

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL**

CAROLINE ALVES DOS SANTOS

FESTIVAL HORIZONTE

**NITERÓI
2019**

CAROLINE ALVES DOS SANTOS

FESTIVAL HORIZONTE

Niterói, 11 de julho de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marildo José Nercolini - Orientador
Universidade Federal Fluminense

Prof^ª. Dr^ª. Marina Bay Frydberg
Universidade Federal Fluminense

Produtora Cultural Lya Pereira Baptista

NITERÓI
2019

Agradecimentos

Quero agradecer primeiro aos meus pais, Celia Cristina Alves e Willian Ferreira, que desde sempre estão ao meu lado em tudo, nunca duvidaram da minha capacidade e que me permitiram ser quem eu sou e estar na universidade. Quero agradecer às minhas amigas que passaram pelas mesmas aflições que eu e foram meu porto seguro nos momentos de desespero, em especial Natália Sabino e Marina Amora. Agradeço também ao Lucas Farsette pela compreensão e parceria desde o início desse projeto. Agradeço ao meu mestre Marildo José Nercolini por toda atenção, cuidado, paciência, me ajudando a lapidar as ideias e a registrá-las aqui. A todos os professores do curso de Produção Cultural que me ensinam tanto. Aos músicos independentes de Niterói que me inspiraram a criar esse projeto. Por fim, dedico este trabalho à Cecília Alves da Gama que tenho o privilégio de chamar de avó; a mulher mais inspiradora e forte que conheci durante a minha vida, que acreditava mais em mim do que eu mesma e por questões da vida não conseguiu completar nem o ensino médio. Tenho certeza que se ainda estivesse nesse plano estaria muito orgulhosa e realizando um sonho junto comigo. Essa é para você, querida. E para todos que se dispuserem a ler essa pesquisa, passo para vocês o que ela sempre passou para mim: coragem!

Resumo

Entendendo que este trabalho tem como finalidade ambientar a criação de um projeto de festival de música independente dos gêneros MPB, pop e rock a ser realizado especialmente no Teatro Popular de Niterói que faz parte do Caminho Niemeyer na cidade, é importante abordarmos questões que norteiam a ideia do projeto. O objetivo é abordar a questão do direito à cidade e como os espaços podem ser ressignificados; contextualizar o objeto de estudo, analisando brevemente o que permitiu o surgimento da música independente no Brasil; e não só falar da música, mas também sobre os músicos independentes dos gêneros musicais em questão, de que maneira estão agindo/produzindo/ocupando sua própria cidade. Sabendo que o espaço digital, hoje é fundamental, mas não é o suficiente na construção da carreira do artista, e destacando a necessidade de ocupar os espaços públicos, o Festival Horizonte busca ser uma ponte entre artista e público, na medida em que se torna também uma ferramenta de empoderamento de músicos independentes da cidade. Um evento do cidadão de Niterói para os cidadãos de Niterói. Pretendemos abordar aqui questões como: direito à cidade, espetacularização das cidades, música independente no Brasil, cena independente de Niterói.

Palavras-chave: música independente, Niterói, cidade, festival.

Abstract

This research is to contextualize the creation process of a cultural project with a focus on indie music of the musical genres MPB (Brazilian popular music), pop and rock. The festival intends to be realized in Niterói's Popular Theatre that is part of the Caminho Niemeyer (Niemeyer Path) with a very special purpose. Thus, in this text will be developed some issues that inspire the cultural project. The aim is to study some issues like the right to reside and actually live the city and how places in town can be redefined; pass briefly through the context of the rising of Brazilian independent music; and talk not only about independent music, but also about the independent musicians from Niterói city, how they are acting/producing/occupying their own city. It is known that the internet is fundamental to every musician career, but nowadays it is not enough. The artists need more and more to do live shows and for independents musicians occupying the public places is important to share their music and to form their own audience. Therefore, the Festival Horizonte (Horizon festival) tries to build a bridge between artist and audience developing empowerment on the local musicians. It is an event made to Niterói's citizens from Niterói's citizens. The intent is to discuss some issues, such as the right to reside and live the city, city "spectacularization", Brazilian independent music, and Niterói's independent music scene.

Keywords: independent music, Niterói, city, festival.

SUMÁRIO

Introdução	07
1.0 Fundamentação teórica	09
1.1 Direito à cidade?	09
1.2 O Teatro Popular não tão popular assim	10
1.3 Música independente no Brasil	13
1.4 Fazedores de música de Niterói fazendo música em Niterói	21
Considerações finais	25
Referências bibliográficas	27

INTRODUÇÃO

Para chegar neste tema de trabalho de conclusão do curso de Produção Cultural, me indaguei sobre como poderia contribuir para os dois universos que foram fundamentais durante a minha graduação: a música independente e a cidade de Niterói que me acolheu de maneira tão afetuosa nesses últimos anos. Como cantora e compositora percebi a necessidade de não só falar sobre a cena musical independente, mas de fazer algo por ela também.

Observando os eventos musicais que a cidade recebe, não pude perceber participação expressiva dos músicos independentes dos gêneros MPB, pop e rock locais. O direito à cidade, não só de estar/morar nela, mas também de poder mudá-la, ou seja, de poder participar ativamente e diretamente da experiência de viver a cidade foi algo que senti ainda distante desses artistas de Niterói. Dessa forma, surgiu a ideia da criação do projeto do Festival Horizonte: Um festival com o intuito de mostrar novos horizontes, ressignificando o espaço onde acontecerá e dando protagonismo à cena independente de Niterói que, nesses anos estudando na cidade e conhecendo parte da sua classe artística, percebo ser efervescente.

A escolha do local para a realização do Festival não foi aleatória. No decorrer deste texto, pretendo aprofundar um pouco mais questões não só do direito à cidade e da sua espetacularização, mas também de como os músicos independentes - tendo o recorte dos gêneros musicais MPB/Pop/Rock - ocupam os lugares da sua própria cidade e como alguns espaços públicos acabam sendo para um público seletivo. A ideia de realizar o Festival no Teatro Popular de Niterói é uma tentativa de ressignificar o espaço, não só recebendo os músicos locais, mas também com a proposta de estar de portas abertas para todas e todos, gerando minimamente um sentimento de pertencimento da população de Niterói com aquele local que aparentemente é visto como apenas para as classes A e B.

É importante lembrar que o Festival Horizonte não tem a pretensão de solucionar questões como garantir o direito à cidade, amenizar o efeito de espetacularização e atender todos os músicos independentes da cidade. O objetivo é ser um evento que contribua, mesmo que de forma pequena, na política cultural de Niterói com relação à ocupação dos espaços públicos e do fomento aos artistas de música independente locais. O Festival Horizonte é, portanto, uma proposta de evento que objetiva impulsionar ainda mais a música independente de Niterói e

incentivar a ocupação de um dos espaços públicos que mais geram sensação de distanciamento pela população no geral.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Direito à cidade?

É interessante observar que não é comum parar para pensar que estar na cidade e, mais, viver a cidade é um direito de todos. Deixando de lado a discussão que infelizmente está cada vez mais forte na sociedade atual sobre a inutilidade da existência dos direitos humanos e os questionamentos sobre a garantia desses para apenas uma parcela da população, podemos considerar o direito à cidade um dos direitos humanos fundamentais, ou seja, um direito que deve ser garantido e, principalmente, reconhecido por cada cidadã e cidadão, mas que quase nunca é entendido dessa forma. É importante pensar sempre no direito à cidade não só como poder estar/morar nela, mas de poder modificá-la, interferir em seus rumos. A partir da máxima do sociólogo urbano Robert Park (1967), podemos entender que ao refazer a cidade, estamos nos refazendo. Ora, se a cidade é um produto feito por nós para nós, por que então apenas se aceita a cidade como ela é? David Harvey alerta que:

Temos, em resumo, sido refeitos muita vezes sem sabermos como ou porque. Será que isso contribuiu para o bem estar e felicidade humanos? Isso nos fez pessoas melhores ou nos deixou em um mundo de anomia e alienação, raiva e frustração?. (HARVEY, 2013, p.1)

É perceptível os conflitos sociais diversos que ocorrem nas cidades ao longo do tempo, impulsionados por fatores como fluxos migratórios, crescimento desordenado, diásporas, entre outros que Harvey vai chamar de criatividades destrutivas. Observamos na prática em fatos históricos como a Comuna de Paris em 1871 e não muito longe as manifestações de 2013 que deram o “start” nos acontecimentos recentes no país demonstrando descontentamento da população e a crescente onda conservadora que se instala no Brasil. Todas essas questões contribuem para questionamentos como “Não estariam todos exercitando da mesma forma seu direito à cidade? Se for assim, como Marx famosamente escreveu, entre tais direitos iguais apenas a força pode decidir.” (HARVEY, 2013, p. 2).

Retornar ao estado de inércia na tentativa de sanar os conflitos apenas faria com que continuássemos a aceitar o que está dado sem exercer o direito à cidade, estagnando então o processo de urbanização, justamente porque esse processo se dá através dos conflitos e embates. Entendendo a realidade neoliberal que estamos inseridos que reforça as desigualdades, mas, mais do que isso, a exclusão de certas vozes, é importante que em nosso

agir político a valorização da diferença e a inclusão sejam levadas sempre em consideração. Dessa forma, conseguimos construir o que se chama de bem comum, entendendo nossos desejos individuais, mas pensando sempre no todo e na democracia (pois ainda que sejam tempos sombrios, ainda vivemos em uma e precisamos lutar pela sua manutenção).

