

**ANEXO VI – PORTARIA MROSC CULTURA**  
**PLANO DE TRABALHO DE TERMO DE FOMENTO OU ACORDO DE COOPERAÇÃO**

<b>DADOS E INFORMAÇÕES DA OSC</b>		
Razão Social: <b>ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA</b>		
Endereço Completo: <b>CLN 208 Bloco D Sala 211 - Asa Norte</b>		
CNPJ: <b>08.117.759/0001- 60</b>		
Município: <b>BRASÍLIA</b>	UF: <b>DF</b>	CEP: <b>70.853-540</b>
Site, Blog, Outros: <b>www.medium.com/revistatraços</b>		
Nome do Representante Legal: <b>HELLEN CRIS DE CARVALHO VAZ</b>		
Cargo: <b>DIRETORA GERAL</b>		
RG: <b>2473930</b>	Órgão Expedidor: <b>SSP/DF</b>	CPF: <b>014.783.741-36</b>
Telefone Fixo: <b>61 3033-4541:</b>	Telefone Celular: <b>61 98525-1109</b>	
E-Mail do Representante Legal: <a href="mailto:hellen@revistatracos.com.br">hellen@revistatracos.com.br</a>		

<b>ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA</b>		
Responsável pelo acompanhamento da parceria: Michelle Martins Cano		
Função na parceria: Direção Geral		
RG: 30620664x	Órgão Expedidor: SSP/SP	CPF: 306.181.038-21
Telefone Fixo: <b>61 3553-7070</b>	Telefone Celular: 61.98186-6084	
E-Mail do Responsável: <a href="mailto:cp.michellecano@gmail.com">cp.michellecano@gmail.com</a> / <a href="mailto:cprojetosadm@gmail.com">cprojetosadm@gmail.com</a>		

<b>OUTROS PARTICÍPES (ATUAÇÃO EM REDE)</b>		
Razão Social:		
Endereço Completo:		
CNPJ:		
Município:	UF:	CEP:
Site, Blog, Outros:		
Nome do Representante Legal:		
Cargo:		
RG:	Órgão Expedidor:	CPF:
Telefone Fixo:	Telefone Celular:	
E-Mail do Representante Legal: :		
Objeto da Atuação em Rede:		
ANEXOS	<input type="checkbox"/> Termo de Atuação em Rede <input type="checkbox"/> Portfólio da OSC	

## DESCRIÇÃO DO PROJETO

**TÍTULO DO PROJETO:** REVISTA TRAÇOS

**PERÍODO DE EXECUÇÃO:** 4 meses

**INÍCIO:** 10/09/2020

**TÉRMINO:** 10/02/2021

### APRESENTAÇÃO E HISTÓRICO:

A revista cultural Traços é um projeto editorial impresso voltado para a produção e difusão de conteúdos relacionados à cultura do Distrito Federal. Ao mesmo tempo, uma tecnologia social baseada nas experiências de publicações organizadas por entidades beneficentes nos Estados Unidos e Europa (final do século XIX e início do século XX), com o objetivo de chamar atenção para o contingente crescente de desabrigados sem acesso às políticas públicas.

Inicialmente conhecida como “*newspaper street*” essa tecnologia impulsionou a criação de diversos jornais e revistas em mais de 40 países. São mais de 100 títulos publicados, sendo cinco deles no Brasil, e que contribuíram para a reinserção social e produtiva de milhares de pessoas. Estima-se que 32 milhões de pessoas leiam os chamados ‘jornais de rua’ e 250.000 indivíduos em situação de vulnerabilidade social já foram envolvidos, transformaram e foram transformados por projetos da mesma natureza. O jornal pioneiro “The Big Issue” é a principal referência para a Revista Traços, que hoje integra a International Network of Street Papers - Rede Internacional de Publicações de Rua.

O projeto Revista Traços vem sendo desenvolvido ao longo de muitos anos, mas a sua primeira edição foi para as ruas em 2015. Logo tornou-se veículo referência no campo do jornalismo cultural, na formação de público para artistas e manifestações artísticas e culturais locais e, especialmente, por envolver pessoas em situação de rua na fase de comercialização. São popularmente conhecidos como “Porta-Vozes da Cultura” aqueles que hoje comercializam as revistas nos principais pontos culturais da cidade. Eles passam por um processo de formação continuada e são incorporados em programas sociais e culturais, graças à mobilização de parcerias entre redes, organizações públicas e privadas, nacionais e internacionais.

Ao entrar no projeto, o Porta-Voz iniciante recebe treinamento especializado para vendas. Também recebe um kit para a identificação: colete, crachá e 20 exemplares da revista. Ele utiliza o valor arrecado com a venda das 20 primeiras revistas, recebidas gratuitamente, para comprar as próximas e, assim, entrar no ciclo de geração de renda. O acompanhamento personalizado inclui educação para planejamento financeiro, encaminhamentos para o acesso à rede socioassistencial e inserção em atividades e ações culturais. Cada revista é vendida por R\$ 10,00. Desse valor, R\$ 7,00 fica com o vendedor e os outros R\$ 3,00 são usados para adquirir novas revistas.

Muito além de um periódico, Traços contribui substancialmente com a economia criativa e o empreendedorismo ativo; com o fortalecimento de identidades e a ampliação da rede de proteção às pessoas em situação de vulnerabilidade. Ao mesmo tempo, oferece conteúdo de qualidade e gera oportunidades na cadeia produtiva da cultura. Em quatro anos o projeto se consolidou como uma tecnologia de extrema relevância para a inclusão social e produtiva de parte historicamente excluída da população. Um projeto cultural que valoriza a memória e produção cultural local, empodera e proporciona trocas e ganhos para todos os envolvidos; contribui para a redução de desigualdades estruturais e reafirma o papel interdisciplinar e transversal das artes e da cultura para a transformação social.

Com a chegada da pandemia em março de 2020, a Traços precisou se reinventar e se reorganizar internamente para não encerrarmos o projeto e podermos manter nossa equipe ativa, evitando ainda mais desemprego no setor cultural. Tivemos ainda que retirar nossos porta-vozes das ruas para que não fossem expostos aos riscos do covid-19, representando uma queda de 80% nas vendas das revistas, e arcando com ajuda de custo financeira de R\$ 400 e duas cestas básicas por mês para cada um dos 22 porta-vozes ativos no projeto. E para podermos absorver esses custos não previstos, mesmo com a queda de receita, reduzimos a quantidade de revistas impressas para 3 mil exemplares, e desenvolvemos uma campanha de vendas online e por telefone para conseguimos passar por esse momento e não deixamos cerca de 43 famílias sem renda.

Ainda não sabemos qual o tempo que precisamos para voltarmos com nossas atividades nas ruas com os porta-vozes e vamos focar nossa energia em desenvolver mais estratégias para sobrevivermos nesse período difícil em que o mundo se encontra.

