acesso em: 26 out 2019

TOCAR y luchar. Argentina: [s. n.], 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=olGUXapsl-I> . Acesso em: 15 jun. 2019.

YOUNG, Dayna. **What are Stylescapes?**. In: *Flow State Marketing Blog*, 9 mai. 2019. Disponível em: <https://blog.flowstatemarketing.com/what-are-stylescapes>. Acesso em: 1 nov. 2019

Anexos

Anexo 1

ACORDE

CONCORDÂNCIA - QUANTIDADE

ESTÁVEL - AFEITO - AFINHADA - CENTIL - CHEGADA

FIXO - AMIZADE - GÊNERO - OBJETIVO

FILME - PROXIMIDADE - GALERIA - ATRILHA - STEP

NO - LUGO - PESSOAS - CAMINHO - PARCEIRO

PARTITURA - UNIÃO - ENCONTRO - CUMPRIR

NOTAS MUSICAIS - EVO - INSTRUMENTOS

PREPARAÇÃO - FESTIVAL DE - COMBUSTÃO

MUSICA - NINHO - PREPARAÇÃO - ABRILHO

EXPERIÊNCIA - SORR - BABUCHO

DIMENSÕES - RITMO - AUBO - AUDIÇÃO - CONSTATANTE

ARTO - APTIDÃO - GALPÃO - PARTIX - TOQUE - SINTONIA

NOVO - MÚSICA - SINCROPIA - SINTONIA

SINTONIA - GÊNERO - DIFERENTE - JUVENTO

* MESMO TOM - CALOR - MEMÓRIA - PARTILHA - DIVIDIR

ACORDE - VOLT - UZES - SENTIMENTO

REALIDADE - ENXERCA - NOTAR - MANTER

COMO DEVE SER - VIBEL - CONVECT - DE PEITO

DILETO - COMPANHIA - EXISTE ATIVIDADE - TO PEITO

CIABDE - É INDIVISIVEL - TENHO FORTE APROXIMAÇÃO

PIES - SEU FEU SOCIAL - EU ESTOU AQUI - PONTES - LINDA

CONQUÊVEL - (CRESCER JUNTO) - PEITO - FIO - FERRO DE

NINHO - DESVALVIMENTA - PESSOAS - REDE - RESISTENTE

AGAS - BEM - SOCIAL - AMOR - HUMILDE - SISTENTE

AVO - SÓFIA - BASE - QUANTO - PAOR

IL - MÃO DE - PUNDA MENTAL - MÚSICA - HÁBITO

TOPOS - EDUCAÇÃO - E - FUTURO - COSTUME - CARINHO

MÃOS - CEBEIRO - AMALHADA - FIBRIDO

FAZIER - REBILTA - FE - OUTRO DIA

SUSTENTO - PLAVEZAL - ESPERANÇA

PIES - DESTINO - CUIDAR - DESEJO - FE

PIES - RESSAÇO - LINDA - VAMULIA - FE

PIES - LINDA - VAMULIA - FE

Anexo 2

Mês	dezembro/21				janeiro/21				fevereiro/21				março/21				abril/21				maio/21			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PRÉ-PRODUÇÃO																								
Contratação de equipe	■	■																						
Escolha do Programa Anfitrião			■	■																				
Contato com programa ou projeto social Anfitrião				■																				
Definição do objetivo da Campanha de Arrecadação junto ao Anfitrião				■																				
Escolha de convidados e negociação para participações				■	■																			
Criação de equipe responsável pelas Oficinas				■	■																			
Elaboração do planejamento da Campanha de Arrecadação				■	■	■																		
Criação de ementa e cronograma das Oficinas					■																			
Seleção de repertório					■																			
Elaboração de cronograma de criação de arranjos e ensaios com músicos convidados						■																		
Contato com escolas públicas para Oficinas							■			■	■													
Negociação de pauta para locais de criação e ensaio								■		■	■													
Negociação de pauta para local do Espetáculo Musical									■	■														
Contratação de serviço de transporte para traslado de músicos, equipes e instrumentos									■	■														
Realização de reuniões e negociações com possíveis parceiros e apoiadores										■	■	■	■	■										
Criação de arranjos e realização de ensaios										■	■	■	■	■	■	■	■							
Contato com fornecedores de materiais e lanches para as Oficinas										■	■													
Negociação e fechamento com fornecedores de estrutura de palco para o Espetáculo Musical										■	■													
Locação de equipamentos de som e luz										■	■													
Criação do projeto cenográfico										■	■	■												
Contratação de serviço de transporte para traslado de estudantes até o Espetáculo Musical											■	■												
Confeção cenotecnia													■	■	■	■	■							
PRODUÇÃO EXECUTIVA																								
Produção de Contrapartidas da Campanha de Arrecadação										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Realização da Campanha de Arrecadação										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Realização das Oficinas Musicais em escolas públicas													■	■	■	■								
Realização de registro audiovisual das Oficinas													■	■	■	■								
Montagem e passagem de som																					■	■		
Realização do Espetáculo Musical																					■	■		
Realização de registro audiovisual do Espetáculo Musical																					■	■		
COMUNICAÇÃO																								
Criação da identidade visual do projeto	■	■	■	■																				
Elaboração do plano de comunicação				■	■																			
Realização de ensaios fotográficos com o Anfitrião				■	■																			
Criação de peças e vídeos de divulgação					■					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Mapeamento e negociação de parcerias com digitais influencers										■	■													
Negociação e fechamento com fornecedores de mídia offline (outdoor, busdoor, mobiliários, etc)										■	■													
Impressão de material gráfico												■	■											
Elaboração e envio de releases e demais textos de divulgação													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Cobertura das redes sociais durante o Festival													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Distribuição dos cartazes em instituições culturais e de ensino														■	■	■	■							
Instalação de material de divulgação em mídia offline															■	■	■	■						
Realização de assessoria de imprensa para divulgação em sites, blogs, redes sociais e mídias impressas																■	■	■	■					
Divulgação em mídia televisiva e rádio																	■	■	■	■				
Divulgação do projeto em sites, BusTv, blogs e redes sociais e mídias impressas																	■	■	■	■				