“Direito à cidade (...) não é apenas um direito condicional de acesso àquilo que já existe, mas sim um direito ativo de fazer a cidade diferente, de formá-la mais de acordo com nossas necessidades coletivas (por assim dizer), definir uma maneira alternativa de simplesmente ser humano. Se nosso mundo urbano foi imaginado e feito, então ele pode ser re-imaginado e refeito.” (HARVEY, 2013, p. 4).

É fundamental, portanto, o trabalho diário de construção de canais de fala e escuta. A arte e a cultura nesse sentido são ferramentas fundamentais e de uma potência enorme para a realização dessas questões. A partir delas conseguimos alcançar os atores sociais mais diversos e oferecer possibilidades para que os mesmos possam tomar consciência de seus direitos como cidadãos e possam se enxergarem e agirem como tais. Creio ser possível criar possibilidades de mudanças no ambiente urbano através de iniciativas como essa que incentivem o cidadão a ser protagonista em sua própria cidade.

Na tentativa de contribuir para a tomada de consciência do direito à cidade, nasce a ideia do Festival Horizonte - Horizontalizando olhares. O festival prevê fomentar a cena da música independente, ligada aos gêneros musicais MPB, pop e rock da cidade de Niterói ocupando um espaço que até então é visto como cenário espetacularizado, para gerar minimamente um sentimento de pertencimento e instigar a realização de novos projetos em que o próprio cidadão seja protagonista.

1.2 O Teatro Popular não tão popular assim

Retomando um pouco a discussão inicial sobre direito à cidade, como esse pode se materializar e se potencializar a partir da arte e da cultura e entendendo que a cidade de Niterói é testemunha de uma efervescência da música independente local, surge a ideia da criação do Festival Horizonte.

A escolha do Caminho Niemeyer não é aleatória. Observa-se que há um distanciamento entre os cidadãos de Niterói e esse espaço, como se aquele lugar não fosse pertencente a eles. Na tentativa de ocupar o espaço, os eventos que ocorrem são predominantemente de grande

porte e falando da área musical recebem artistas renomados, pertencentes ao “mainstream”. É claro que não se pode desmerecer essa política de eventos, já que muitas vezes é a única oportunidade que muitos têm de assistir aos seus ídolos. A questão a ser debatida é: por que somente enfatizar esse tipo de evento? Por que não propor outras ações?

Essa política de eventos que vem sendo feita reforça a ideia de espetacularização das cidades. O Caminho Niemeyer em Niterói se tornou um cenário, uma imagem, uma publicidade. Um lugar em que as pessoas passam, tiram fotos e vão embora. Paola Jacques alerta sobre isso:

“Os atuais projetos urbanos contemporâneos são realizados no mundo inteiro segundo uma mesma estratégia”: homogeneizadora, espetacular e consensual. Estes projetos buscam transformar os espaços públicos em cenários, espaços desencarnados, fachadas sem corpo: pura imagem publicitária.” (JACQUES, 2009)

O Teatro Popular, que faz parte do Caminho Niemeyer, fica localizado estrategicamente muito próximo ao centro da cidade. Próximo à estação das barcas e logo atrás do terminal rodoviário de Niterói, locais com grande circulação diárias de pessoas. Não precisamos ir muito longe para notar que a grande maioria das pessoas que frequentam e fazem esse trajeto do centro de Niterói diariamente não constituem o público que normalmente frequenta os eventos que acontecem no local. Os motivos para isso podem ser muitos, destaco alguns: falta de divulgação, falta de interesse pelo evento, falta de tempo... Contudo, o motivo que mais chama atenção, e que vai contar muito para a realização do projeto, é o de não se sentir pertencente ao local. A política de *city-marketing*, ou seja, de se priorizar a imagem, uma cidade bonita para apreciação, turismo e fotografias, acompanhou todo o surgimento do Caminho Niemeyer (local em que o espaço em questão faz parte). Infelizmente, para aprovação da construção desse caminho (que pouco se percebe interligado, se aproximando de um descompensado), não foi consultada a opinião da população nem debatido a questão publicamente. A “revitalização” do centro de Niterói foi uma ordem unilateral com muitas parcerias público-privadas repleta de espetacularização, o que acabou distanciando e aumentando o sentimento de não pertencimento ao local (FREITAS, Beatriz Terra, 2015).¹

¹ Para aprofundar tais questões sugere-se a leitura do texto de Beatriz Terra Freitas lançado no III Encontro brasileiro de pesquisa em cultura (UFCA), Grupo de trabalho: Cultura e territórios, outubro 2015.

É sabido que pouco se frequenta o Caminho Niemeyer para estar ali, virou um lugar de passagem. Em sua própria arquitetura não prevê bancos ou mesas para se aproveitar o lugar em si. O espaço é habitado geralmente para grandes eventos que nem sempre dialogam com a maior parte da população que habita os arredores. O autor Márcio Piñon de Oliveira destaca em sua análise do Caminho Niemeyer:

“É impossível negar a importância que o MAC e conseqüentemente o Caminho Niemeyer tem hoje na cidade de Niterói, no entanto até onde a população do município está integrada com as obras e participou desse processo? Apesar de serem monumentos públicos, constatamos que a população local não tem como hábito frequentar esses lugares, visto que grande parte da população pertencente às classes mais baixas não se sentem, verdadeiramente, integradas às obras, pois receberam status de locais frequentados pela classe média alta e turistas.” (OLIVEIRA, 2009, p.10)

Ainda que as obras tenham tido um propósito popular e algumas até carregarem o termo em sua nomenclatura, como o caso do nosso local escolhido para realização do Festival, o Teatro “popular”, não é possível perceber efetiva apropriação do espaço pela maior parte da população do município. Pelo contrário, popular talvez fosse um dos últimos adjetivos atrelados ao local. Dessa forma, é importante que existam cada vez mais eventos realizados nesse espaço e que consigam dialogar com a população.

O Festival Horizonte escolheu o Teatro Popular para ser seu palco na tentativa de empoderar os artistas locais de música dos gêneros MPB, pop e rock dando a oportunidade de apresentação em um espaço público de sua própria cidade. Uma ação que busca fazer com que esses artistas se sintam parte efetiva da construção e história de Niterói e simultaneamente o público que consome esses estilos de música também. O evento é um esforço para que as pessoas se reconheçam naquele palco, visto que já começam tendo algo em comum: são pessoas de Niterói. Um dos integrantes da banda do line-up do festival pode ser um vizinho, um amigo, um familiar, se identificar se torna mais palpável à medida em que são artistas “nossos”, do mesmo lugar, “gente como a gente”. Outro objetivo é possibilitar que o público se sinta bem-vindo, se sinta parte e não um corpo estranho nesse espaço do Teatro Popular, apropriando-se dele. Sendo um line-up feito de artistas independentes de Niterói, acreditamos que isso possa ajudar na identificação de mais pessoas da cidade com o local.

O Festival pretende ser parte do circuito de políticas culturais do município que buscam ocupar espaços públicos pela própria população, de modo que instiguem o sentimento de pertencimento, e também que fomentem a cena musical independente local. Para isso, precisamos entender um pouco como surgiu a música independente no Brasil.

1.3 Música independente no Brasil

A música independente no Brasil aqui é entendida como o processo pelo qual o artista assume o gerenciamento de sua carreira, como criador e como produtor, ou seja, produzindo suas próprias músicas e gerenciando sua carreira sem grande vínculo com ou dependência das grandes gravadoras/majors. No Brasil, temos um marco que foi com a produção do disco “Feito em casa” (1977) de Antônio Adolfo² que produziu todo o álbum em casa. Nesse período, a música dita independente era entendida mais como o modo que era feita do que como um movimento. O ar de artesanato dado aos discos produzidos em casa era comum, os artistas optavam por produzir em casa ou não, era visto como um diferencial, algo feito “à mão”.

Vale destacar que o período, embora muito conturbado politicamente por conta da ditadura militar que se instaurou no país e os controles/censuras advindos desta, foi um momento de evolução na produção fonográfica brasileira. Com o milagre econômico ocorreram alguns investimentos do Estado sendo refletidos também na música.

“Em particular, a fonografia conheceu um de seus momentos mais prósperos. Entre os muitos fatores que contribuíram para essa expansão, destacam-se: as políticas públicas de incentivo à produção nacional, como a criação da Lei de Benefício Fiscal da Música Brasileira, em 1967, e a reformulação do sistema de arrecadação e distribuição dos direitos autorais, com a criação do Escritório de Arrecadação dos Direitos Autorais (ECAD), que passou a incentivar a produção de artistas nacionais e organizar a arrecadação dos direitos sobre as obras; no campo econômico, o aumento da renda per capita da classe média e as políticas de incentivo às indústrias de bens duráveis, fazendo com que o consumo de reprodutores de formatos fonográficos crescesse;” (DE MARCHI, 2006, p. 3)

² “Feito em casa” é um EP do cantor e compositor Antônio Adolfo. Um clássico da MPB que ficou marcado na história da música não só pela qualidade musical, mas também por ser a primeira produção independente no Brasil. O álbum é predominantemente instrumental, incluindo uma faixa com vocais que na época fez sucesso nas rádios de música brasileira, a chamada *Aonde vai você*, cantada pelo próprio Antônio Adolfo. Ele conta no álbum com participações especiais de músicos do alto gabarito de Jamil Joanes (baixo), Luizão Maia (baixo), Luiz Cláudio Ramos (violão e guitarra) e Chico Batera (bateria).