Para um possível retorno de vendas dos porta vozes durante a execução deste projeto temos um plano de ação já desenhado para a possível atuação segue: Os porta-vozes da cultura adotarão um conjunto de atitudes e cuidados para garantir a segurança e saúde sua e dos seus leitores. Durante o atendimento ao cliente não será diretamente tocado em nenhum momento, respeitando a todo momento uma distância mínima de 1,5mt. Além disso todos estarão munidos de máscara de tecido e máscara acrílica, assim como um vidro de álcool que deve ser borrifado para fazer a assepsia das revistas, máquinas de cartão de crédito e nas mãos com frequência e rigor a cada atendimento. Às orientações serão apresentadas aos Porta-vozes através de oficinas de venda, com a distribuição de insumos de segurança, como máscaras e álcool em gel. Esse atendimento será realizado em pequenos grupos, respeitando todas as regras de segurança e saúde impostas pela pandemia. Cabe ressaltar que essas medidas serão tomadas em caso de volta as atividades de venda direto dos Porta-vozes da Cultura.

## **JUSTIFICATIVA:**

### **Brasília – a capital da cultura**

A potente produção artística e cultural das 31 cidades que compõem o Distrito Federal apontam para uma identidade especialmente fundamentada na diversidade. Somos conhecidos como capital do rock, da música instrumental e do design. Herdamos e recriamos manifestações populares tradicionais, danças e brincadeiras de várias regiões do país e fazemos isso de forma particular. A cultura urbana produzida aqui é facilmente distinguida das demais regiões do país e possui representantes significativos em quaisquer uma das suas linguagens ou elementos. A arquitetura é mundialmente reconhecida e reverenciada, as manifestações, as expressões idiomáticas, os festivais ao ar livre, os espaços culturais independentes – tudo isso faz parte da riqueza e cultura da capital. No entanto um dos maiores problemas enfrentados pelos agentes culturais e artistas da cidade é a falta de visibilidade para esse manancial, muito em função da carência de veículos especializados que foquem nos temas da cultura. Quando falamos em veículo impresso, o problema fica ainda maior, considerando que temos dois impressos produzidos na cidade.

O Distrito Federal é expoente de artistas renomados que, muitas vezes, saem da cidade para buscar projeção nacional no eixo Rio-São Paulo. Hoje a Revista Traços é a única plataforma impressa especializada, totalmente dedicada à produção artística e cultural da cidade, responsável por contribuir na formação de plateia e fortalecimento da cadeia produtiva.

### **Jornalismo Cultural e mídia impressa**

Segundo o jornalista e pesquisador Daniel Piza, entre as mídias tradicionais brasileiras, as revistas foram, historicamente, os veículos que deram a maior contribuição de conteúdo cultural. “As rádios jornalísticas dão dicas, trabalham agenda ou tratam do tema de forma diluída, em programas não-especializados. A TV aberta se concentra, sobretudo, na agenda. Recaiu sobre o impresso a responsabilidade de uma cobertura mais ampla, que contempla também a dimensão política da cultura. A internet e as TV pagas também abrem espaço para estes temas, porém é inegável o papel do impresso nesse sentido”.

A população em geral não tem acesso aos artistas e projetos independentes desenvolvidos no DF. Formação de público é um dos maiores entraves para a sobrevivência de artistas, grupos e coletivos de arte.

### **Impactos e indicadores de produto e resultado**

Ao todo temos 1.367 artistas/produtores culturais/espaços e iniciativas artísticas que foram destacados ao longo de quatro anos de revista – seguramente um record em termos quantitativos e qualitativos.

De 2015 a junho de 2020 foram produzidas 40 edições da revista. Nesse período, 294 Porta-Vozes da Cultura passaram pelo projeto e receberam atendimento psicossocial. 170 foram incorporados ao mercado de trabalho, seja formal ou informal - o que significa uma pessoa por semana passando a ter acesso à renda. Isso é possível graças ao trabalho em rede envolvendo a Associação Traços de Comunicação e Cultura, A Fora da Caixa Ltda, o Centro de Atenção Psicossocial (CAPS), o Centro de Referência Especializado de Assistência Social (Creas), o Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua (Centro Pop - Unidades Brasília e Taguatinga), o Consultório na Rua, entre outros. Os Porta-Vozes, a depender das necessidades apresentadas, individualmente, são encaminhados para a comunidade terapêutica, albergues, casas de passagem ou, ainda, defensoria pública para assistência jurídica integral e gratuita. Todos esses tratam-se de serviços e políticas públicas garantidos por lei mas que, no entanto, nem sempre estão facilmente disponíveis para a população. Com esse processo, o projeto garante ao vendedor a oportunidade de obter trabalho e renda, superar a pobreza extrema, as condições limitantes que somam vulnerabilidades como drogadição e violência e falta de perspectivas pessoais. Tudo isso reafirma que, além de uma mídia especializada com credibilidade, a revista impacta na inclusão social.

A atuação em rede tem um grande impacto de resultado, também, por envolver os empresários e articular parcerias, de modo que os estabelecimentos do Distrito Federal acolham o Porta-Voz em seus espaços e permitam a venda da Revista, tornando-os, assim, coautores no processo de transformação da cidade. Esse tipo de iniciativa aumenta a compreensão e a aceitação da diversidade, diminui estigmas, segregação, preconceito e a exclusão social. Os consumidores da revista tem grande compressão do projeto, se interessam pela vida e progresso dos Porta-Vozes e tem orgulho de contribuir para a reinserção social e para a dignidade dos envolvidos.

Geralmente a Traços gera renda de R\$ 500,00 à R\$ 3.000,00 para cada vendedor/a. No entanto com a pandemia a renda gerada é de R\$ 400 diretamente da Traços e os auxílios que o governo tem fornecido. Conforme detalhado nas planilhas orçamentárias, todas as receitas serão integralmente destinadas ao custeio do projeto. E, havendo recursos excedentes, estes são devidamente discriminados e destinados à sustentabilidade da revista.

A Revista foi lançada no dia 04 de novembro de 2015 e não demorou para que se tornasse viral na cidade. Hoje conta uma venda acumulada de mais de 310 mil exemplares e um público fiel e colecionador das edições. Esses números demonstram a importância de um veículo de comunicação transversal que tem como eixo editorial a promoção da produção cultural do Distrito Federal. Além de dialogar com a estratégia de colocar Brasília no circuito nacional e internacional de cidades criativas, o projeto preserva talentos, cria espaços e promove a cidadania. Seu conteúdo subsidia discussões sobre construção de identidades e amplia a visibilidade das diferentes linguagens. Por isso é, carinhosamente, conhecida pela comunidade cultural como o veículo da cultural local.

O poeta Nicolas Behr afirmou que a Revista Traços, daqui há 50 anos, será uma das maiores fontes de pesquisa da cultura do Distrito Federal e, de fato, o projeto também trata de história e preservação da memória cultural. Quem compra a revista tem acesso à conteúdo de qualidade, gerado por profissionais renomados em todas as etapas de produção.

Ao longo dos últimos anos a Revista Traços tem acumulado importantes prêmios nas áreas social, de jornalismo, fotografia e ilustração:

- Prêmio Colunistas de Brasília: o mais tradicional da cidade, com 33 anos de existência. Vencedora nas categorias: “Grand Prix, Veículo de Midia do Ano”, “Ação Social” e “Responsabilidade Social em Design”;

- Prêmio Anatec: realizado em São Paulo há 13 anos. Vencedora na categoria: “Lançamento do Ano” e “Projeto Gráfico”;

- Prêmios Lusófonos da Criatividades, 2015/2016: prêmio internacional realizado em Lisboa para reconhecer os melhores trabalhos em comunicação e marketing, desenvolvidos nos países e língua portuguesa. Vencedora nas categorias “Relações Públicas/Responsabilidade Social”, “Fotografia” e “Ilustrações”;

- 13º Prêmio Engenho de Comunicação 2016: considerado o “Oscar da Imprensa” na capital do país. Vencedora na categoria: “Melhor veículo Impresso”.