Anexo 3

Orçamento - Novoar

PRÉ-PRODUÇÃO

Descrição	Quant./Item	Unid.	Quant./Unid.	Valor Unitário	Valor Total	TOTAL DA ETAPA
Coordenação Geral	1	mês	6	R\$ 2,500.00	R\$ 15,000.00	
Produção Executiva	1	mês	6	R\$ 2,000.00	R\$ 12,000.00	
Assistente de produção executiva	1	mês	3	R\$ 1,200.00	R\$ 3,600.00	
Produção Artística	1	mês	6	R\$ 2,000.00	R\$ 12,000.00	
Assistente de produção artística	1	mês	2	R\$ 1,200.00	R\$ 2,400.00	
Direção Artística	1	cachê	1	R\$ 10,000.00	R\$ 10,000.00	
Arranjador	1	cachê	1	R\$ 5,000.00	R\$ 5,000.00	
Oficineiro	2	cachê	1	R\$ 1,500.00	R\$ 3,000.00	
Produção Técnica	1	mês	1	R\$ 2,000.00	R\$ 2,000.00	
Assistente de produção técnica	1	mês	1	R\$ 1,200.00	R\$ 1,200.00	
Arquiteta	1	serviço	1	R\$ 4,000.00	R\$ 4,000.00	
Cenotecnia	1	serviço	1	R\$ 6,000.00	R\$ 6,000.00	
Anfitrião	1	cachê	1	R\$ 25,000.00	R\$ 25,000.00	
Músicos convidados - Tipo 1	2	cachê	1	R\$ 12,600.00	R\$ 25,200.00	
Músicos convidados - Tipo 2	2	cachê	1	R\$ 4,800.00	R\$ 9,600.00	
Pauta - Local de Ensaio	1	verba	1	R\$ 2,000.00	R\$ 2,000.00	
Traslado para músicos e instrumentos - Ensaios	1	verba	1	R\$ 4,000.00	R\$ 4,000.00	
Pauta - Local Espetáculo Musical	1	diária	3	R\$ 3,500.00	R\$ 10,500.00	
Estrutura de Palco	1	serviço	1	R\$ 9,750.00	R\$ 9,750.00	
Material para Oficinas	1	verba	1	R\$ 1,200.00	R\$ 1,200.00	
Traslado estudantes para Espetáculo Musical	2	locação	2	R\$ 850.00	R\$ 3,400.00	
Locação equipamentos de som	1	serviço	1	R\$ 3,780.00	R\$ 3,780.00	
Locação equipamentos de luz	1	serviço	1	R\$ 5,400.00	R\$ 5,400.00	
Aluguel de rádio comunicadores	10	diária	2	R\$ 35.00	R\$ 700.00	
Aluguel de gerador	2	diária	3	R\$ 1,250.00	R\$ 7,500.00	
Contrapartidas da Campanha de Arrecadação	1	verba	1		R\$ -	
Estrutura para housemix	1	serviço	1	R\$ 1,600.00	R\$ 1,600.00	
					R\$ -	
						R\$ 185,830.00

PRODUÇÃO

Descrição	Quant./Item	Unidade	Quant./Ocorrência	Valor Unitário	Valor Total	TOTAL DA ETAPA
Direção de Palco	1	serviço	1	R\$ 3,000.00	R\$ 3,000.00	
Técnico de PA	1	diária	2	R\$ 600.00	R\$ 1,200.00	
Técnico de Monitor	1	diária	2	R\$ 600.00	R\$ 1,200.00	
Técnica de Luz	1	diária	2	R\$ 450.00	R\$ 900.00	
Roadie	2	diária	2	R\$ 450.00	R\$ 1,800.00	
Carregador	5	diária	2	R\$ 150.00	R\$ 1,500.00	
Staff	10	diária	2	R\$ 150.00	R\$ 3,000.00	
Segurança	20	diária	2	R\$ 150.00	R\$ 6,000.00	
Brigadistas	3	diária	2	R\$ 240.00	R\$ 1,440.00	
Limpeza	1	serviço	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00	
Lanches para Oficinas	1	verba	1	R\$ 1,750.00	R\$ 1,750.00	
Ambulância	1	diária	2	R\$ 1,800.00	R\$ 3,600.00	
Alimentação equipe	1	verba	1	R\$ 4,000.00	R\$ 4,000.00	
Camarim	1	verba	1	R\$ 2,300.00	R\$ 2,300.00	
Banheiro Químico	12	diária	2	R\$ 95.00	R\$ 2,280.00	
Eletricista	1	diária	2	R\$ 200.00	R\$ 400.00	
						R\$ 36,870.00

COMUNICAÇÃO

Descrição	Quant./Item	Unidade	Quant./Ocorrência	Valor Unitário	Valor Total	TOTAL DA ETAPA
Coordenação de Comunicação	1	mês	4	R\$ 2,000.00	R\$ 8,000.00	
Assistente de Comunicação	1	mês	4	R\$ 1,200.00	R\$ 4,800.00	
Social Media	1	mês	4	R\$ 800.00	R\$ 3,200.00	
Assessoria de Imprensa	1	mês	4	R\$ 1,500.00	R\$ 6,000.00	
Designer	1	serviço	1	R\$ 4,500.00	R\$ 4,500.00	