A partir do final da década de 1980, mas principalmente na década de 1990, com a consolidação das novas tecnologias e dos meios digitais, a música independente começa a ser produzida com mais frequência e em número significativo. Vale lembrar que além desse advento da tecnologia própria para essa produção, havia uma crise na indústria musical, um fator de suma importância para potencializar a música independente, tornando-a um movimento no Brasil.

O modelo que até então se mostrava próspero de concentrar a produção musical principalmente nas gravadoras e majors que cuidavam desde a gravação dos discos até a venda de shows foi tendo que se readaptar de acordo com a chegada das novas tecnologias. O surgimento do “compact disc”, por exemplo, mais conhecido como CD ajudou a diminuir os custos de gravação. Começaram a surgir empresas cada vez mais especializadas em áreas específicas da produção. Dessa forma, o mercado musical já não estava mais centralizado nas gravadoras, percebemos então o movimento de terceirização da produção tendo empresas focadas em áreas específicas da produção. Além disso, com o fim da ditadura, a economia novamente ficou desequilibrada. O que ficou conhecido como “Milagre econômico” deixou consequências catastróficas, fazendo com que a economia no geral se reinventasse e não foi diferente com a indústria da música.

“Para reverter o quadro de déficit, seguindo as orientações das matrizes, as empresas transnacionais passaram a adotar um modelo de gerenciamento da produção industrial conhecido como acumulação flexível (Harvey 1989: 140), no qual as empresas substituem a estrutura verticalmente centralizada de gerência pela em rede ou horizontal (Castells 2003). No caso da empresa fonográfica, isso significou arrendar boa parte da etapa de produção, adotar políticas austeras de gerência de catálogos, além de apostar em novas tecnologias que pudessem otimizar os lucros. Assim, a maior parte das grandes gravadoras sublocou serviços como gravação, prensagem, gráficos e distribuição; passou a ter relações empregatícias mais “flexíveis” com seus artistas e equipes de produção; adotou a tecnologia digital, particularmente representada na adoção do suporte reprodutor compact disc (CD) como seu principal produto (Dias 2000).” (DE MARCHI, 2006, p. 3)

Como percebido, a crise que vinha dando sinais desde final da década de 1970, se concretiza meados da década de 1980. A indústria musical se tornou ainda mais seletiva, se voltando para o que era mais vendável no período. Isso deixou de lado muitos artistas, principalmente os que estavam começando, assim se viam quase que obrigados a se auto produzirem. Para esses, a música independente já não era mais opcional ou um diferencial, era na verdade a única forma de se produzir e se lançar na carreira musical. Se não fizessem

seus próprios álbuns, ninguém faria. Era fazer parte da música independente ou simplesmente não fazer música.

“Porém, a crise que já se desenhava ao final dos anos 70, e que afetaria profundamente o setor já no início da década seguinte, muda completamente esse cenário: a indústria aumenta sua seletividade, racionaliza sua atuação, reduz seus elencos e, nesse processo, tende a marginalizar artistas menos imbuídos de sua lógica ou não classificáveis dentro dos segmentos de mercado que passa a privilegiar. Nesses termos, uma cena independente surge tanto como espaço de resistência cultural e política à nova organização da indústria, quanto como única via de acesso ao mercado para um variado grupo de artistas. Essa contradição tenderá, inclusive, a alimentar todo o debate desenvolvido no período. Helio Ziskind e Lelo Nazario – músicos profundamente envolvidos com essa produção – sintetizaram bem essas posições” (VICENTE, 2006, p. 4)

Além do cenário econômico, o político também teve sua influência no surgimento desse movimento. A fim de fugir dos padrões impostos pela “sociedade industrial totalitária”, surgia um grupo de pessoas que se propunham a ouvir e a apoiar a música independente, entendendo-a como um movimento que ia de encontro ao modelo vigente de produção. Não é possível atrelarmos um cunho de engajamento político aos artistas independentes, já que nem sempre defendiam esse discurso de oposição ao governo ou de contra-cultura. O que podemos afirmar é que tanto o contexto político quanto o econômico favoreceram o surgimento do movimento e a cena independente passou a ser um ponto de partida para carreira de muitos artistas. “Isso me leva a considerar que a cena independente assumia também o papel de prospectar novos nichos de mercado e formar artistas para as grandes gravadoras, respondendo com maior precisão à crescente segmentação do público” (VICENTE, 2006, p. 6).

No final dos anos 1980, infelizmente, há um declínio nos avanços da música independente. No início dessa década foram criados alguns projetos e órgãos de incentivo à música independente, como por exemplo APID – Associação dos Produtores Independentes de Disco, em 1982, e o projeto do Lira Paulistana - teatro em Vila Madalena, SP, que recebia artistas independentes. Depois, virou gráfica e selo fonográfico, sendo conhecido como revelador das potencialidades do mercado - em 1979.

O projeto conjunto trazia uma série de inovações e previa, entre outras coisas, uma divisão mais equilibrada dos lucros, apoio para shows e para a obtenção de patrocínios, mapeamento dos espaços que poderiam sediar eventos em todo o país e a criação, em outros estados, de núcleos de aglutinamento da produção nos moldes do Lira, sendo as cidades de Porto Alegre, Belo Horizonte e Recife as escolhidas para o início desse projeto. A iniciativa conjunta, no entanto, jamais decolou e o

projeto foi definitivamente abandonado em 1985, assim como as atividades do teatro (Oliveira, 2002: 96).” (VICENTE, 2006, p. 7)

Existem hipóteses de que o fracasso se deu por faltar uma visão mais comercial por parte dos artistas independentes, pelas dificuldades de distribuição e divulgação, pelo boicote das grandes companhias, pela inexperiência dos produtores, pela falta de mão de obra especializada, entre outros. Contudo, não se pode esquecer que o contexto econômico do Brasil no período era muito conturbado e não favoreceu o desenvolvimento das tecnologias que possibilitassem essa nova maneira de produzir e consumir música.

“A espiral inflacionária, o atraso tecnológico da indústria, as constantes mudanças nas regras econômicas e os problemas de fornecimento de matéria-prima, entre outros fatores, tornariam o cenário da segunda metade da década problemático até mesmo para o planejamento das grandes companhias do setor. Nesse sentido, acho possível considerar que o projeto independente dos anos 80 esteve, num certo sentido, adiante das condições materiais que, nos anos 90, possibilitariam a sua definitiva implementação. O período de relativa estabilidade econômica do início do Plano Real e a dramática redução dos custos de produção oferecida pelas tecnologias digitais teriam um importante papel nesse processo, assim como a estratégia de terceirização da produção então adotada pelas grandes gravadoras” (VICENTE, 2006, p. 8)

Na década de 1990, além da criação do plano real e o controle da inflação, a palavra-chave era terceirização. Dessa forma, recapitulando a ideia citada no início do capítulo de descentralização da produção musical, cresceram as empresas especializadas como os estúdios e fábricas de CD, os escritórios foram reduzidos a poucas pessoas e os artistas assinavam contrato por projeto - não tinham muito vínculo com a empresa - criando um circuito operacional reduzido. Além do cenário econômico potencializando as novas tecnologias, a indústria musical também ajudou de certa forma. Como a indústria priorizou o sertanejo e a música romântica, a mpb e o rock nacional se viram obrigados a produzirem seus próprios álbuns.

“Assim, em 1991, nomes como “Tim Maia, Tetê Spíndola, Quarteto em Cy, Belchior, Guinga, Hélio Delmiro e Vinícius Cantuária... só conseguiram gravar bancando o próprio trabalho”. Paralelamente, de selos independentes de diferentes pontos do país começavam a surgir novos nomes do rap e do rock como Racionais MC’s (Zimbabwe), Raimundos (Banguela) e Sepultura (Cogumelo), entre outros.” (VICENTE, 2006, p. 9).

Uma das alternativas para reverter esse quadro de muita instabilidade econômica pós ditadura nos anos 1980 e 1990 foi justamente esse desmembramento da produção. Existia agora empresas que se especializavam em determinada etapa da produção e faziam apenas

isso, diminuindo assim os custos. Modelo chamado de acumulação flexível (Harvey, 1989, p. 140).

“No caso da empresa fonográfica, isso significou arrendar boa parte da etapa de produção, adotar políticas austeras de gerência de catálogos, além de apostar em novas tecnologias que pudessem otimizar os lucros. Assim, a maior parte das grandes gravadoras sublocou serviços como gravação, prensagem, gráficos e distribuição; passou a ter relações empregatícias mais “flexíveis” com seus artistas e equipes de produção; adotou a tecnologia digital, particularmente representada na adoção do suporte reproduzível compact disc (CD) como seu principal produto (Dias 2000).” (DE MARCHI, 2006, p. 3).

O desenvolvimento tecnológico possibilitou novas formas de produção e consumo, originando assim o que De Marchi chama de Nova Produção Independente. Esse quadro se inicia nos anos 2000, quando percebemos o avanço das tecnologias da informação atingindo a música também. Nesse momento se torna cada vez mais crescente o que ficou conhecido como “pirataria”, uma forma de comercializar a música sem as burocracias e gastos da produção tradicional feita com grandes gravadoras.

Esse fenômeno no Brasil foi tão impactante que deu origem a um gênero musical, o tecno brega, que criou seu próprio modelo de produção e consumo. Podemos considerar esse movimento também como parte da cena independente nacional, já que mostrou que existem outras alternativas, outros meios de se fazer música.

O momento favoreceu o fortalecimento dessa Nova Produção Independente que chegou mais bem preparada após a primeira experiência. Além da produção diluída/terceirizada, as novas tecnologias facilitaram também o caminho para se chegar ao público alvo, o que potencializou ainda mais o movimento.