### **Economia Criativa como base para o futuro**

O projeto fortalece a economia criativa à medida em que forma público e circuitos, estimula a contratação e circulação da produção local e fortalece as cadeias produtivas locais.

Uma das maiores autoridades mundiais na área da Economia Criativa, Tom Fleming, afirmou que: “Talentos, lugares, propriedade intelectual, infraestrutura, dinheiro e alavancagem, são os pilares que sustentam uma economia criativa.”

A criatividade vem se tornando, cada vez mais, um diferencial para as profissões do presente e do futuro. A divisão tradicional da economia criativa estabelece 15 áreas: arquitetura, artes cênicas (teatro, ópera, dança e balé), artes (escultura, pintura etc.), artesanato, brinquedos e jogos, cinema, design, moda, música, pesquisa e desenvolvimento (P&D), propaganda, rádio e televisão (incluindo-se também a Internet), setor editorial (livros, revistas e jornais), software (apps) e videogames.

Em 2017, o Distrito Federal entrou na rede de Cidades Criativas da UNESCO, que desenvolve a cooperação internacional entre cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento sustentável, para a inclusão social e para o aumento da influência da cultura no mundo. Atualmente, 180 cidades de 72 países fazem parte dessa rede, que engloba sete áreas temáticas: o artesanato e artes folclóricas, design, filme, gastronomia, literatura, artes midiáticas e música. Brasília possui ampla atuação na economia criativa. São mais de 22 mil profissionais no setor, o que representa 3,7% de toda a riqueza local, uma movimentação de mais de R\$ 6,2 bilhões anuais.

### **Transversalidade e participação social na agenda de políticas públicas do Distrito Federal**

Um dos grandes legados do projeto Revista Traços é a articulação da sociedade civil organizada para a incidência nas políticas culturais, de direitos humanos, saúde, assistência social, enfrentamento à violência e garantia de direitos da população em situação de rua. Sabe-se que toda política pública, para ser implementada, necessita de controle social e participação, seja institucionalizada ou autônoma. A equipe do projeto ocupou-se, por quatro anos, dessa articulação e trabalho coletivo envolvendo os públicos beneficiários e a administração pública em níveis local e nacional. Essa atuação tem sido referência para outros Estados e garantido efetividade nos objetivos traçados e na evolução da agenda local.

O protagonismo e participação social cidadã, apesar de desafiantes para todas as instâncias envolvidas, é fundamental para a democracia e a garantia dos direitos constitucionais. Ao apresentar um projeto de comunicação cultural baseado na inclusão social e valorização do patrimônio cultural imaterial do DF, enfatizamos a importância da parceria entre governo e organizações da sociedade civil como caminho e estratégia para o desenho de uma sociedade melhor. O projeto é um exemplo de que parceria não deve se limitar ao repasse de recursos, embora esses, também, sejam fundamentais para o custeio das ações que o envolvem.

### **Perspectivas do projeto**

Aumentar o engajamento das pessoas com o conteúdo de um veículo de comunicação é um ativo importante, especialmente, para um projeto como a Traços e num momento que estamos vivendo. Acreditamos ser possível investir na combinação entre impresso e online e, assim, gerar maior alcance e sustentabilidade. A presença online, agora essencial, permitirá mais interatividade com os leitores e uma possibilidade nova de arrecadação para o projeto e consequentemente para os porta-vozes que não podem mais vender a revista nas ruas.

Com a chegada da pandemia, o objetivo desse ano é de sobrevivência, tanto do projeto, como de todos os colaboradores e porta-vozes que dependem desse espaço para terem acesso as necessidades básicas como alimentação e moradia.

### **DESCRIÇÃO DO OBJETO:**

Produzir, distribuir e comercializar três edições da Revista Traços. Único veículo impresso que tem como foco de conteúdo a cultura e os artistas do Distrito Federal, a produção da revista envolve como agentes comercializadores pessoas em situação de extrema vulnerabilidade financeira, para as quais o projeto gera renda, capacitação, autoestima e cidadania.

### **DETALHAMENTO DAS AÇÕES - OBJETIVOS E METAS:**

#### **CRONOGRAMA SIMPLIFICADO DE EXECUÇÃO**

	INÍCIO	TÉRMINO	DESCRIPTIVO
PRÉ PRODUÇÃO			
PRODUÇÃO	10/09/2020	09/02/2021	Elaboração e Produção e Distribuição de Revista; Atendimento e acompanhamento dos porta-vozes; Rotinas administrativas
PÓS PRODUÇÃO			

Ressalto que neste projeto não contempla etapas de Pré-produção e Pós-produção, uma vez que nosso projeto é contínuo e as atividades são realizadas em conjunto.

## **OBJETIVO GERAL**

Produzir e distribuir 3 edições da Revista Traços até janeiro de 2021, envolvendo pessoas em situação de extrema vulnerabilidade financeira na comercialização. Esse objetivo envolve o exercício de inovação em processos; valorização da identidade local; estudo e aplicação de novos modelos de negócios; geração de conteúdo de qualidade; formação de público para artistas e agentes culturais locais, apoio à circulação e distribuição de bens e serviços criativos; valorização do patrimônio cultural imaterial do Distrito Federal.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS - RESULTADOS ESPERADOS**

1. Produzir 3 edições, com conteúdo que dialogue com a diversidade cultural como maior valor agregado;
2. Contribuir com a visibilidade dos artistas e da cena cultural do Distrito Federal, por meio da impressão de 3 mil exemplares;
3. Gerar renda para Porta-Vozes da Cultura, por meio do repasse de uma bolsa de R\$ 400 mais 2 cestas básicas por mês durante o período de pandemia (enquanto eles não puderem ir para as ruas);
4. Realizar 3 eventos online de lançamento das edições da Revista Traços nas nossas redes sociais;
5. Favorecer o diálogo entre pessoas em situação de vulnerabilidades e os agentes compradores da revista, criando espaços de interação, por meio de articulação institucional e trabalho em rede;
6. Criar uma plataforma online, visando atingir maior público, engajamento e vendas, a partir da combinação estratégica de produção e disseminação de conteúdos on e off-line.

## **METAS E ETAPAS**

### **META ÚNICA – PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA REVISTA TRAÇOS**

#### **ETAPA 1 – COMUNICAÇÃO**

Ao longo de 4 anos executando a revista, compreendemos a necessidade de uma comunicação alinhada internamente e estrategicamente voltada para o público. Sendo assim, nessa etapa, vamos contratar equipe especializada para o planejamento, gerenciamento e criação de conteúdos para as redes sociais.