Videomaking - Cobertura Festival	1	serviço	1	R\$ 7,600.00	R\$ 7,600.00	
Cobertura Fotográfica Festival	1	serviço	1	R\$ 2,000.00	R\$ 2,000.00	
Ensaio fotográfico	1	serviço	1	R\$ 850.00	R\$ 850.00	
Cartaz	1	unidade	300	R\$ 4.00	R\$ 1,200.00	
Outdoor	6	serviço	1	R\$ 2,300.00	R\$ 13,800.00	
Busdoor	10	unidade	1	R\$ 460.00	R\$ 4,600.00	
Mobiliário urbano	1	serviço	1	R\$ 4,300.00	R\$ 4,300.00	
Gravação Spot	1	serviço	1	R\$ 450.00	R\$ 450.00	
Inserção Spot	1	unidade	30	R\$ 120.00	R\$ 3,600.00	
Videomaking - VT	1	serviço	1	R\$ 650.00	R\$ 650.00	
Camisas	80	unidade	1	R\$ 18.00	R\$ 1,440.00	
Pulseira	200	unidade	2	R\$ 2.00	R\$ 800.00	
Crachá	20	unidade	1	R\$ 7.00	R\$ 140.00	
Anúncios pagos	1	verba	1	R\$ 2,300.00	R\$ 2,300.00	
Impulsionamentos Redes Sociais	1	verba	1	R\$ 3,000.00	R\$ 3,000.00	

R\$ 73,230.00

PÓS-PRODUÇÃO

Descrição	Quant./Item	Unidade	Quant. /Ocorrência	Valor Unitário	Valor Total	TOTAL DA ETAPA
						R\$ -

ADMINISTRATIVO

Descrição	Quant./Item	Unidade	Quant. /Ocorrência	Valor Unitário	Valor Total	TOTAL DA ETAPA
Assessoria Contábil	1	serviço	1	R\$ 1,800.00	R\$ 1,800.00	
Assessoria Jurídica	1	serviço	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00	

R\$ 4,300.00

R\$ 300,230.00

**PROPOSTA:** 22376**PROPONENTE:** SABRINA ANTUNES FIUZA**CPF:** 435.914.678-71**ENDEREÇO:** PRINCESA ISABEL, NÚMERO 778, AP 301 BAIRRO BARRA CEP 40140000**MECANISMO:** FUNDO DE CULTURA DA BAHIA**ATO CONVOCATÓRIO:** Setorial de Economia Criativa 2019 - 7/2019**Título:**

Festival Novoar

Principal segmento:

Música

Outros segmentos envolvidos:**Natureza do Projeto****Principal:**

Formação

Secundária:

Fruição e Consumo

Resumo:

O projeto em questão visa a realização da primeira edição do Festival Novoar, que acontece em março de 2021 na cidade de Salvador. Visando a realização de ações que reforcem a importância da educação musical na infância e adolescência, o projeto busca também fortalecer a atuação de programas socioeducativos que trabalham na área. Entre suas ações, encontram-se: oficinas em escolas da rede pública, apresentações musicais e campanha de arrecadação de doações.

Descrição:

O Novoar surgiu a partir da pesquisa e observação da importância social, cultural e psicológica da educação musical no desenvolvimento de crianças e adolescentes. Dessa forma, o Festival busca fortalecer essa arte-educação em Salvador, através do fomento a programas socioeducativos que se dedicam a essa missão e ações diretas em escolas públicas da cidade. Para cada edição, haverá um programa socioeducativo que funcionará como protagonista (Anfitrião) do Festival e norteará as atividades do Novoar, entre elas: Oficinas de Música em escolas públicas; Campanha de Arrecadação de Doações, que será integrada à comunicação do Festival; E o Espetáculo Musical - com grupos musicais do Anfitrião. Para a escolha do Anfitrião, haverá os seguintes critérios: 1. Devem ser priorizados programas que atuem em Salvador e que trabalhem com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade; 2. O programa deve ter tempo de atuação mínimo de 5 anos; 3. Demonstração de adaptabilidade em relação às parcerias musicais e criação de novos arranjos. O Festival pretende realizar Oficinas Musicais com estudantes de escolas públicas a fim de aproximá-los da educação musical. Para cada edição, as oficinas serão planejadas de acordo com as especificidades do programa Anfitrião e ministradas por integrantes deste. As ementas das oficinas serão pensadas por uma equipe composta pelos instrutores e gestores do projeto. As escolhas das escolas em que elas acontecerão serão baseadas na região de realização do Espetáculo Musical do Novoar, priorizando bairros em situação de vulnerabilidade - configurando-se como uma estratégia de formação de público do Festival também. A princípio o intuito é que sejam realizadas em horário de aula para que haja maior participação dos alunos, entretanto, isso será alinhado com a Coordenação Pedagógica de cada escola. A fim de criar uma rede de incentivadores ao programa Anfitrião, será criada uma Campanha de Arrecadação, que consiste em um conjunto de ações planejadas junto ao Anfitrião para arrecadar doações para o mesmo. Será definido um propósito fim para a Campanha - por exemplo: Compra de instrumentos, manutenção do programa, reforma de espaço de aulas, entre outros -, essa decisão será pautada nas necessidades do Anfitrião. A Campanha, então, será desenvolvida de maneira integrada a divulgação do projeto, com ações virtuais e físicas. O projeto contará com uma equipe de comunicação que traçará métodos para alinhar a Campanha com as atividades do Festival. Dessa forma, ao passo que o público se aproxima da educação musical e do programa Anfitrião, é apresentada uma maneira mais direta de contribuir com este. Para concluir as atividades e com intuito de potencializar o alcance do projeto, será realizado um Espetáculo Musical - que consiste na união entre grupos musicais do Anfitrião com artistas já consolidados na cidade, estado e/ou país. Essa união tem o objetivo de agregar maior visibilidade ao programa envolvido, proporcionar às crianças e jovens integrantes um contato maior com o mercado da música, e possibilitar o protagonismo do programa e dos arranjos criados nesse Espetáculo Final. Entre os músicos convidados, será priorizado que haja sempre um nome de alcance nacional, para que as possibilidades de impacto do projeto sejam amplificadas. Serão escolhidos com base nos seguintes critérios: 1. Exequibilidade dessas parcerias; 2. Potencial de visibilidade agregada ao Anfitrião; 3. Diversidade de gêneros e estilos musicais. Para acompanhar essas parcerias, o Diretor Artístico do Novoar irá elaborar um cronograma para os ensaios e criações de arranjos, analisando principalmente a exequibilidade das propostas musicais - fator fundamental ao planejar um projeto que envolverá diversos instrumentos e ritmos diferentes. A primeira edição do Festival Novoar será em março de 2021, na qual o programa socioeducativo Anfitrião será o Quabales, Programa Socioeducativo do Nordeste de Amaralina. Além de realizar atividades de educação musical - voltada a teoria musical, violão, percussão, break dance, performance percussiva, canto e percussão eletrônica -, o Quabales desenvolve atividades de criação de instrumentos musicais não-convencionais através de material reciclado. Uma de suas principais ações é a Campanha Nordeste Limpo, cujo objetivo é estimular a conscientização da comunidade local para a coleta seletiva. O projeto foi criado por Marivaldo dos Santos e implementado junto a Fernanda Mello, atual administradora do Quabales. Marivaldo é um antigo morador do Nordeste de Amaralina e atualmente é componente de um dos grupos principais de percussão em Nova York (STOMP), que hoje apoia o projeto também - o que proporcionou a liberação de sua linguagem