“(…) diferentemente das grandes gravadoras, cujos clientes são as conceituadas lojas revendedoras (Prestes Filho 2005), os consumidores das pequenas e médias são os indivíduos. Com as novas ferramentas tecnológicas, como o sistema monetário internacional, a internet e a virtualização dos suportes sonoros, os independentes estão atingindo diretamente seu público-alvo, sem a necessidade das complexas negociações com atravessadores, como as lojas de disco.” (DE MARCHI, 2006, p.7)

Entendendo o movimento como alternativa, ou seja, um novo modelo de produzir e consumir música, não é necessário enxergá-lo como uma “crise” da indústria fonográfica tradicional. É claramente um pontapé, um indício para a adequação desse antigo sistema fonográfico à evolução das tecnologias. Dessa forma, as grandes gravadoras não deixam de

fazer parte desse circuito, apenas não são a única opção, assim como ganham outros papéis na cadeia produtiva da música.

“Mesmo com todas as transformações apontadas neste trabalho, as grandes empresas continuam a ser agentes centrais na economia da música, pois controlam os mais valorizados catálogos e são partes de conglomerados industriais de múltiplos investimentos, inclusive em tecnologia e outros setores do entretenimento. As próprias estatísticas dão conta do enfraquecimento da percepção de “crise”.” (DE MARCHI, 2006, p. 7)

Uma característica forte é que o produto música em si perde o enfoque em questão de retorno financeiro para os artistas, agora o produto mais rentável são os shows, as apresentações ao vivo. Dessa forma, a distribuição da sua música por um preço mais acessível (muitas vezes até gratuitamente) se torna uma ferramenta essencial de divulgação. Assim, o artista cria e atinge seu público, esse irá acompanhá-lo em suas apresentações/shows.

“(…) uma das características mais distintivas do atual processo de destruição criadora da indústria da música reside em que os fonogramas perdem valor como produto, enquanto que os concertos ao vivo se convertem na principal fonte de renda dos artistas.” (DE MARCHI, 2012, p.16).

A partir desse momento tanto gravadoras que não estavam ligadas às majors quanto os artistas que geriam suas carreiras começam a ser considerados independentes. Dessa forma, é possível perceber que o termo *independente* ganha uma abrangência maior. Dentre alguns poucos estudos, vale destacar a análise de Renan Santos (2016) que desmembra o termo em *independência* como opção e *independência* como condição.

A *independência* como opção estaria ligada muito mais a escolha do artista em não seguir os modelos que as grandes gravadoras e majors vinham utilizando, mesmo sendo convidados para participar do *casting* dessas grandes empresas. Enquanto que a *independência* como condição seria a única forma do artista para produzir seu próprio conteúdo, o artista está condicionado a se autoproduzir, não existem alternativas. Ainda que não sejam termos opostos, é interessante perceber que no aglomerado de artistas independentes existem parcelas dos que optam por serem independentes, seja pelo capital simbólico - prestígio, honra, atribuído por um agente dotado de categorias de percepção (BOURDIEU, 1989) - que isso acarreta seja por crença em uma maior prosperidade no modelo de produção

independente, e dos que simplesmente precisam seguir esse modelo produtivo para existirem e resistirem no mercado musical.

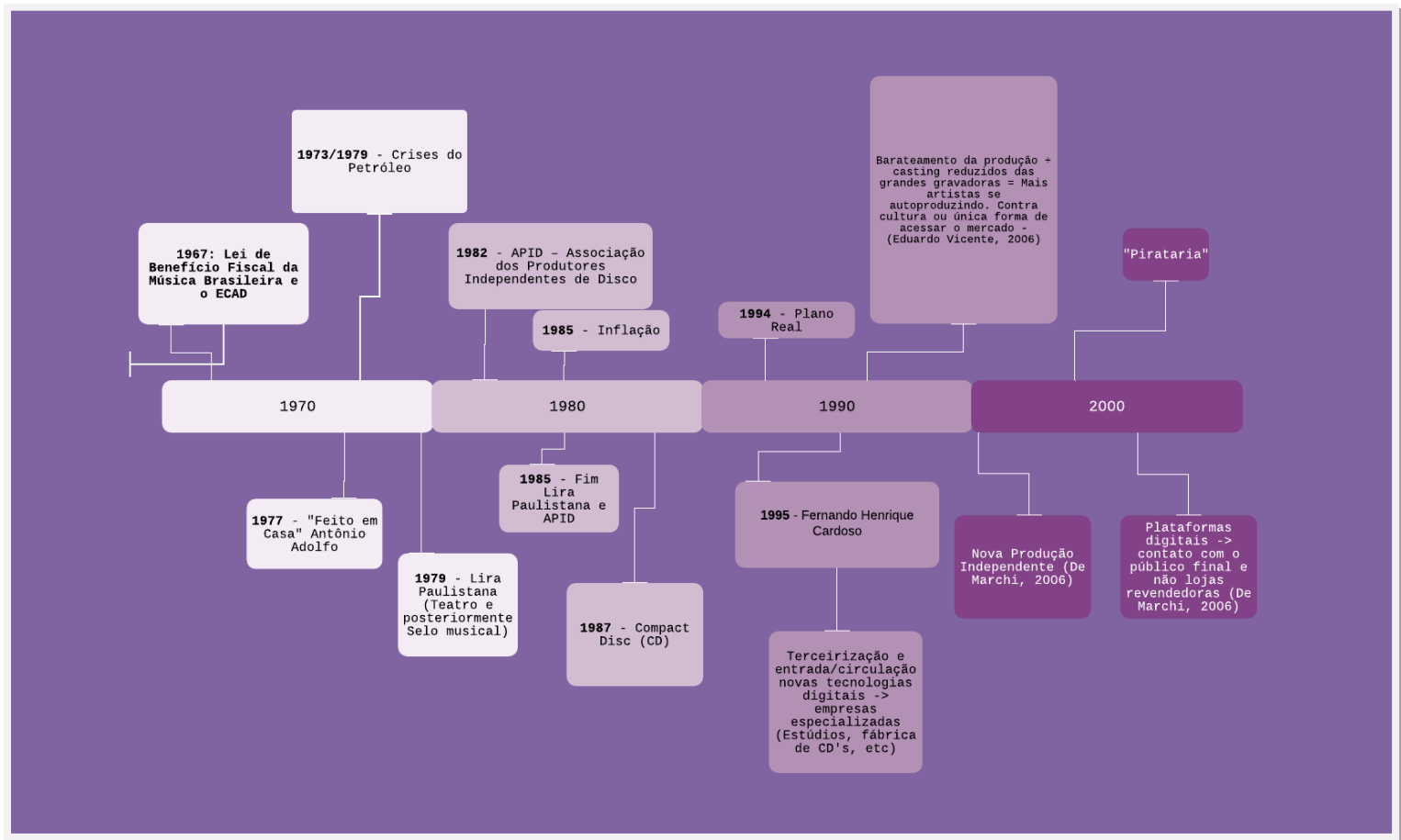
“A independência como opção diz respeito a uma forma de produção deliberadamente autônoma em relação ao modo de produção das majors, centralizando na figura do artista várias das etapas da cadeia produtiva, a fim de ter maior liberdade artística e estética na criação musical, bem como maiores retornos financeiros sobre a comercialização de sua obra. Já a independência como condição pode ser compreendida como uma forma de produção circunstancialmente independente, ou seja, o artista também centraliza em si várias fases do trabalho, mas, nesse caso, como forma alternativa de produção por não haver uma gravadora viabilizando e dirigindo o projeto, ou ainda como uma reação às condições adversas no campo.” (SANTOS, 2016, p. 14)

Após o surgimento de plataformas como streamings, fortalecimento das redes sociais, barateamento das gravações e até mesmo da facilidade da pirataria, a indústria fonográfica teve que se reinventar novamente. O novo modelo de mercado independente sem dúvidas foi uma forma de se readaptar ao novo cenário da indústria musical. Sejam artistas independentes por opção ou por condição, percebemos então que a formação de público é primordial para a existência dos artistas independentes atualmente e a relação artista-fã deve ser a mais próxima possível, para que os fãs, seus maiores consumidores, se sintam cada vez mais parte disso sendo, além de uma “fonte de renda”, mais um meio de divulgação. As redes sociais são ferramentas muito eficientes nesse sentido, possibilitando maior aproximação entre os artistas e os fãs potencializando assim o mercado independente.

“Essa utilização concomitante de site/blogs e 17 redes sociais revela um interesse em manter um contato direto com o público, em diferentes frentes. O objetivo é múltiplo. Assim, os fãs funcionam como consumidores (comprando discos e/ou produtos de merchandising), divulgadores das atividades dos grupos, formadores de opinião e agentes que atraem outros fãs (através das redes sociais), entre outras possibilidades de associação com as bandas-empresas (crowdfunding).” (DE MARCHI, 2012, p. 17)

A partir da observação participante e da minha vivência no ambiente musical, é perceptível que agora os artistas tendem a gerir suas próprias carreiras, tendo um trabalho maior de aproximação com o público, uma vez que a principal fonte de renda deixa de ser o fonograma em si, mas sim as apresentações ao vivo.

A fim de ilustrar melhor o contexto da música independente no Brasil, criei uma linha do tempo.



1.4 Fazedores de música de Niterói fazendo música em Niterói

São muitas bandas e artistas solos que lutam para fazer e mostrar seus trabalhos em Niterói. Contudo, infelizmente esse breve estudo não conseguiria dar conta de atender e pesquisar sobre todos os estilos musicais independentes do município num único trabalho. Dessa forma, optou-se por delimitar os gêneros MPB, pop e rock nessa breve análise, pois a proposta do Festival Horizonte é ser um festival de música independente desses estilos musicais.