#### **ETAPA 2 – DESPESAS ADMINISTRATIVAS**

Nessa etapa faremos a contratação de todos os serviços administrativos para fruição do projeto, como: assessoria jurídica e contábil, serviços de motoboy, pagamento do aluguel de estoque e condomínio, contratação de limpeza do espaço duas vezes por semana, custos com combustível e vale transporte dos estagiários. Essa etapa é fundamental para saúde física, financeira e administrativa do projeto.

#### **ETAPA 3 – RECURSOS HUMANOS**

Nessa etapa serão contratados todos os profissionais responsáveis pelas coordenações, gerências e supervisões. Especialistas em: coordenação de comunicação estratégica, editorial, marketing, vendas, social, supervisores, institucional, administração financeira, produção administrativa, assessoria jurídica e contábil.

Uma Coordenação Administrativa e Financeira para a área administrativa e financeira, juntamente com uma gerência e uma assistência, que farão a supervisão de toda a logística necessária ao bom funcionamento e execução dos bastidores do projeto, tais como contratações, pagamentos, acompanhamento das assessorias jurídica e contábil, limpeza das salas, entre outros.

Teremos uma Coordenação Geral, responsável por traçar as macro-estratégias, alinhar, coordenar e supervisionar o bom andamento de todas as demais áreas.

Uma coordenação social que acompanha, orienta e gerencia o trabalho dos supervisores sociais, de forma a responsabilizar-se pelas ações que envolvem diretamente os Porta-Vozes da Cultura. Supervisores sociais que acompanham o desenvolvimento dos

Porta Vozes, articulam e participam de reuniões semanais, implementam o projeto de capacitação, facilitam e orientam sobre as metodologias de abordagem para vendas da revista.

Contrataremos, ainda, uma coordenação que será responsável pelo fortalecimento institucional, atuação sinérgica para ativar novos apoios e parcerias, traçar caminhos, planejamento, coordenação, relacionamento e supervisão para execução das atividades direcionadas e emparceiradas com as esferas local, nacional e internacional, governos e organizações não-governamentais. Ligada diretamente à essa coordenação, uma gerência comercial, que cuidará das vendas por assinatura, atuará para ampliar a venda de anúncios, gerar negócios e propostas comerciais.

Uma Coordenação de Comunicação para planejar de forma articulada e estratégica, criar diretrizes gerais, alinhar, criar e propor inovação de processos, tecnologias e sistemas de informação para integrar e potencializar todas as áreas da comunicação. A Coordenação de comunicação desenvolve um plano de comunicação geral e específica para cada área; coordena as ações e estratégias do gerenciador de redes sociais, qualifica os impulsionamentos, direciona o webdesigner, aprova de peças e textos, layouts e aplicação de logomarcas juntos dos apoiadores/patrocinadores/parceiros, planeja e supervisiona todas as ações que envolvem a comunicação do projeto. Trabalhará junto desse profissional um social media, responsável pela criação de conteúdos, reputação e relacionamento nas redes sociais, um webdesigner e dois estagiários.

#### **ETAPA 4 – PRODUÇÃO DA REVISTA**

Nessa etapa constam todos os profissionais e serviços para produção da Revista, entre eles jornalistas responsáveis pela editoria, pelas reportagens, fotografias, diagramação, entre outros profissionais que somam força para construção de uma revista com conteúdo e arte de qualidade.

#### **RESULTADOS MENSURÁVEIS**

<b>META</b>	<b>ETAPA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>VERIFICAÇÃO</b>
Produção, distribuição e comercialização da Revista Traços	1	Comunicação	Relatórios de redes sociais,
	2	Despesas Administrativas	Cópia de contratos e prestação de contas financeira
	3	Recursos Humanos	Relatório compilado das coordenações
	4	Produção da Revista	Entrega de 10 exemplares de cada edição

#### **RESPONSABILIDADES DA ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA**

- ❖ Inserção da logomarca da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal e do GDF em todo e qualquer material de divulgação do evento, seja impresso ou online, desde o início da promoção do evento;
- ❖ Divulgação compartilhada do plano de mídia do evento, com a equipe da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal, visando à divulgação simultânea nas redes sociais;
- ❖ Publicação online dos dados relativos ao uso dos recursos. Tal responsabilidade visa atender a recomendação conjunta: Termo de Recomendação Conjunta nº 03/2017 – 6ª PRODEP/PROREGs do MINISTÉRIO Público do Distrito Federal e Territórios e que precisa ser acatada,  
link: [http://www.mpdft.mp.br/portal/pdf/recomendacoes/prodep/Recomendacao\\_Prodep\\_Proregs\\_2017\\_03.pdf](http://www.mpdft.mp.br/portal/pdf/recomendacoes/prodep/Recomendacao_Prodep_Proregs_2017_03.pdf);

#### **PÚBLICO-ALVO BENEFICIADO:**

O projeto visa o envolvimento de diversos públicos:

- ❖ Artistas e agentes culturais locais: a revista tem sido vitrine para a produção artística e cultural do Distrito Federal, sendo o único veículo especializado e totalmente voltado para a cultura na capital do país. A divulgação desses trabalhos impacta diretamente nos portfólios e nas possibilidades de circulação e fomento.
- ❖ Leitores: cada edição tradicional da revista tem 3.000 exemplares. Considerando uma média de três leitores por unidade, espera-se atingir cerca de 9.000 leitores/mês nas edições oficiais. Ao final, cerca de 27 mil e leitores. Isso sem contar o ambiente online, que será potencializado a partir da nova fase do projeto, conforme já exposto.

- ❖ Pessoas em situação de rua ou vulnerabilidade social: Porta-Vozes da Cultura, para quem o projeto articula formação, capacitação, geração de renda, atendimento psicossocial e jurídico, por meio do trabalho em rede e uso dos serviços gratuitos oferecidos pelo governo local e federal.

#### PERFIL DO PÚBLICO

Está e uma média baseada em todo o nosso público Alvo, Artista, Leitores e Porta Vozes.

0 A 24 ANOS	16%
25 A 34 ANOS	28%
34 a 44 ANOS	37%
45 a 54 ANOS	10%
MAIS DE 55 ANOS	9%

#### CONTRAPARTIDA:

Ausência de contrapartida de acordo com a Portaria MROSC Cultura (valor global da parceria igual ou inferior a R\$ 600.000,00)

#### CRONOGRAMA EXECUTIVO

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Etapa 1 – Comunicação Contratação da equipe e execução dos serviços de coordenação de comunicação, gerenciamento de redes sociais, web designer e impulsionamento das redes	10/09/2020	25/01/2021
Etapa 2 – Despesas Administrativas Contratação da equipe para execução dos serviços de assessoria jurídica e contábil, motoboy, aluguel de estoque e condomínio da sede da revista, gasolina e limpeza do ambiente	10/09/2020	10/02/2021
Etapa 3 – Recursos Humanos Contratação da equipe para execução das coordenações, gerências, assistências e supervisores	10/09/2020	09/02/2021
Etapa 4 – Produção da Revista Contratação da equipe para execução dos serviços de produção da Revista incluindo: pesquisa, produção, reportagem, fotos, editorial, diagramação até a impressão da mesma	10/09/2020	10/02/2021

#### MARCOS EXECUTORES [SE HOUVER]

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Lançamento da Revista 44	25/10/2020	25/10/2020
Lançamento da Revista 45	25/11/2020	25/11/2020
Lançamento da Revista 46	25/12/2020	25/12/2020

Os lançamentos serão de forma online através das nossas Redes Sociais: [facebook.com/RevistaTracos](https://www.facebook.com/RevistaTracos) [youtube.com/RevistaTraços](https://www.youtube.com/RevistaTraços). Em caso de excepcionalidade de alteração nas datas de lançamentos os Gestores deste termo serão informados de nova das por e-mail, com tempo hábil de pelo menos 3 dias antes sua realização.

#### CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

Parcela única a ser desembolsada no mês de setembro/2020.



MEMÓRIA DE CÁLCULO						
Item	Descrição	Referência	Unidade de Media	Qtde	Valor Unitário	Valor Total
<b>META 1 - Produção, distribuição e comercialização da Revista Traços</b>						
<b>Etapa 1 - Comunicação</b>						
1.1	<b>Revisor de textos</b> - profissional que fará a última revisão da revista e e algumas peças digitais	Pregão: 8/2018 UASG: 170010 item 8 (R\$ 11,35 x 267 laudas = R\$ 3.030,45	mês	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
1.2	<b>Impulsioneamento de redes sociais</b> - Recurso disponível para impulsioneamento de Instagram e Facebook visando o público alvo da Revista.	Tabela do Facebook	mês	4	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
<b>Etapa 2 - Despesas administrativas</b>						
2.1	<b>Assessoria contábil</b> - Acompanhamento do controle contábil do projeto.	Tabela FGV (Mão de Obra) Item: 149 - Valor de referência R\$ 2.571,42)	mês	4	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
2.2	<b>Aluguel da sede com iptu</b> - mobiliada e incluso condomínio	boleto de aluguel	mês	4	R\$ 6.659,22	R\$ 26.636,88
2.3	<b>Combustível</b> - gasolina para os supervisores fazerem o atendimento em todos os pontos de vendas para entrega de Revistas aos porta-vozes	Combustível estimado em 4,50, cota utilizada para abastecimento dos carros dos supervisores que trabalham todo dia na distribuição das revistas, perfazendo uma média de 80 km dia, no final de semana chega a 150 km. Neste sentido calculamos a cota de R\$ 1.200,00 mês.	mês	4	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00
2.4	<b>Gerente administrativa e financeira</b> - Responsável por organizar e gerenciar todo o fluxo financeiro da Revista incluindo vendas de revistas e projetos e inserção de informações de vendas no sistema.	Pregão: 10/2018 UASG: 303001 item 26 (R\$ 2.149,92 : 9 = R\$ 238,88 x 30 dias = R\$ 7.166,4	mês	4	R\$ 4.500,00	R\$ 18.000,00
2.5	<b>Assistente de produção (financeiro)</b> - responsável pela organização da parte documental de todos os processos administrativos e financeiros da Revista.	Pregão SECULT 13/2018 item 17,1 (Valor de referência R\$ 200,00 a diária x 22 = R\$ 4.400,00 mensal)	mês	4	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
<b>Etapa 3 - Recursos Humanos</b>						
3.1	<b>Direção Geral</b> - Coordena e orienta todo o direcionamento do projeto e as tomadas de decisões que envolvem a Revista Traços.	Pregão 139/2018925041item 75= Diária de R\$ 495,00 x22 =10.890,00	mês	4	R\$ 8.000,00	R\$ 32.000,00

3.2	<b>Direção Editorial</b> - Coordena e orienta todo o direcionamento editorial da revista, fazendo pesquisas de pautas, coordenando as reuniões de pautas, orienta as matérias que serão incluídas em cada edição, aprovar o design de cada revista e junto com a direção geral e executiva definem a tomada de decisão das ações da Revista como um todo.	Tabela FGV (Mão de Obra) Item 39 (Valor de referência 11.745,48)	mês	4	R\$ 8.000,00	R\$ 32.000,00
3.3	<b>Coordenação Administrativa e Financeira</b> - Coordena a tomada de decisão financeira do projeto como um todo, direciona a equipe sobre a organização e controle de todos os números do projeto e responsável por desenvolver e executar todos os projetos da Revista visando a prestação de contas.	FGV N° 153 + IPCA	mês	4	R\$ 6.500,00	R\$ 26.000,00
3.4	<b>Coordenação Social e Institucional</b> - Responsável pelo gerenciamento da equipe de supervisores que atuam diretamente com os porta-vozes da cultura. Tem a função de acompanhar o "mundo do trabalho" dos nossos porta-vozes, monitorando o desempenho de cada um em relação a geração de renda, e abrindo novas possibilidades de trabalhos para esses porta-vozes para além da venda da revista. E nesse momento do projeto vai coordenar junto a parte institucional, para aproximar dos potenciais parceiros, desenvolvendo novas ações com parceiros institucionais.	FGV N° 153 + IPCA	mês	4	R\$ 6.500,00	R\$ 26.000,00
3.5	<b>Coordenação de Comunicação</b> - Responsável pelas mídias sociais, assessoria de imprensa, comunicação institucional, marketing/comercial, audiovisual e tecnologia da informação. Participa das reuniões de pauta do editorial e atua junto com a editora-chefe na supervisão dos estagiários. É também quem desenvolve a comunicação de projetos especiais dentro da Revista.	Pregão: 35/2019 UASG: 158516 item 155 (Valor de referência R\$ 7.500,00)	mês	4	R\$ 4.500,00	R\$ 18.000,00
3.6	<b>Supervisor de pessoal</b> - (nível médio) Responsável por mapear, organizar e firmar parcerias para os novos pontos de venda da revista, manter e acompanhar as parcerias já firmadas. Implementar o projeto de capacitação em venda de produto cultural para os novos Porta Vozes e acompanhar o desenvolvimento dos Porta Vozes antigos, auxiliando e orientando as melhores metodologias para a realização da abordagem e venda da Revista Traços.	pregão 7/2018 UASG: 13308 ITEM 2	mês	4	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
3.7	<b>Supervisor de pessoal</b> - (nível superior) responsável por mapear, organizar e firmar parcerias para os novos pontos de venda da revista, manter e acompanhar as parcerias já firmadas. Implementar o projeto de capacitação em venda de produto cultural para os novos Porta Vozes e acompanhar o desenvolvimento dos Porta Vozes antigos, auxiliando e orientando as melhores metodologias para a realização da abordagem e venda da Revista Traços.	pregão 7/2018 UASG: 13308 ITEM 2	mês	8	R\$ 3.000,00	R\$ 24.000,00