metodológica nas aulas do Quabales. O Programa já se apresentou no Rock In Rio junto da cantora Margareth Menezes e já participou do Montreux Festival. Hoje, realiza um forte trabalho no Nordeste de Amaralina, contendo também aulas de empreendedorismo, administração e outras vertentes de ligação com o mercado de trabalho. A primeira edição contará com Oficinas de Música também inspiradas na metodologia STOMP e com dois Oficineiros integrantes do Quabales. Ao todo, serão 4 Oficinas, prevendo um total de 120 alunos. A ementa será voltada à percussão, e contará com temas relacionados à teoria e prática musical, com instrumentos confeccionados pelos alunos através de materiais não-convencionais. Assim, crianças e jovens de outros bairros poderão se aproximar da arte-educação a partir de instrumentos construídos por eles próprios, de forma a fortalecer a autoestima e as perspectivas criativas destes. A Campanha de Arrecadação terá seu objetivo e planejamento elaborado na fase de pré-produção, quando o programa começará a atuar de modo integrado ao projeto. E, por fim, o Espetáculo Musical terá um dia de apresentações musicais do Quabales e dois convidados - que serão selecionados pela equipe técnica do projeto, também, na pré-produção.

Justificativa:

A educação musical atua no comportamento das pessoas como uma facilitadora da expressão humana e de diversos aspectos da educação. A música, ao ser inserida no cotidiano de uma pessoa desde a infância, pode influenciar no prazer do aprendizado, através de métodos lúdicos no processo de assimilação do conhecimento, e além disso, auxilia no desenvolvimento cognitivo. Ou seja, ao decodificar os códigos em uma partitura, memorizar um arranjo, criar e repetir harmonias, memorizar posições para tocar instrumentos, etc, uma criança pode ter sua escuta reforçada, assim como seu senso de identificação, concentração, treino, raciocínio lógico e memorização - habilidades também necessárias para desenvolvimento da leitura, escrita e realização de cálculos, por exemplo. Além dos aspectos sensoriais, a música está inclusa nos valores afetivos - ambos necessários para o desenvolvimento social. Sua influência nesse aspecto pode ser observada com a atuação de programas como o El Sistema, NEOJIBA e Projeto Guri. Tais programas atuam prioritariamente em áreas de vulnerabilidade social, e notou-se com sua presença uma mudança no comportamento das crianças e dos jovens envolvidos. Como característica em comum, estes utilizam-se da prática musical coletiva como método de ensino, a qual demonstrou benefícios psicossociais importantes no cotidiano de uma pessoa, dentre eles: a capacidade de atuar em equipe, empatia e aumento da auto-estima. O criador do El Sistema, maestro José Antonio Abreu, explica que, ao se sentir especial e parte de algo maior do que ela, uma criança em uma situação de vulnerabilidade pode se sentir mais estimulada a se desenvolver pessoalmente e profissionalmente - mesmo em um cenário com pouca predisposição para isso. E, ao participar de um grupo de prática musical, pode desenvolver maiores percepções do coletivo, identificando a importância de cada integrante dentro deste, podendo aspirar o desenvolvimento de seu grupo e de sua comunidade como um todo, a partir de uma conexão estabelecida entre eles. Dessa forma, o Festival surge como uma forma de fortalecer a educação musical em Salvador através da intensificação da atuação e desenvolvimento da visibilidade dos programas socioeducativos que lidam com música na cidade. Esse fortalecimento se dá pela inserção do Anfitrião em atividades de formação com outros jovens (Oficinas de Música em Escolas Públicas) e também através da criação de um evento que os coloca em evidência, como anfitriões de um espetáculo, formando parcerias com artistas da música popular e envolvendo diversos públicos - aproximando a população soteropolitana desta causa social de maneira leve e cativante. Essa ligação com os gêneros populares advém de uma relação identitária do público com a música popular brasileira - uma conexão com as canções que fazem parte de sua vida, capaz de impactar emocionalmente e além disso, tornar seus intérpretes líderes de opinião. Desse modo, uma parceria com artistas populares pode significar uma oportunidade de construir uma ligação emocional equivalente com o público soteropolitano, possibilitando um cenário onde este pode vir a se tornar cada vez mais incentivador da área da educação musical. Ademais, o Festival visa proporcionar para os grupos envolvidos uma nova experiência de maior nível de profissionalização, influenciando na autoestima dos integrantes, e ainda conectando-os a uma rede no mercado da música. Existe uma série de programas de socioeducativos em Salvador que ainda não possuem visibilidade suficiente para garantir sua manutenção e expansão. O intuito do projeto é Novoar, junto ao representante do programa anfitrião, parcerias que possam solidificar a marca deste na cidade, a fim de angariar futuros patrocinadores e doadores. Além disso, com a Campanha de Arrecadação, o Novoar visa a criação e solidificação de uma rede de pessoas interessadas em incentivar e patrocinar futuras atividades do Anfitrião. Ao incentivar o crescimento desse programa, o projeto estará influenciando indiretamente no desenvolvimento social da comunidade envolvida, através do surgimento de novos nomes na música, fortalecimento de sua sede enquanto espaço cultural, possível geração de emprego e renda no bairro em que está localizado, dentre outros.