Além de falar sobre a música independente, é importante falarmos sobre os músicos. O que eles estão fazendo? Como ocupam a sua cidade? Como dão andamento aos seus trabalhos? Dessa forma, foram coletados alguns depoimentos de integrante de três bandas independentes niteroienses: Kapitu, Facção Caipira e Drápula. É possível perceber em suas falas como o modo de lidar com a independência é diferente de acordo com o patamar que cada banda já alcançou. Para fins contextualização é importante situarmos cada banda brevemente.

A banda Kapitu surgiu em 2008 e se considera uma banda de rock “com as infinitas possibilidades que esse gênero nos abre”, como nos diz o seu vocalista e guitarrista Yuri Corbal. Gravaram dois álbuns através de financiamento coletivo: "Utopia" (2013) e “Vermelho” (2015). O CD, lançado em 2015, teve seu show de lançamento no Teatro Popular de Niterói com a casa praticamente lotada. Além disso, foram finalistas de grandes festivais como o WebFestValda em 2012 e em 2015, fazendo 2 shows para quase 6.000 pessoas e tocando ao lado de grandes nomes da música como Pitty, Raimundos, Suricato e Nando Reis.

A Facção Caipira, que nasceu em 2009, também traz uma mistura de sons. Jan Santoro, vocalista e resonator da banda, diz que o definiria o estilo musical “como MPB, rock e indie”. Em 2012 se lançaram ao público com um EP autointitulado e a partir das participações em diversos festivais foram alcançando pessoas de diferentes cidades. Além disso, ganharam destaque no reality show “Mais Vinícius, Por Favor”, promovido pela Multishow em 2014, que teve participações de outras bandas fortes do cenário independente brasileiro, como as

bandas Baleia e Mahmundi. Em 2015 lançaram seu primeiro álbum: “Homem bom”, e desde então vem se apresentando em festivais, teatros e casas de show com suas músicas autorais.

A banda Drápula tem formação mais recente; foi criada em 2017, e se definem como uma banda que produz um som pop/rock alternativo. “Eu falo alternativo porque acredito que não se encaixa no mercado do mainstream, nem dentro do pop, nem dentro do rock” aponta Vinicius Pitanga, baterista e produtor da banda. O quarteto tem a proposta de resgatar estéticas brasileiras, visual e sonora dos anos 80, conectando o aspecto retrô com as tendências atuais da música independente. Interessante observar que as músicas exploram o universo do lo-fi DIY, ou seja, são produções com baixo orçamento e tecnologia no estilo faça-você-mesmo. A partir dessa lógica, já produziram três EP’s de músicas autorais intitulados “Vol. 1, 2 e 3”, desde então vêm buscando alternativas para apresentações.

Após breve análise desse histórico das bandas, queremos fazer a relação das mesmas com as questões em torno da música independente como condição e independência como opção (SANTOS, 2016). Na prática, percebe-se que as três bandas são independentes por condição inicialmente, pois produzirem seus conteúdos é a única alternativa que se apresentava. No entanto, com o tempo, percebe-se também a existência nas três bandas de práticas que nos remetem à independência por opção. No caso da Kapitu e da Facção Caipira que já alcançaram um patamar de reconhecimento, principalmente após participações em programas de TV e festivais com grandes nomes da música, escolhem continuar reproduzindo esse modelo de produção em que eles próprios podem gerenciar suas carreiras. E no caso da Drápula, essa independência por opção acaba se mostrando a partir do momento em que isso, o lo-fi DIY, se torna parte da estética escolhida pela banda. Na prática, conseguimos observar que os conceitos não são opostos, podem inclusive se permear durante a carreira do artista, podendo haver ainda relação de causa e consequência.

“Uma das coisas que mais contribuiu para a Drápula existir hoje foi a gente não gastar com produção de CD. A gente começou a banda sem grana e gente não esquentou de produzir com alguém, porque acho que isso faz parte da Drápula também, não levar as coisas tão à sério. E isso permitiu a gente fazer várias coisas. Começamos a gravar em casa mesmo, assumindo a estética lo-fi proposital (tanto por opção artística quanto por limitação de conhecimento, equipamento e de grana) que depois a gente foi evoluindo. Se comparar nosso primeiro single “Yamandu” com o último “Boba” dá pra perceber a evolução. A gente continuou gravando em casa, mas mudamos a casa, quem estava gravando, melhoramos os equipamentos e aprimoramos a nossa técnica. Mas não gastamos dinheiro diretamente com produção de disco em estúdio, foi fundamental, porque conseguimos lançar 3 eps e 1 clipe. Conseguimos ter fôlego no início, por causa disso. E outra coisa

fundamental foi o trabalho intensivo na internet. De criar uma marca, uma paleta de cor, criar material e espalhar pelas redes.” (Vinicius Pitanga da banda Drápula em entrevista realizada em 2019 para esta pesquisa)³

A média de apresentação das bandas Kapitu e Drápula gira em torno de um show por mês, enquanto que a média da Facção Caipira tem sido de dois por mês. A grande diferença está nos lugares em que cada banda toca. As bandas Kapitu e Facção Caipira, além de tocarem em outros estados como São Paulo e Minas Gerais, já conseguem melhores condições de espaço para as apresentações, tocando em SESC’s, teatros e casas de show com melhores estruturas. Enquanto a Drápula se apresenta geralmente nas cidades de Niterói e Rio de Janeiro e em espaços com infraestruturas precárias. Para o entrevistado Vinicius Pitanga, isso se dá, porque ainda não conseguiram formar seu público.

“A gente não tem tanto público pra fazer tanto show, nem tanto lugar diferente pra fazer tanto show, nem um lugar tão legal que a gente possa tocar várias vezes. A gente costuma tocar em bar, cantareira, em praça, na UFF, em evento que às vezes rola, eventos particulares que a gente junta os amigos e organiza e casa de shows bem pequenas como Rebel (Audio Rebel), Casa do Mancha... Procuramos ocupar estúdios também, mas a lotação costuma ser de oitenta pessoas.” (Vinicius Pitanga da banda Drápula em entrevista realizada em 2019 para esta pesquisa).

Em relação a incentivo municipal, apenas a Drápula ainda não foi contemplada. Analisando as falas de cada integrante das bandas, percebemos que existe maior experiência (no sentido de tentativas) com os editais e leis municipais, pois mesmo com alguns anos de formação apenas recentemente Kapitu e Facção Caipira conseguiram usufruir do incentivo municipal de Niterói.

“Já fizemos alguns shows para a prefeitura, mas o primeiro edital que fomos contemplados saiu agora em 2019, chamado “Niterói Além da Ponte”, onde vamos para Campos (Rj) fazer nosso show autoral com incentivo do nosso governo municipal.” (Yuri Corbal da banda Kapitu em entrevista realizada em 2019 para esta pesquisa)⁴

Para o artista independente é muito importante a troca com outros artistas. Jan Santoro da Facção Caipira chama atenção para as conexões que fez e vem fazendo ao longo da carreira. Segundo ele, foram essas conexões que contribuíram para a continuidade da banda.

“Trabalhar com outros artistas, outros produtores, outros designers e pessoas que possam agregar a banda (é muito importante). Depois correr atrás dos shows que você quer fazer, mais uma vez a conexão, de se conectar com as pessoas que você

³ Entrevista realizada pela autora com Vinicius Pitanga, da banda Drápula, no dia 02 de junho de 2019.

⁴ Entrevista realizada pela autora com Yuri Corbal, da banda Kapitu, no dia 04 de junho de 2019

quer tocar, então trazer essas pessoas pro show. Outra estratégia é conversar bastante com quem acompanha seu trabalho, seu público. Entender onde ele quer que você esteja e onde você quer estar, isso é muito importante pra tomada de decisão da banda.” (Jan Santoro da banda Fação Caipira em entrevista realizada em 2019 para essa pesquisa).⁵

As bandas ainda que estejam em momentos diferentes mostraram que é preciso sempre correr atrás do que almejam e simplesmente fazer acontecer. A Fação Caipira e Kapitu já encontraram seu público e agora correm atrás para expandi-lo e fidelizá-lo. Enquanto que a Drápula segue em busca da sua formação de público e comparando as trajetórias é importante que as conexões como bem apontado pelo Jan Santoro aconteçam. As apresentações, interação com o público (Yuri Corbal falou muito sobre produzir conteúdo e Vinicius Pitanga citou a internet como uma ferramenta fundamental para a interação e divulgação do trabalho) e troca com outros artistas são fundamentais para a vida musical do artista independente.

⁵ Entrevista realizada pela autora com Jan Santoro, da banda Fação Caipira, no dia 05 de junho de 2019

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa pesquisa conseguimos entender um pouco do que é direito à cidade e de como a arte e, neste caso específico, a música consegue contribuir para que os cidadãos não só sejam moradores de sua cidade, mas que também sejam atores sociais da mesma. Ocupando e participando ativamente da construção e da desconstrução da cidade.

O texto cita alguns conflitos como o caso da espetacularização da cidade de Niterói tendo como perspectiva a forma como se deu a construção do Caminho Niemeyer, uma decisão unilateral, e a consequência disso, tendo a maior parte da população niteroiense não frequentando o lugar. Percebemos então que um dos componentes desse espaço, o Teatro Popular de Niterói, apesar do nome, não se mostra ainda suficientemente popular. E uma das tentativas de conectar a população com o espaço foi a ideia da criação do Festival Horizonte.