3.8	<b>Assistente de produção (Institucional)</b> - Responsável por dar suporte a coordenadora institucional retomando o contato com os parceiros, marcando reuniões e encaminhando as demandas da área	Pregão SECULT 13/2018 item 17,1 (Valor de referência R\$ 200,00 a diária x 22 = R\$ 4.400,00 mensal)	mês	4	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
<b>Etapa 4 - Produção da revista</b>						
4.1	<b>Editor-chefe</b> - responsável por organizar com a equipe de comercial toda a produção da revista. Participa das reuniões de pauta, defini prazos e cronogramas de entregas da equipe, elabora alguns textos da revista, coordena os estagiários, e acompanha até a produção da revista na gráfica.	O serviço apresenta cotação na tabela da FGV n° 39, o valor de referência na FGV é de R\$ 7.712,07, para tanto o valor proposto esta abaixo das referências de preços públicos.	edição	3	R\$ 4.000,00	R\$ 12.000,00
4.2	<b>Redator-chefe</b> - Coordena o trabalho de reportagem, dividindo as pautas também atua como repórter da revista.	Tabela do sindicato do jornalista do DF ANEXO II	edição	3	R\$ 5.000,00	R\$ 15.000,00
4.3	<b>Repórter</b> - Profissional com graduação superior em jornalismo, comunicação social ou similar, responsável por produzir e assinar reportagens exclusivas das revistas designadas pelo Chefe de Reportagem, Editor Chefe ou Subeditor.	Tabela do sindicato do jornalista do DF ANEXO II	edição	3	R\$ 3.000,00	R\$ 9.000,00
4.4	<b>Editores de fotografia</b> - coordena todo o trabalho de fotografia da revista, incluindo a editoria, selecionando as fotos para as matérias, bem como conferindo o trabalho do designer feito.	Valor previsto na FGV n° 56, sendo o valor previsto por semana por R\$ 1.822,02 x 4 semanas, sendo o valor de referência por mês de R\$ 7.288,08, para tanto o valor está dentro do preço de mercado. TABELA ANEXO II	edição	3	R\$ 3.500,00	R\$ 10.500,00
4.5	<b>Fotógrafo convidado</b> - uma profissional de fotografia que faz os ensaios de uma matéria.	Valor previsto na FGV n° 71, sendo o valor previsto por semana por R\$ 777,97 x 4 semanas, sendo o valor de referência por mês de R\$ 3.111,88, para tanto o valor está dentro do preço de mercado - TABELA ANEXO II	edição	3	R\$ 1.200,00	R\$ 3.600,00
4.6	<b>Cota freelancer</b> - para realização de matérias especiais na revista e no SITE, serão 03 cotas de freelancer por edição.	Tabela de preço do Sindicato dos Jornalistas TABELA DA CATEGORIA ANEXO IV	cotas	9	R\$ 600,00	R\$ 5.400,00
4.7	<b>Estagiário</b> - Contratação de 2 estagiários de comunicação que ficam responsáveis por cobrir algumas pautas da revista e escrever algumas matérias.	Tabela do sindicato do jornalista do DF - TABELA ANEXO IV	mês	8	R\$ 750,00	R\$ 6.000,00

4.8	<p><b>Impressão da revista</b> - Impressão de 3.000 exemplares por edição no formato aberto 42 x 27 e fechado 21 x 27cm com 76 páginas. Detalhamento: 1 Capa formato 42,4x27,0 cm em COUCHE FOSCO LD 250 g/m2 em 4x4 cor(es) Prova Digital Laser, Laminação Fosca em BOPP Frente 76 PAGINAS formato 21,0x27,0 cm em POLEN SOFT LD 80 g/m2 em 4x4 cor(es) Prova Digital Laser Acabamento: Colagem Hot-Melt, Shirinkado</p>	Orçamentos	unidade	9000	R\$ 4,80	R\$ 43.200,00
4.9	<p><b>Designer para diagramação da revista</b> - serviço de 2 profissionais visando a diagramação, edição, ilustração da revista, os profissionais também são responsáveis por encaminhar a revista para impressão na gráfica, conferindo a qualidade impressa. produção de uma edição leva-se em média 30 dias para sua produção, por tanto nos baseamos no cálculo médio de 4 semana. Sendo R\$ 3.019,47 (a semana) x 4 (semana), ficando o valor estimado em R\$ 12.077,88 por profissional. sendo 2 profissionais o valor total de R\$ 24.155,76.</p>	FGV n° 167, está cotado a R\$ 3.019,47 a semana. ficando o valor mensal estimado em R\$ 12.077,88 por profissional	edição	3	R\$ 21.000,00	R\$ 63.000,00
<b>VALOR TOTAL</b>						<b>R\$ 419.636,88</b>

O presente Plano de Trabalho não apresenta rubrica de encargos recolhidos, pois os mesmos são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise.

Na fase de prestação de contas as notas fiscais serão encaminhadas de acordo com o Decreto 37.843 de 13 de dezembro de 2016. Em hipótese alguma haverá pagamento via RPA, esta sim haveria previsão de recolhimento de encargo.

De acordo com o Art. 28. do Decreto 37.843 13 de dezembro de 2016, no que refere-se aos itens V e VI, esclarecemos:

V - Informamos que toda a mão de obra contratada será via prestação de serviços, através de contrato temporário e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a empresa contratante. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas.

VI – Conforme citado acima, por se tratar de contratações via pessoa jurídica não há nenhum tipo de valor rescisório e trabalhista a ser pago no final do projeto

<b>ANEXOS</b>
<input checked="" type="checkbox"/> <b>EQUIPE DE TRABALHO (OBRIGATÓRIO)</b>
<input checked="" type="checkbox"/> <b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>
<input type="checkbox"/> <b>PLANO DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS COMPLEMENTARES</b>
<input checked="" type="checkbox"/> <b>OUTROS.</b> Especificar: Organograma

**ANEXO I**  
**FICHA TÉCNICA PRINCIPAL E ORGANOGRAMA**

**PROFISSIONAL 1**

**Cargo: Direção Geral**

**Nome:** Michelle Cano

**Currículo resumido:** Formada em tecnologia em gestão de marketing pela Universidade do Paraná - UnoPAR. Foi Coordenadora administrativa e financeira da Revista Traços de 2015 a 2018, em 2019 assumiu a coordenação/direção geral da revista. Produtora executiva do Festival CoMA e Festival de Brasília do Cinema Brasileiro de 2017 a 2019. Coordenadora de logística do Revezamento da Tocha Olímpica pela Nissan em 2016 e Supervisora de logística da Copa do Mundo FIFA 2014.

**Cargo que ocupa na entidade:** Associada

**PROFISSIONAL 2**

**Cargo: Diretor Editorial**

**Nome:** André Noblat

**Currículo resumido:** Formado em jornalismo há 11 anos, realizou curso de extensão em comunicação na Universidade de Navarra na Espanha em 2001. Trabalhou na Rádio Transamérica e no Jornal do Brasil. Integrou a equipe de marketing de João Santana durante duas campanhas presidenciais, Lula (em 2006) e Dilma Rousseff (em 2010). Em 2006 realizou trabalho para identificar lideranças comunitárias que aderissem à campanha do então candidato ao governo de Pernambuco Eduardo Campos. Coordenou a comunicação da campanha do então senador pelo Acre, Tião Viana, à presidência do Senado. Desde 2006, é Diretor Institucional do **Grupo Informe**, atuando especialmente junto aos governos da Bahia, de Pernambuco e do Distrito Federal para criação de soluções de comunicação para divulgação de políticas públicas. Desde 2008 atua o setor cultural como músico e produtor. Entre as principais atividades já exercidas estão:

- Produção Executiva e captação de recursos do espetáculo Renato Russo Sinfônico (2013)
- Produção do projeto "Rock sem Fronteiras" em parceria com SESC (edição 2012/2013)
- Co-produção Porão do Rock (2012, 2013 e 2014)
- Co-produção do Projeto de Arte e Educação na Estrutural (2014)
- Produção executiva do Projeto/DVD Trampa Sinfônica (2008)
- Co-Produção da Turnê Nacional Trampa Sinfônica (2011)
- Coordenador do Movimento Brasília Capital do Rock
- Idealizador do projeto Circula, Incubadora de Bandas de Brasília (2014)
- Co-Produção do Circuito Brasília Capital do Rock (2014)
- Editor Chefe da Revista Traços de novembro de 2015 até a presente data

**Cargo que ocupa na entidade:** Associado

**PROFISSIONAL 3**

**Cargo: Coordenação Social e Institucional**

**Nome:** Hellen Cris

Responsável pelo gerenciamento da equipe de supervisores que atuam diretamente com os porta-vozes da cultura. Tem a função de acompanhar o "mundo do trabalho" dos nossos porta-vozes, monitorando o desempenho de cada um em relação a geração de renda, e abrindo novas possibilidades de trabalhos para esses porta-vozes para além da venda da revista. E nesse momento do projeto vai coordenar junto a parte institucional, para aproximar dos potenciais parceiros, desenvolvendo novas ações com parceiros institucionais; Produção e organização de formaturas e eventos do Senac-DF. Produção e organização do 1º Encontro Ibero Americano de Incentivo e Fomento de 2014. Participação na equipe de produção do 47º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro. Produção do Centro Aberto de Mídia para a Copa do Mundo de 2014. Produção da festa do dia das crianças da Secretaria de Estado de Políticas para Crianças, Adolescentes e Juventude, do ano de 2015. Em 2017 assumiu a assessoria institucional da Revista Traços.

**Cargo que ocupa na entidade:** Diretora Geral

**PROFISSIONAL 4****Cargo: Coordenação Administrativa e Financeira****Nome:** Associação Traços de Comunicação e Cultura

Experiência em gestão de projetos desde a retomada da Associação em 2016. Já executou administrativamente a Revista Traços e o Festival CoMA desde então.

**Cargo que ocupa na entidade:** Não se aplica**PROFISSIONAL 5****Cargo: Coordenação de Comunicação****Nome:** Rhenan

Jornalista e produtor cultural. Atua como gestor e elaborador de projetos, diretor de produção e artístico, criador de conteúdo, estrategista de mídias sociais e consultor de comunicação. É o idealizador do movimento "A Mulher do Piolho - Vamos falar do que é nosso", plataforma de resistência cultural e valorização da arte do Brasil premiada nacionalmente, em 2017, com o programa Creators Boost You Pix, realizado em São Paulo (SP) com quatro projetos de conteúdo digital inovadores do Brasil. Também é a cabeça criativa da agência Hategoria Cultural, da qual é sócio-fundador e atende, entre outros, a publicação Revista Traços; a produtora de filmes Imagem no Ar; o grupo Teatro Pândego, com o qual realizou mais de trinta sessões do premiado espetáculo Stanisloves-me; a escritora Beatriz Leal e a cantora e compositora Ana Carolina, um dos principais nomes da Música Popular Brasileira. Em 2018, foi o responsável pela coordenação de comunicação do Livre - Festival Internacional de Literatura e Direitos Humanos (Brasília). Em 2019 coordenou a comunicação da série de eventos Sarau Encontraços, com quarenta edições no Distrito Federal. Nos últimos anos fez diversas palestras sobre criação de conteúdo multimeios e comunicação em grandes eventos locais e nacionais.

**Cargo que ocupa na entidade:** Não se aplica**PROFISSIONAL 6****Cargo: Gerente administrativa e financeira****Nome:** Nayara Souza Lima

**Currículo resumido:** 2012/2014 – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa – SEBRAE, Agente Local de Inovação, Realização de visitas técnicas, diagnósticos e devolutivas; Elaboração e acompanhamento de plano de ação nas áreas Financeira, Marketing, Recursos Humanos e Produção. Desenvolvimento de estratégias em inovação para o aprimoramento e o desenvolvimento da cultura e o ambiente organizacional; Agente de aproximação das soluções de inovação entre demanda e oferta; Elaboração e acompanhamento de ferramentas: Radar de Inovação; matriz SWOT, Grau de Inovação-GI e Desenvolvimento Sustentável. 2015/2016 - Confeitaria Sereníssima bolos - gestora administrativa: Controles de processos de produção, Recursos Humanos, Gestão financeira (fluxo de caixa, crédito e cobrança, contas a pagar e a receber, emissão e recebimento de notas fiscais, rotinas bancárias), Atendimento ao cliente e Pós-venda. 2017/2019 – Central de Projetos – Gerente financeiro e administrativo de empresa. Elaboração de documentos oficiais, circulares, memorando, decretos e outros. Abertura, desenvolvimento, acompanhamento, despacho e arquivamento de processos. Elaboração de planilhas e relatórios; organização do local de trabalho. Elaboração de Agenda de trabalho; Atendimento; esclarecimento e resolução de problemas, distribuição de documentos, organização de arquivos, cotação. Projetos realizados com gerente Financeiro e/ou Administrativo: Associação Cultural Namastê, projeto Cuidando da Vida/2018. Associação Cultural Namastê, projeto Serviço de Convivência e fortalecimento de Vínculo. Associação Traços, Projeto revista Traços 2017/2019

**Cargo que ocupa na entidade:** Não se aplica**PROFISSIONAL 7****Cargo: Assistente de produção (financeiro)****Nome:** Graciete dos Santos Malta

**Currículo resumido:** Representante comercial – Gestão da carteira de clientes, promovendo ações de marketing objetivando o aumento das vendas, reuniões para alinhamento de objetivos, criação de ações promocionais, prospecção e positivação de clientes. Treinamento de vendas para os funcionários das lojas atendidas, com foco na abordagem funcionário x cliente, apresentação do produto-Cliente, vendas complementares, organização da loja. Treinamento junto ao Cliente com foco no layout da loja, motivação da equipe de vendas. Administrava a carteira de cliente nas regiões da Baixada Fluminense e Vila Valqueire no Rio de Janeiro. Supervisora de vendas - Administração, acompanhamento e

orientação da equipe de Representantes comerciais; orientação e acompanhamento do representante comercial na prospecção e positivação de novos clientes, acompanhamento em visita a clientes externos, planejamento de estratégias de vendas para atingimento de objetivos traçados pela diretoria, mapeamento dos clientes em potencial para o atingimento das metas, mapeamento dos clientes em curva de declínio de vendas, implantação dos planos de ação e monitoramento dos resultados; Avaliação do desenvolvimento por meio de reuniões mensais-pontos de controle, promoção motivacional dos representantes, a fim de, alcançar os resultados planejados;

**Cargo que ocupa na entidade:** Diretora financeira

#### **PROFISSIONAL 8**

**Cargo:** Supervisor de pessoal

**Nome:** Fernanda Picorelli

**Currículo resumido:** Produtora Executiva de eventos pós graduada em Eventos pela UPIS. Atua em diversas áreas relacionadas a produção de eventos desde 2007 em mais de 70 eventos e funções diferentes até a presente data. Criadora e idealizadora da Produtora de Eventos Headline. Principais atuações: Coordenadora Geral do 19º Festival Porão do Rock. Produtora de Backstage; 18º, 17º, e 16º Festival Porão do Rock. Coordenadora Artística e Backstage no Réveillon das Cores. Responsável pelo camarim e backstage de bandas e djs. Na casa dos Arcos. Coordenação artística, criação e produção de produtos para quatro edições da Drop Like It's Hot. Produção de camarim e backstage para quatro edições da festa Melanina. E também para as festas Errejota, Gravação do DVD do Scalene, Aniversário de Brasília 56 anos, Brasília Tattoo Festival, Bloco do Galo Cego e Formatura do Marista. Responsável pelos orçamentos, fornecedores, mobiliários, line up e tudo que diz respeito ao artístico, backstage e camarins. Idealização e execução da festa Carnivale. Produtora Executiva e Financeira do semanal de projetos.