Objetivos:

Objetivo Geral: Fortalecer a educação musical em Salvador. Objetivos Específicos: Fortalecer a atuação de programas socioeducativos da área da música em Salvador Aproximar crianças e jovens em situação de vulnerabilidade à educação musical Atrair novos públicos para os programas socioeducativos envolvidos Criar parcerias musicais inéditas e inusitadas Proporcionar novas experiências profissionais e ligações com o mercado da música para os integrantes dos programas e projetos Incentivar a criação e/ou aumento de uma rede de doações para o programa ou projeto envolvido Arrecadar doações diretas para um objetivo fim do programa ou projeto social envolvido

Metas

1. Realização de Oficinas de Música em escolas públicas

Estimativa Público: 120

4 oficinas

De: 01/03/2021 a 31/03/2021

Local:

Salvador/Bahia Brasil

2. Realização da Campanha de Arrecadação

Estimativa Público:

1 campanha

De: 01/03/2021 a 30/04/2021

Local:
Salvador/Bahia Brasil

3. Realização do Espetáculo Musical

Estimativa Público: 2000

2 dias

De: 01/04/2021 a 30/04/2021

Local:
Salvador/Bahia Brasil

Informações adicionais sobre público:

Incentivadores: Classes B e C, todos os gêneros, E.S. incompleto a E.S. completo, renda mensal família de 4 a 20 SM, frequentam eventos de música. Participantes: Todos os gêneros, entre 12 a 18 anos, estudantes de escolas públicas, com E.F. incompleto a EM Completo, renda mensal de 2 a 4 SM.

Roteiro

Etapa	Início	Fim
1. Contratação de equipe	01/12/2020	31/12/2020
2. Negociação de pauta para local do Espetáculo Musical	01/12/2020	28/02/2021
3. Realização de reuniões e negociações com possíveis parceiros e apoiadores	01/12/2020	31/03/2021
4. Escolha de convidados e negociação para participações	01/12/2020	28/02/2021
5. Negociação de pauta para locais de criação e ensaio	01/12/2020	28/02/2021
6. Contratação de serviço de transporte para traslado de músicos, equipes e instrumentos	01/12/2020	28/02/2021
7. Contato com fornecedores de materiais e lanches para as Oficinas	01/12/2020	31/12/2020
8. Criação do projeto cenográfico	01/12/2020	28/02/2021
9. Elaboração do plano de captação de recursos	01/12/2020	31/12/2020
10. Contato com programa ou projeto social Anfitrião	01/12/2020	31/12/2020
11. Elaboração de cronograma de criação de arranjos e ensaios com músicos convidados	01/12/2020	31/01/2021
12. Definição do objetivo da Campanha de Arrecadação junto ao Anfitrião	01/01/2021	31/01/2021
13. Seleção de repertório	01/01/2021	24/01/2021
14. Contratação de serviço de transporte para traslado de estudantes até o Espetáculo Musical	01/01/2021	31/01/2021
15. Negociação e fechamento com fornecedores de estrutura de palco para o Espetáculo Musical	01/01/2021	31/01/2021
16. Locação de equipamentos de som e luz	01/01/2021	31/01/2021
17. Criação de ementa e cronograma das Oficinas	01/01/2021	31/01/2021
18. Contato com escolas públicas para Oficinas	01/01/2021	31/01/2021
19. Elaboração do planejamento da Campanha de Arrecadação	01/01/2021	31/01/2021
20. Produção de Contrapartidas da Campanha de Arrecadação	01/02/2021	30/04/2021
21. Realização de ensaios	01/03/2021	31/03/2021
22. Confecção cenotecnia	01/03/2021	31/03/2021
23. Entrega de contrapartidas da Campanha de Arrecadação	01/03/2021	30/04/2021
24. Realização das Oficinas Musicais em escolas públicas	01/03/2021	31/03/2021
25. Realização da Campanha de Arrecadação	01/03/2021	30/04/2021
26. Realização de registro audiovisual do projeto	01/03/2021	30/04/2021
27. Realização do Espetáculo Musical	01/04/2021	30/04/2021
28. Montagem e passagem de som - Espetáculo Musical	01/04/2021	30/04/2021
29. Mapeamento e negociação de parcerias	01/01/2021	30/03/2021