O Festival Horizonte é um festival de música independente de Niterói focado nos gêneros musicais MPB, pop e rock. Com inscrições aberta ao público, ingressos a preços populares e a formação de público que o projeto se propõe a fazer a partir da distribuição gratuita de 20% dos ingressos para um público estratégico (Instituições não governamentais e alunos de oficinas de música do Macquinho), o festival pretende ser parte da política cultural da cidade de Niterói que se preocupa com a ocupação dos espaços públicos pela população e também de dar protagonismo aos artistas locais.

No texto, além de contextualizar o surgimento do movimento da música independente no Brasil, também busca entender o que os músicos independentes estão fazendo e entendendo esse mercado. Trazendo a ideia de independência como opção ou como condição (SANTOS, 2016), é feita uma breve análise a partir de entrevistas feitas pela autora com músicos de três bandas independentes de Niterói (Fação Caipira, Kapitu e Drápula). Através dessas entrevistas, é possível entender as diferenças e semelhanças entre a carreira de cada banda, mas um ponto forte em comum perceptível é a necessidade para apresentações ao vivo e a demanda para essas apresentações serem na própria cidade.

É fundamental, portanto, ter cada vez mais espaços em que essas vozes possam ser ouvidas (literalmente). É importante que essa produção independente que cresce de forma significativa, seja por opção ou por condição, encontre lugares em que possa atingir, encontrar, reunir seu público, pois como visto anteriormente o público passa a ser peça de extrema importância na renda do artista no cenário atual e as conexões (público e artista, entre as próprias bandas, artista e cidade) são mais que necessárias. O Festival Horizonte traz essa proposta ao se definir como festival de música independente dos gêneros MPB, pop e rock de Niterói dando oportunidade para os fazedores de música da cidade fazerem música em sua própria cidade.

“São as apropriações e improvisações dos espaços que legitimam ou não aquilo que foi projetado, ou seja, são essas experiências do espaço pelos habitantes, passantes ou errantes que reinventam esses espaços no seu cotidiano.” (JACQUES, 2008)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

DE MARCHI, Leonardo. Indústria fonográfica e a nova produção independente: o futuro da música brasileira? Comunicação, mídia e consumo, v. 3, n.7, p. 167-182, 2006.

DE MARCHI, Leonardo. Inovação e institucionalização na indústria fonográfica brasileira: um estudo de caso das estratégias de negócio de músicos autônomos no entorno digital. Eptic On-Line (UFS), v. XIV, n. 2, mai-ago 2012.

FREITAS, Beatriz Terra. “A cidade de Niterói e o Caminho Niemeyer: Um caminho para a modernização”. III Encontro brasileiro de pesquisa em cultura (UFCA), Grupo de trabalho: Cultura e territórios, outubro 2015.

HARVEY, David. “A liberdade da cidade”. In: MARICATO, Ermínia et Al. (orgs.). Cidades rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo. Boitempo, 2013.

JACQUES, Paola Berenstein. Corpografias urbanas. São Paulo: Vitruvius, 2008. Sessão Arquitextos. Disponível em: <http://.vitruvius.com.br/arquitextos/arg093/arg093_02.asp>.

JACQUES, Paola Berenstein. Notas sobre espaço público e imagens da cidade. Arquitextos, São Paulo, 10.110, Vitruvius, jul 2009. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/10.110/41>>.

OLIVEIRA, Márcio Piñon de. Política Urbana e o “Caminho Niemeyer” em Niterói-RJ: Da ReSignificação da Cidade a (Re)Valorização do Espaço Urbano. Publicado in: MENDONÇA, F., LOWEN-SAHR, C.L. e SILVA, M. Espaço e tempo: complexidade e desafios do pensar e do fazer geográfico. Curitiba: ADEMADAN, 2009. p. 373-386.

SANTOS, Renan do Nascimento. “Pra ver se aprendo alguma coisa nessa parte do caminho”: um estudo sobre a experiência musical independente a partir da trajetória de Tulipa Ruiz. Niterói, 2016

VICENTE, A. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país, e-compós. Revista da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicações, 2006.

ANEXO I – FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE NITERÓI SECRETARIA MUNICIPAL DAS CULTURAS – SMC FUNDAÇÃO DE ARTE DE NITERÓI – FAN SUPERINTENDÊNCIA DO SISTEMA MUNICIPAL DE FINANCIAMENTO À CULTURA - SIMFIC									
INSCRIÇÃO NO EDITAL 02/2019 - INCENTIVO FISCAL									
PROTOCOLO – para uso interno, não preencher									
DADOS GERAIS DO PROJETO									
1.	TÍTULO DO PROJETO CULTURAL (colocar o nome do projeto cultural que será realizado)								
Festival horizonte.									
2.	VALOR TOTAL DO PROJETO CULTURAL (colocar o valor total do projeto, conforme planilha orçamentária – anexo II)								
R\$ 188.180,00									
3.	VALOR SOLICITADO (colocar o valor solicitado para ser captado na lei municipal de incentivo à cultura. O valor pode ser igual ao valor total, ou uma parte do valor apenas)								
R\$ 188.180,00									
4.	FAIXA DE VALOR (marcar <u>apenas uma</u> das faixas, correspondente ao valor SOLICITADO)								
	<table border="1"> <tr> <td>Microprojeto</td> <td>até R\$ 15.000,00</td> </tr> <tr> <td>Pequeno porte</td> <td>Entre R\$ 15.001,00 e R\$ 40.000,00</td> </tr> <tr> <td>Médio porte</td> <td>Entre R\$ 40.001,00 e R\$ 99.999,00</td> </tr> <tr> <td>x Grande porte</td> <td>Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 300.000,00</td> </tr> </table>	Microprojeto	até R\$ 15.000,00	Pequeno porte	Entre R\$ 15.001,00 e R\$ 40.000,00	Médio porte	Entre R\$ 40.001,00 e R\$ 99.999,00	x Grande porte	Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 300.000,00
Microprojeto	até R\$ 15.000,00								
Pequeno porte	Entre R\$ 15.001,00 e R\$ 40.000,00								
Médio porte	Entre R\$ 40.001,00 e R\$ 99.999,00								
x Grande porte	Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 300.000,00								
5.	OUTROS INCENTIVADORES (caso o projeto tenha valor maior que o solicitado, descrever quem serão os possíveis patrocinadores, apoiadores, etc. – máximo de 3 linhas)								
6.	RESUMO DO PROJETO (descrever o projeto de forma resumida, sendo objetivo no que se pretende realizar - máximo 5 linhas)								

O projeto propõe a realização do Festival Horizonte, um festival de música independente focado nos gêneros pop, rock e MPB com realização prevista para o primeiro semestre de 2020, no Teatro Popular Oscar Niemeyer. Classificação 16 anos. A entrada de menores de 16 anos só será permitida se comprovadamente acompanhados dos pais ou responsáveis legais. Público alvo: jovem-adulto.

7.	TEMPO DE REALIZAÇÃO DO PROJETO (o projeto deve ser realizado em até um ano após a aprovação – colocar a quantidade de meses necessários a realização do projeto)		
6 meses.			
8.	REGIÃO/ÕES ONDE SERÃO EXECUTADAS AS AÇÕES DO PROJETO (caso tenha dúvida, consultar o anexo IV)		
	Zona Norte		Pendotiba
x	Praias da Baía		Oceânica
	Leste		
9.	PREENCHA COM, PELO MENOS, UM ENDEREÇO ONDE O PROJETO SERÁ EXECUTADO (EX: Praça do bairro X, ou Centro Cultural X, ou Praia X – O endereço colocado aqui neste campo deverá vir acompanhado de carta de anuência, caso não seja espaço próprio do proponente)		
Teatro Popular de Niterói - R. Jorn. Rogério Coelho Neto, s/n - Centro, Niterói - RJ, 24020-011			
10.	O PROJETO É DESTINADO A PLANO ANUAL DE ATIVIDADE? (entende-se por Plano Anual as propostas culturais apresentadas por pessoa jurídica sem fins lucrativos que contemple, por um período de um ano, a manutenção da instituição e suas atividades culturais de caráter permanente e continuado, bem como os projetos e ações constantes do seu planejamento)		
	SIM	x	NÃO
IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE (se pessoa física)			
11.	PESSOA FÍSICA		
Nome completo: Caroline Alves dos Santos			
Endereço residencial com bairro: Av. Nelson de Oliveira e Silva, 140, Pendotiba.			
Cidade: Niterói		UF: RJ	CEP: 24322385
Tel:	Cel: 21 99237-3897		e-mail: contato.carolinealvess@gmail.com
Site/blog:			