**Cargo que ocupa na entidade:** Não se aplica

#### **PROFISSIONAL 9**

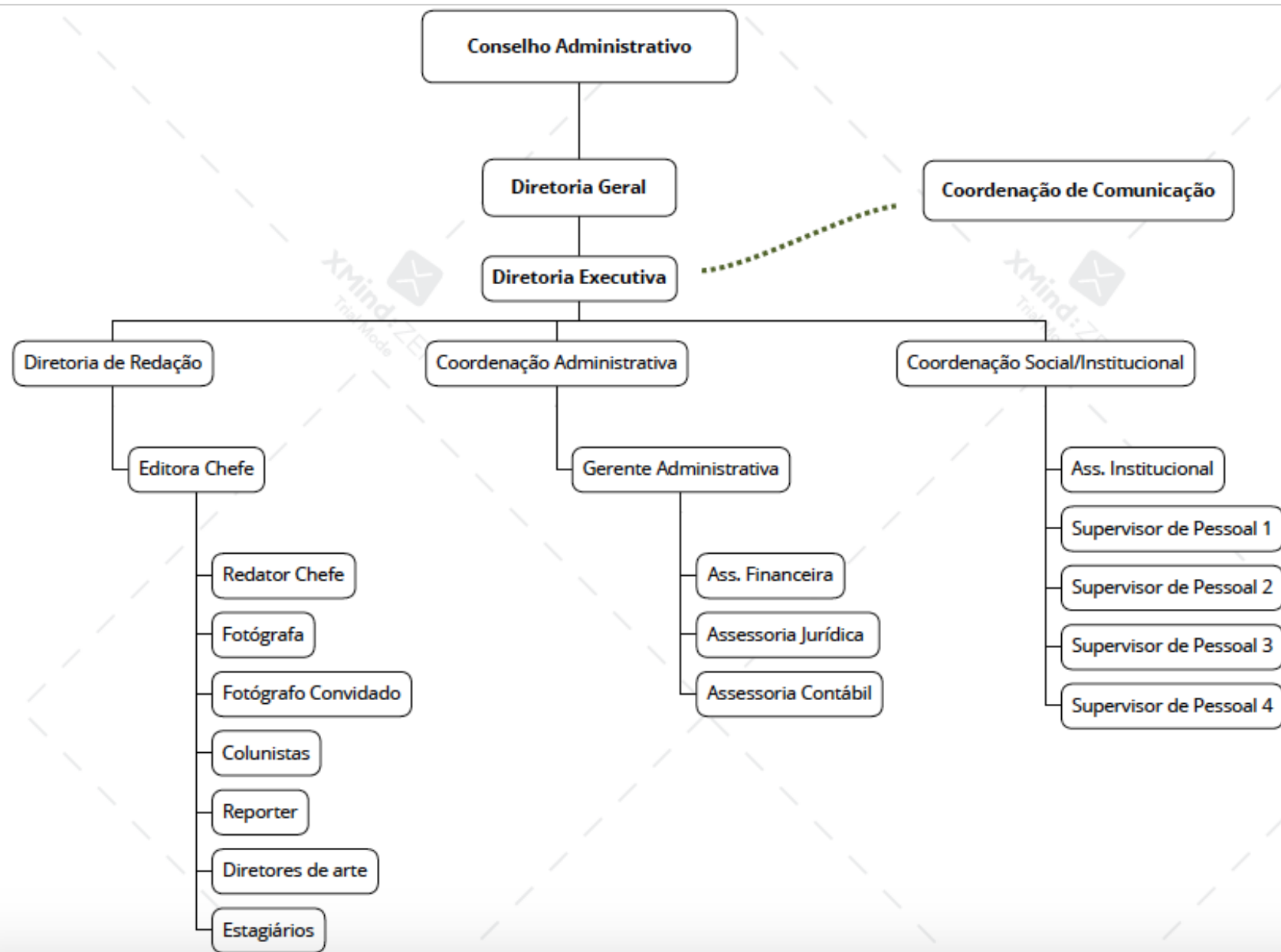
**Cargo:** Supervisor de pessoal

**Nome:** Stéfano Felipe Silva Borges

**Currículo resumido:** Informática Básica; PRD – Programa de Redução de Danos; Curso de Tratamento comunitário; Capacitação para trabalhar com pessoas em situação de Rua (UNB); Direitos Humanos avanços e desafios; Ação de extensão vulnerabilidades sociais e redes de proteção comunitária- UNB. EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS: Programa de redução de danos - (02 anos) Cargo: Redutor de Danos; Associação Viver- (01 ano) Cargo: estagiário Projeto Cuidando da Vida – (01 ano 8 meses) Cargo: Redutor de danos Associação Cultural Namastê-( 10 meses) Cargo: Assistente Social

**Cargo que ocupa na entidade:** Não se aplica





**ANEXO II  
PLANO DE COMUNICAÇÃO**

<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>				
<b>Revista Traços</b>				
<b>Peça de divulgação</b> Ex.: Folder; spot de rádio, etc.	<b>Formato</b> Ex.: Texto, Digital, Impressão A4, etc.	<b>Quantidade</b>	<b>Meio utilizado</b> Ex.: Panfletagem, rádio, televisão, etc.	<b>Data de Veiculação</b>
<b>ITEM/PEÇA</b>	<b>FORMATO</b>	<b>QTD</b>	<b>VEÍCULO</b>	
Inclusão da logomarca do patrocinador nas edições da Revista	Impressão	9.000	Revista traços	Nas 3 edições tradicionais
Posts digitais, também conhecidos como banners digitais, para cada lançamento da Revista	Banners digitais impulsionados	12	Internet <a href="https://www.instagram.com/revistatracos/">https://www.instagram.com/revistatracos/</a>	Distribuídos durante o projeto
Inclusão da logomarca do patrocinador na capa do projeto no Facebook	Texto, digital	3	Internet <a href="https://www.facebook.com/revistatracos">https://www.facebook.com/revistatracos</a>	10/09/2020 a 10/02/2021
Inclusão da logomarca do patrocinador no site da revista	Digital	3	Internet <a href="http://www.revistatracos.com">www.revistatracos.com</a>	10/09/2020 a 10/02/2021
Inclusão da logomarca do patrocinador na live de lançamento da revista	Citação pela apresentadora	3	Internet facebook youtube	10/09/2020 a 10/01/2021
<b>VALOR TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>				<b>R\$ 24.000,00</b>