com digitais influencers		
30. Elaboração e envio de releases e demais textos de divulgação	01/01/2021	30/03/2021
31. Criação da identidade visual do projeto	01/01/2021	31/01/2021
32. Elaboração do plano de comunicação	01/01/2021	31/01/2021
33. Negociação e fechamento com fornecedores de mídia offline	01/02/2021	28/02/2021
34. Impressão de material gráfico	01/02/2021	02/03/2021
35. Divulgação em mídia televisiva e rádio	01/02/2021	30/04/2021
36. Instalação de material de divulgação em mídia offline	01/02/2021	28/02/2021
37. Distribuição dos cartazes em instituições culturais e de ensino	01/02/2021	28/02/2021
38. Realização de ensaios fotográficos	01/02/2021	28/02/2021
39. Realização de assessoria de imprensa para divulgação em sites, blogs, redes sociais e mídias impressas	01/02/2021	30/04/2021
40. Criação de peças e vídeos de divulgação	01/02/2021	30/03/2021
41. Cobertura das redes sociais durante o Festival	01/03/2021	30/04/2021
42. Divulgação de fotos e material audiovisual resultante do Festival	01/03/2021	30/04/2021
43. Elaboração do Clipping	01/05/2021	30/05/2021
44. Edição e tratamento de fotos e material audiovisual	01/03/2021	30/03/2021
45. Desmontagem e limpeza do local	01/04/2021	30/04/2021
46. Realização de pagamentos pendentes	01/05/2021	30/05/2021
47. Prestação de contas	01/05/2021	30/05/2021
48. Elaboração de relatório final	01/05/2021	30/05/2021

Duração do Projeto

Início: 01/12/2020

Término: 30/05/2021

Distribuição

Plano de acesso: Sabendo da amplitude de atividades propostas pelo Novoar, o festival se baseia em 2 tipos de públicos-alvo majoritários: 1. Alunos de escolas públicas da região em que será realizado o Espetáculo Musical e 2. Potenciais incentivadores para o programa Anfitrião. Sendo assim, para atingir estes públicos, o plano será constituído por ações online e offline - que serão melhor elaboradas na fase de pré-produção -, como: - Ações online: Serão criados perfis do festival nas redes sociais - tais como instagram e facebook - para divulgação da programação, atividades do projeto e campanha de arrecadação; Serão elaboradas peças virtuais e textos que serão publicadas nessas plataformas; Com o objetivo de obter um maior alcance, as publicações realizadas nas redes sociais serão impulsionadas, de forma a serem direcionadas ao público-alvo que se destinam; A cobertura fotográfica e audiovisual das atividades será veiculada nas redes sociais do projeto; - Ações off-line: Serão utilizados cartazes nas escolas participantes para a divulgação das oficinas, bem como outros meios específicos de cada colégio (como apoio do grêmio estudantil, coordenação, etc); Inserção de spots em rádios parceiras; Inserção de VTs em canais parceiros; Campanha veiculada em busdoor; Flyers e Cartazes distribuídos pela cidade em regiões estratégicas de circulação dos públicos-alvo.

1. Espetáculo Musical	2000 ingressos/exemplares
	Valor Unit: R\$20,00
Distribuição Gratuita	
SECULT [400] Outros [150]	
Comercialização	
Preço Normal [870]	Receita estimada [R\$ 17.400,00]
Meia-entrada [580]	Receita estimada [R\$ 5.800,00]

Receita Total: R\$23.200,00

Ficha técnica

Nome	CPF	Função	Remunerado via FCBA
Sabrina Antunes Fiuza	43591467871	Coordenadora Geral	Sim
Nayanna Mattos	06189343678	Produtora Executiva	Sim
Leonardo Costa	81434723534	Consultor de Produção	Sim
Allana Gama	04898440576	Coordenadora de Comunicação	Sim

Contato para esclarecimentos

Nome	CPF	Função
Sabrina Antunes Fiuza	43591467871	Coordenadora Geral
Telefone	Celular	Fax
	71994133244	
E-mail	sabrinfantunes@gmail.com	

Informações Adicionais

Observações Adicionais:

Apesar dos convidados para as parcerias musicais serem pensados a partir das reuniões com a equipe e o representante do Programa ou Projeto Anfitrião posteriormente, foram pensadas características consideradas no direcionamento dessa escolha. Prevê-se que sejam residentes na Bahia - o que não seria uma regra, mas visando facilitar a logística de cronograma de ensaios, seria ideal que fossem pessoas que estivessem, de certa forma, próximas ao programa ou projeto. Sendo assim, foram traçados dois possíveis perfis de artistas convidados: 1- Artistas em ascensão no meio artístico nacional com forte nome na cidade de Salvador. Com residência estável na cidade e maior disponibilidade para ensaios e criação de arranjos - ou seja, sua participação no festival seria com três ou quatro músicas. Exemplos: Majur, Afrocidade, AyaBass, Illy, ATTOOXXA, Larissa Luz, OQUADRO, Gerônimo Santana, Samba do Vai Kem Ké, Lazzo Matumbi 2- Artistas com reconhecimento nacional, não necessariamente residem em Salvador, mas que possuem agenda com uma quantidade necessária de datas na cidade. Sua disponibilidade é menor, portanto sua participação no festival seria com uma ou duas músicas. Exemplo: Caetano Veloso, Gilberto Gil, Mateus Aleluia, Margareth Menezes, BaianaSystem, Maria Bethânia, Ivete Sangalo, Saulo Fernandes, Luedji Luna, Baco Exu do Blues. Já no que diz respeito às opções de locais de realização, será priorizado espaços fora do circuito habitual de entretenimento em Salvador, como locais na cidade baixa, subúrbio e demais áreas distantes do Centro. Importante ressaltar que o programa Quabales está ciente e concorda com a participação no projeto. Além disso, qualquer lucro obtido com a venda de ingressos do Espetáculo Musical será repassado para o Afitrião - o Quabales. Ademais, a execução do projeto contará com a consultoria voluntária do Professor Doutor Leonardo Costa, que tem acompanhado o projeto desde sua concepção e irá prestar assistência durante a execução deste durante todo o período de realização.