Facebook:		Instagram:	
Outra rede social:			
Profissão: Produtora Cultural		CPF: 149.492.447-10	
RG: 26.920.773-4		órgão expedidor: DETRAN	
IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE (se pessoa jurídica)			
12. PESSOA JURÍDICA			
Razão Social:		CNPJ:	
Endereço completo com bairro:			
Cidade:		UF:	CEP:
Site/blog:			
Facebook:		Instagram:	
Representante:		Cargo:	
Profissão:		CPF:	
RG:		Órgão expedidor:	
Tel:	Cel:	email:	
Endereço residencial:			
Cidade:		UF:	CEP:
PROJETO CULTURAL			
13. EIXOS E ÁREAS ARTÍSTICAS (marcar <u>apenas UM</u> eixo. Caso seu projeto esteja contido em dois ou três eixos, assinalar aquele que predomina no projeto, ou seja, <u>apenas UM</u> – dentro do eixo marcar as áreas artísticas afins, podendo ser mais de uma)			
Eixo I – expressões artísticas			
	artes cênicas (teatro, dança, ópera, circo)		capoeira
X	Música		folclore
	Literatura		livro
	Poesias		moda
	artesanato		audiovisual
	arte digital		artes visuais

	artes urbanas		arte popular
	artes gráficas		artes integradas
	Outras áreas artísticas. Justifique:		
	Eixo II – patrimônio e memória		
	Preservação e restauração de patrimônio histórico e cultural material e imaterial.		Construção, conservação e manutenção de museus, arquivos, bibliotecas, centros culturais, casas de cultura e espaços culturais.
	Eixo III – pesquisa e pensamento		
	Levantamentos, estudos, mapeamentos e pesquisas na área artística e cultural.		Realização de cursos de caráter cultural ou artístico destinados à formação. Especialização e/ou aperfeiçoamento de pessoa na área cultural.
14.	IDENTIFICAÇÃO DA CATEGORIA (numerar a partir de 01 as categorias de acordo com as características do projeto, sendo 01 para a principal, 02 a segunda principal e assim por diante. Caso só tenha uma característica, colocar apenas o número 01)		
	Aquisição de acervo, equipamentos e mobiliários		Bolsa de estudos e/ou residências artísticas
	Circulação de espetáculo cênico (teatro, dança, ópera, circo)		Circulação de espetáculo musical (show)
	Concurso/premiação		Congresso
	Construção ou conservação de imóvel		Criação de jogos digitais
	Criação e/ou desenvolvimento de banco de dados		Criação literária, dramaturgia, roteiro, etc.
	Criação e manutenção de site / desenvolvimento de plataforma multimídia		Cursos
	Edição de CD/DVD/E-BOOK		Exposição (produção, montagem e/ou circulação)
	Feira		Festejo
x	Festival		Filme de curta-metragem
	Gravação de CD/álbum musical		Filme de média-metragem
	Gravação de CD/álbum musical com lançamento		Filme de longa-metragem

	Gravação de DVD com show de lançamento		Gravação de DVD
	Manutenção de associações e espaços artísticos cultural sem fins lucrativos		Montagem cênica (teatro, dança, ópera e circo)
	Mostra		Oficina/workshop
	Palestra/conferência		Performance
	Pesquisa		Programa de rádio
	Programa de TV		Publicação de catálogo
	Publicação de jornal		Publicação de livro
	Publicação de livro de arte e fotografia		Publicação de revista
	Reforma de imóvel		Restauração e intervenção em bem imóveis, móveis e integrados
	Seminário		Vídeo
	Criação de painel, mural, etc.		Programas para internet
	Outros		
15.	DESCRIÇÃO DO PROJETO – APRESENTAÇÃO (detalhar o que pretende apresentar com o projeto, as atividades a serem desenvolvidas, entre outros - máximo de 50 linhas)		
<p>O Festival Horizonte acontecerá durante um único dia no mês de abril de 2020. Consistirá em apresentações de 10 bandas/artistas solo independentes de Niterói com músicas autorais, sendo uma das atrações um artista de renome convidado. O line-up do festival será feito através de uma curadoria que escolherá as bandas a partir de um formulário de inscrição que será aberto para os moradores de Niterói.</p>			
16.	OBJETIVOS DO PROJETO (escrever o que se pretende com esse projeto, indicando quais são os resultados pretendidos, onde pretende chegar com o projeto – máximo 20 linhas)		
<p>1. Objetivo geral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar o Festival Horizonte no Teatro Popular de Niterói em abril de 2020. <p>2. Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomentar a cena musical independente de Niterói dos gêneros pop/rock/MPB. - Divulgar os trabalhos autorais de músicos niteroienses ou que aqui residam. - Estimular o sentimento de pertencimento dos artistas independentes à cidade. - Incentivar a produção local. - Promover troca de experiências entre um artista consagrado e novos artistas. - Conectar público e artista. 			
17.	JUSTIFICATIVA (detalhar os motivos que o levaram a propor este projeto, indicando porque ele dever ser aprovado, aqui é o local para você argumentar da importância do seu projeto - máximo de		

	20 linhas)
	<p>A cidade de Niterói já recebeu festivais importantes para a música independente como o festival “Fora do Eixo” que teve palcos além de Niterói também no Rio de Janeiro e em Nova Friburgo e o festival “Araribóia Rock” que se origina através do coletivo desse mesmo nome com mais de 200 bandas de rock independente da cena fluminense e vinha acontecendo com frequência anual na cidade. Cada festival contou com cerca de 20 bandas independentes de diversos estilos musicais em sua programação. Dessa forma, é possível perceber que existe uma demanda significativa de artistas independentes na cidade. É de suma importância ter cada vez mais espaços na própria cidade que potencializem esses talentos e impulsionem essas produções. Trazer um artista de renome para o encerramento fomenta a troca de experiências e fortalece as conexões. O espaço escolhido para o Festival Horizonte foi o Teatro Popular, pois é um lugar que frequentemente recebe eventos de grande porte. Contudo, é insuficiente a participação dos artistas locais na programação desses eventos. É de extrema importância que a população ocupe esses espaços, não só como público, mas também como ator, no palco. O Festival Horizonte escolheu o Teatro Popular no esforço de empoderar os artistas locais a se sentirem pertencentes a esse lugar. O evento é uma tentativa de que as pessoas se reconheçam naquele palco, já que terão em comum, além do apreço pela música, o fato de serem de Niterói. Um dos integrantes da banda do line-up do festival pode ser um vizinho, um amigo, um familiar, se identificar se torna mais palpável à medida que são artistas “nossos”, do mesmo lugar. O Festival pretende ser parte do circuito de políticas culturais do município que buscam ocupar espaços públicos pela própria população, de modo que instiguem o sentimento de pertencimento, e também que fomentem a cena musical independente local. O Festival Horizonte é essencial, portanto, por ser um evento que gera novas perspectivas e traz novos horizontes.</p>
18.	<p>PROPOSTA DE ACESSIBILIDADES DO PROJETO (detalhar as ações de acessibilidade para pessoas com necessidades especiais, seja dos profissionais envolvidos no projeto e/ou do público atendido/beneficiado - máximo de 10 linhas)</p>
	<p>Visando ampliar ainda mais a democratização do acesso à cultura, no dia do evento teremos dois intérpretes de libras durante os shows. Além disso, o local escolhido para realização do evento (Teatro Popular Oscar Niemeyer) tem acesso físico para pessoas com deficiência, como: banheiros adaptados e rampas. E na equipe de produção deverá ter um integrante treinado para o atendimento do público especial.</p>
19.	<p>DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO (descreva as ações que serão desenvolvidas no projeto, considerando o público alvo, as formas de acesso aos bens, produtos e serviços culturais. Informe quando for o caso a estimativa de preços a serem cobrados do público – máximo de 10 linhas)</p>
	<p>O projeto promoverá medidas para democratização do acesso à cultura como distribuição de 20% dos ingressos gratuitamente para instituições não governamentais, escolas de música locais e para alunos das escolas públicas e da Universidade Federal Fluminense de Niterói. Será garantida a meia entrada no valor de R\$ 10,00 para estudantes, idosos, pessoas com deficiência e professores da rede pública de ensino.</p>
20.	<p>CONTRAPARTIDA SOCIAL (detalhar as contrapartidas que o projeto oferecerá aos cidadãos niteroienses – máximo de 10 linhas)</p>

O projeto empodera os artistas locais da cidade dando protagonismo para os mesmos, possibilitando a formação de público e trazendo a troca entre um artista iniciante e um já consagrado no mercado musical; valoriza a música autoral e a cena independente; estimula a ocupação do espaço público (Teatro Popular Oscar Niemeyer) pelo cidadão de Niterói, principalmente os jovens; movimenta o mercado cultural da cidade proporcionando empregos para profissionais da cultura; distribuição gratuita de 30 ingressos para alunos da rede pública, 20 ingressos para instituições não governamentais e 40 ingressos para escolas de música de Niterói, principalmente para os alunos das oficinas de música do Macquinho.

RESULTADOS, PRODUTOS E SERVIÇOS

21.	<p>PRODUTO CULTURAL (detalhar quais produtos serão gerados com o projeto cultural, lembrando que produto é o artefato cultural de qualquer espécie, com a possibilidade de reprodução, comercialização ou distribuição gratuita – caso não tenha produto, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)</p>
<p>Ingressos que serão comercializados.</p>	
22.	<p>EVENTO CULTURAL (detalhar quais eventos/atividades serão realizados com o projeto cultural, lembrando que evento é o acontecimento de caráter artístico-cultural de existência restrita à sua realização ou exibição – caso não tenha evento, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)</p>
<p>Detalhamento dia do evento:</p> <p>7h: Equipe de produção chega ao Teatro.</p> <p>8h às 13h: Montagem do palco.</p> <p>11h: Van sai para buscar os artistas.</p> <p>13h às 16h: Passagens de som.</p> <p>16h às 18h: Ajustes finais do palco.</p> <p>19h: Abertura da casa ao público.</p> <p>20h: Início das apresentações.</p> <p>3h: Van deixa os artistas.</p> <p>3h às 6h: Desmontagem.</p>	
23.	<p>PROGRAMA CULTURAL (detalhar quais programas serão realizados com o projeto cultural, lembrando que programa é o conjunto de ações culturais de caráter periódico ou contínuo – caso não tenha programa, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)</p>
<p> </p>	
24.	<p>REFORMA DE EDIFICAÇÃO, CONSTRUÇÃO E ACERVO DE EQUIPAMENTOS (detalhar a área a ser reformada e/ou construída em m², a quantidade de acervo, seu valor aproximado em R\$, entre outros – caso não tenha reforma, construção e acervo, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)</p>
<p> </p>	