Informações sobre apoios financeiros Informar se o projeto já foi beneficiado ou encontra se em tramitação em algum mecanismo de apoio, como Lei Rouanet, FNC, FAZCULTURA, FBCA e/ou outros mecanismos existentes Informações Adicionais

Ano	Mecanismo	Projeto/Nº	Situação	Valor
				R\$ 0,00

Orçamento

1. Produção

Item.	Qtd.	Item/Serviço	Qtd.Unid	Unid. de medida	Valor unit.	Valor total	Fornecedor
1.1	1	Coordenação Geral	6	mês	R\$ 2.000,00	R\$ 12.000,00	Pessoa Jurídica
1.2	1	Produção Executiva	5	mês	R\$ 1.600,00	R\$ 8.000,00	Pessoa Jurídica
1.3	1	Assistente de produção executiva	4	mês	R\$ 850,00	R\$ 3.400,00	Pessoa Jurídica
1.4	1	Produção Artística	4	mês	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00	Pessoa Jurídica
1.5	1	Assistente de produção artística	2	mês	R\$ 850,00	R\$ 1.700,00	Pessoa Jurídica
1.6	1	Arranjador	1	cachê	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	Pessoa Jurídica
1.7	3	Oficineiro	1	cachê	R\$ 900,00	R\$ 2.700,00	Pessoa Jurídica
1.8	1	Produção Técnica	1	mês	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	Pessoa Jurídica
1.9	1	Assistente de produção técnica	1	mês	R\$ 850,00	R\$ 850,00	Pessoa Jurídica
1.10	1	Arquiteta - Espetáculo Musical	1	serviço	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	Pessoa Jurídica

1.11	1	Cenotecnia - Espetáculo Musical	1	serviço	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	Pessoa Jurídica
1.12	1	Registro Fotográfico	1	serviço	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	Pessoa Jurídica
1.13	1	Anfitrião	1	cachê	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	Pessoa Jurídica
1.14	1	Artista convidado - Tipo 1	1	cachê	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	Pessoa Jurídica
1.15	1	Artista convidado - Tipo 2	1	cachê	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	Pessoa Jurídica
1.16	1	Pauta - Local de Ensaio	1	verba	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	Pessoa Jurídica
1.17	1	Traslado para músicos e instrumentos - Ensaios	1	verba	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	Pessoa Jurídica
1.18	1	Pauta - Local Espetáculo Musical	2	diária	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00	Pessoa Jurídica
1.19	1	Estrutura de Palco	1	serviço	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	Pessoa Jurídica
1.20	1	Material para Oficinas	1	verba	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	Pessoa Jurídica
1.21	2	Traslado estudantes para Espetáculo Musical	1	locação	R\$ 850,00	R\$ 1.700,00	Pessoa Jurídica
1.22	1	Equipamentos de som	1	serviço	R\$ 3.700,00	R\$ 3.700,00	Pessoa Jurídica
1.23	1	Equipamentos de luz	1	serviço	R\$ 2.700,00	R\$ 2.700,00	Pessoa Jurídica
1.24	10	Aluguel de rádio comunicadores	1	diária	R\$ 35,00	R\$ 350,00	Pessoa Jurídica
1.25	2	Aluguel de gerador	2	diária	R\$ 1.150,00	R\$ 4.600,00	Pessoa Jurídica
1.26	1	Estrutura para housemix	1	serviço	R\$ 900,00	R\$ 900,00	Pessoa Jurídica
1.27	1	Direção de Palco	1	serviço	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	Pessoa Jurídica
1.28	1	Técnico de PA	1	diária	R\$ 500,00	R\$ 500,00	Pessoa Jurídica
1.29	1	Técnico de Monitor	1	diária	R\$ 500,00	R\$ 500,00	Pessoa Jurídica
1.30	1	Técnica de Luz	1	diária	R\$ 450,00	R\$ 450,00	Pessoa Jurídica
1.31	2	Roadie	1	diária	R\$ 300,00	R\$ 600,00	Pessoa Jurídica
1.32	5	Carregador	1	diária	R\$ 100,00	R\$ 500,00	Pessoa Jurídica
1.33	10	Staff	1	diária	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00	Pessoa Jurídica
1.34	13	Segurança	1	diária	R\$ 150,00	R\$ 1.950,00	Pessoa Jurídica
1.35	2	Brigadistas	1	diária	R\$ 240,00	R\$ 480,00	Pessoa Jurídica
1.36	1	Limpeza	1	serviço	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	Pessoa Jurídica
1.37	1	Ambulância	1	diária	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	Pessoa Jurídica
1.38	1	Alimentação equipe	1	verba	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	Pessoa Jurídica
1.39	1	Camarim	1	verba	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	Pessoa Jurídica
1.40	4	Banheiro Químico	1	diária	R\$ 95,00	R\$ 380,00	Pessoa Jurídica
1.41	1	Eletricista	1	diária	R\$ 200,00	R\$ 200,00	Pessoa Jurídica
1.42	1	Coordenador de Oficinas	3	mês	R\$ 900,00	R\$ 2.700,00	Pessoa Jurídica

Subtotal de Produção: R\$129.060,00

2. Divulgação

Item.	Qtd.	Item/Serviço	Qtd.Unid	Unid. de medida	Valor unit.	Valor total	Fornecedor
2.1	1	Coordenação de Comunicação	4	mês	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00	Pessoa Jurídica
2.2	1	Social Media	4	mês	R\$ 800,00	R\$ 3.200,00	Pessoa Jurídica
2.3	1	Designer	1	serviço	R\$ 3.070,00	R\$ 3.070,00	Pessoa Jurídica
2.4	1	Ensaio fotográfico	1	serviço	R\$ 350,00	R\$ 350,00	Pessoa Jurídica
2.5	1	Flyer	1	verba	R\$ 500,00	R\$ 500,00	Pessoa Jurídica
2.6	1	Cartaz	300	unidade	R\$ 4,00	R\$ 1.200,00	Pessoa Jurídica
2.7	10	Busdoor	1	unidade	R\$ 260,00	R\$ 2.600,00	Pessoa Jurídica
2.8	1	Videomaking - VT	1	serviço	R\$ 650,00	R\$ 650,00	Pessoa Jurídica
2.9	60	Camisas	1	unidade	R\$ 17,00	R\$ 1.020,00	Pessoa Jurídica
2.10	1	Impulsionamentos Redes Sociais	1	verba	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	Pessoa Jurídica
2.11	1	Confecção Spot	1	serviço	R\$ 250,00	R\$ 250,00	Pessoa Jurídica
2.12	1	Parceria com influenciadores digitais	1	verba	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	Pessoa Jurídica

Subtotal de Divulgação: R\$20.640,00

Total do Orçamento do Projeto: R\$149.700,00

5. Outras fontes de financiamento

Tipo de fonte	Tipo de fonte (descrição)	Valor	Situação de captação
---------------	---------------------------	-------	----------------------

Total de Outras fontes de financiamento: R\$ 0,00

Anexo 5

1 - O que é o projeto?

O Novoar é um festival de música que une grupos de um programa social de educação musical com nomes da música popular.

2 - Quais motivos te levaram a criar esse projeto?

Minhas motivações percorrem a paixão pela música e a vontade de incentivar a educação musical e trazer um retorno para sociedade.

3 - Sobre os concorrentes: Identifica algum projeto como tal? Quais? Fale um pouco sobre eles se achar necessário. Coloque nomes e links se puder.

Carnaval e Festival de Verão; Bem como outros eventos de verão calendarizados: ensaios pré-carnaval, Festival Sangue Novo, Verão OSBA, etc.

4 - Seus concorrentes oferecem algo que seu projeto não oferece?

Oferecem mais dias e mais diversidade nas atrações.

5 - Sobre o público-alvo: Qual a idade do público ideal do seu projeto?

Desejo atingir todas as idades, mas principalmente dos 20 aos 45 anos.

6 - Sobre o público-alvo: Qual a classe social, faixa etária e gênero?

Sobre o público-alvo: Qual a classe social, faixa etária e gênero?

Possíveis “incentivadores”:

Classes A, B e C; Moradores de Salvador; Todos os gêneros; Ensino superior incompleto e completo; Com renda mensal familiar de 4 a 20 salários mínimos; Frequentam eventos culturais relacionados à música; Se envolve com causas sociais;

Possíveis “participantes”:

Classes D e E; Moradores do bairro de realização do projeto (até então, Ribeira) - Salvador; Todos os gêneros; Majoritariamente adolescentes e jovens (12 a 18 anos); Estudantes de escolas do bairro de realização do projeto; Ensino Fundamental incompleto e completo e Ensino Médio incompleto; Com renda mensal familiar de 2 a 4 salários mínimos;

7 - Quem são eles? Descreva com suas palavras.

Os possíveis incentivadores são jovens e adultos que gostam e frequentam eventos musicais com frequência, e possuem ligação emocional com os artistas que acompanham. Normalmente estão mais presentes no circuito alternativo de Salvador. Também se compadecem com causas sociais, são pessoas conscientes politicamente e engajadas.

Os possíveis participantes são crianças e jovens que não tem muito contato com projetos culturais devido a falta de acessibilidade destes nos bairros em que moram. Não conhecem e/ou não participam de projetos de educação musical, entretanto, têm interesse no assunto.

8- Como você gostaria que os clientes descrevessem seu projeto?

Como um grande e memorável espetáculo musical, onde podem conhecer novos projetos, ver parcerias musicais inéditas e contribuir para o desenvolvimento social de crianças e jovens.

9 - Sobre a personalidade: Se o projeto tivesse características humanas, quais seriam? E quais ele NÃO seria?

Seria altruísta, descolado, influente, criativo, extrovertido, popular e visionário.

Não seria egoísta, egocêntrico, sem graça, entediante, sério, formal, acomodado.

10- Fique a vontade para dizer mais sobre a sua empresa ou dar considerações finais.

Após pesquisas, um projeto que me inspirou demais foi o El Sistema, é incrível ver o poder de transformação social que a educação musical pode proporcionar em um país e me encanta as possibilidades que ela representa para tantos outros lugares... E então, mais numa visão micro, fui muito inspirada por vídeos e eventos de união de orquestras com artistas e grupos de gêneros populares. Não encontrei ainda um festival de fato parecido com o meu, mas com certeza no que diz respeito a estrutura e formato me inspiro no Savassi Festival, Salvador Jazz, CandyAll e Tal, PercPan, Conexão77, Mercado Iaô com Margareth Menezes, Festival Radioca, Festival Mada e Festival Coma.