25.	MANUTENÇÃO DE ENTIDADES ARTÍSTICO-CULTURAIS SEM FINS LUCRATIVOS (detalhar o que será mantido, as atividades desenvolvidas, entre outros – caso não tenha manutenção de entidade, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)
26.	CONSERVAÇÃO E RESTAURAÇÃO DE PRÉDIO, MONUMENTO, LOGRADOURO, SÍTIO E DEMAIS BEM TOMBADOS (detalhar o que será feito, qual resultado dessa conservação/restauração, se o bem é de acesso público, entre outros – caso não tenha conservação e restauro, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)
27.	CONSTRUÇÃO, MANUTENÇÃO, AMPLIAÇÃO DE MUSEUS, ARQUIVOS, BIBLIOTECAS E OUTRAS INSTITUIÇÕES ARTÍSTICO-CULTURAIS, SEM FINS LUCRATIVOS (detalhar o que será feito, qual resultado, a metragem do que será construído ou ampliado, se o bem resultante é de acesso público, entre outros – caso não tenha construção, manutenção e ampliação, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)
28.	AQUISIÇÃO DE ACERVO E DE MATERIAIS NECESSÁRIOS AO FUNCIONAMENTO (detalhar o que resultará nessa aquisição, quantidade de acervo, como será o funcionamento após a aquisição, entre outros – caso não tenha aquisição de acervo, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)
29.	PRODUÇÃO CULTURAL EM MEIO ELETRÔNICO OU OUTRA FORMA DE SUPORTE VIRTUAL (detalhar o resultado, qual plataforma será usada, se será de livre acesso ou não, entre outros – caso não tenha produção em meio eletrônico ou outra forma, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)

30.	FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO ARTÍSTICO OU OUTRAS ATIVIDADES (detalhar o que se pretende após a formação, onde se deseja chegar, quantas pessoas participarão, entre outros – caso não tenha formação e aperfeiçoamento, deixe essa lacuna sem preencher – máximo de 20 linhas)	
31.	COMERCIALIZAÇÃO (se o projeto prever bilheteria, venda de produtos como livro, CD, ou similar, inscrições pagas, ou quaisquer outras questões que gerem recurso para o próprio projeto detalhar nesse campo colocando as quantidades, valores individuais - como por exemplo o preço do ingresso - e valor total que se pretende arrecadar)	
Descrição do que se pretende comercializar: Ingressos.		
Produtos/bilhetes/ingressos/etc. disponíveis para venda com valor integral		
<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade: 180 • Valor unitário: R\$ 20,00 • Valor total: R\$ 3.600,00 		
Produtos/bilhetes/ingressos/etc. disponíveis para venda com valor promocional e/ou meia entrada:		
<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade: 180 • Valor unitário: R\$10,00 • Valor total: R\$ 1.800,00 		
Valor total que se pretende arrecadar (considerar a venda total somadas o integral e o promocional e/ou meia entrada): R\$ 5.400,00		
32.	EXPECTATIVA DE PÚBLICO (descreva a expectativa total do público atingido pelo projeto cultural – máximo 03 linhas)	
450 pessoas.		
CRONOGRAMA FÍSICO		
33.	DETALHAMENTO (relacione as etapas do projeto – pré-produção, produção e pós-produção – com as atividades essenciais para o desenvolvimento do projeto e o respectivo tempo de realização – em dias, semanas ou meses. Acrescente quantas linhas forem necessárias).	
PRÉ-PRODUÇÃO		
ATIVIDADES		TEMPO PREVISTO PARA REALIZAÇÃO
01	Contratação equipe de produção	2 meses
02	Contratação equipe de divulgação	2 meses
03	Seleção artistas de Niterói (abertura e fechamento das inscrições e escolha da curadoria)	2 meses

04	Contratação equipe técnica (som e luz)	2 meses
05	Adequação do palco ao rider de som de cada artista	2 meses
06	Pagamento do ECAD	2 meses
07	Alinhamento com equipe do Teatro Popular (ajustes finais)	2 meses
08	Divulgação do evento	2 meses
09	Contratação transporte	2 meses
10	Contratação empresa de fotografia e videomaker	2 meses
PRODUÇÃO		
ATIVIDADES		TEMPO PREVISTO PARA REALIZAÇÃO
01	Montagem no teatro	2 meses
02	Passagem de som	2 meses
03	Apresentação das bandas selecionadas	2 meses
04	Apresentação VIP	2 meses
05	Registro fotográfico e videográfico	2 meses
06	Desmontagem do palco	2 meses
PÓS-PRODUÇÃO		
ATIVIDADES		TEMPO PREVISTO PARA REALIZAÇÃO
01	Pagamentos faltantes	2 meses
02	Prestação de contas	2 meses
03	Avaliação (pontos fortes e fracos/o que deu certo e o que não deu certo)	2 meses
34.	RESUMO DO CRONOGRAMA	
	a) Meses previstos para etapa de pré-produção: Janeiro e fevereiro de 2020.	
	b) Meses previstos para etapa de produção: Março e abril de 2020	
	c) Meses previstos para etapa de pós-produção: Maio e junho de 2020.	
	d) Duração prevista do projeto: 6 meses.	
PLANO BÁSICO DE DIVULGAÇÃO		
35.	ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO (detalhar quais as estratégias adotadas para que consiga	

difundir o projeto cultural)		
Será realizada divulgação através das redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter, além de chamadas e promoções em rádio e afins. Também serão produzidos banners que serão afixados no teatro e flyers que serão distribuídos ao público em geral. Em todas as peças de divulgação do projeto será veiculada a marca da Prefeitura de Niterói e da Lei de Incentivo à Cultura de Niterói, conforme manual de aplicação e aprovação do SIMFIC.		
36.	AÇÕES PROMOCIONAIS VOLTADAS À DIFUSÃO DO PROJETO (quando for o caso, citar as ações promocionais que serão desenvolvidas no projeto)	
37.	DETALHAMENTO DIVULGAÇÃO (indicar detalhadamente as peças gráficas e veículos de comunicação a serem utilizados para a divulgação do projeto, inclusive plataformas digitais. Indique as especificações da peça gráfica ou a duração, no caso de peças audiovisuais – podem ser adicionadas quantas linhas forem necessárias)	
	PEÇA DE DIVULGAÇÃO	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS
	Spot de rádio	30 Segundos
	Busdoor	1,30 x 0,60 m
	Outdoor	8,60 x 2,90 m
	Backlight banca de jornal	4,30 x 1,90 m
	Banner	120 x 80 cm
	Flyer	10 x 14 cm
	Camisetas	Silk
	Vídeo Story Instagram	1800 x 1920 px (15 segundos)
	Vídeo feed Instagram e facebook	1200 x 1200 px (1 minuto)
	Posts instagram e facebook	1200 x 1200 px
38.	DETALHAMENTO DISTRIBUIÇÃO (indicar detalhadamente como serão distribuídas as peças gráficas – locais, quem distribui, como etc. –, onde serão fixadas, se for o caso, entre outros)	
Mídia radiofônica se concentrará na rádio mix rio fm.		
Busdoor nas linhas de ônibus Oc2, Oc3, 33, 47, 57, 48 e 770 (Atingindo a região oceânica, pendotiba, praias da Bahia e centro).		
Outdoors se localizarão no centro de Niterói, ponte Rio-Niterói, Alameda São Boaventura e Trevo de Piratininga.		
Banner ficará na bilheteria do Teatro Popular.		

Flyers serão distribuídos por 5 pessoas contratadas que ficarão em lugares estratégicos das 5 regiões de Niterói durante 7 dias intercalados.

Camisetas serão utilizadas pela equipe no dia do evento.

Serão divulgadas peças mensalmente nas redes sociais promovidas através de geolocalização e faixa etária (de 16 a 25 anos).

EQUIPE PROFISSIONAL DO PROJETO

39.	DETALHAMENTO FICHA TÉCNICA (relacione a equipe principal do projeto, anexando carta de anuência assinada de todos os que estiverem aqui relacionados – adicione quantas linhas forem necessárias)
1.	
2.	
40.	DETALHAMENTO PROPONENTE – RELATÓRIO DE AÇÕES DE NATUREZA CULTURAL NO CASO DE PESSOA JURÍDICA (descreva quais atividades a empresa realizou no campo da cultura nos últimos dois anos com nome do projeto/atividade e data)
41.	DETALHAMENTO PROPONENTE – RELATÓRIO DE AÇÕES DE NATUREZA CULTURAL NO CASO DE PESSOA FÍSICA (descreva quais atividades a pessoa realizou no campo da cultura nos últimos dois anos com nome do projeto/atividade e data, além de formação profissional e experiências)

DECLARAÇÃO

Declaro que sou domiciliado em Niterói há, pelo menos, dois anos, que não sou inadimplente com a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, que tanto eu quanto as demais pessoas envolvidas no projeto não têm parente nem é sócio de servidor da prefeitura, suas autarquias e fundações, incluindo a FAN e a SMC, bem como da CMFC e da CMIC e demais descritos no edital, que anexe toda a documentação exigida e que conheço e estou de acordo com todas as normas e critérios estabelecidos no edital, nos decretos e regulamentos referentes ao Sistema de Financiamento à Cultura. Declaro ainda serem verdadeiras, de minha responsabilidade e passíveis de comprovação, todas as informações contidas no projeto, sob pena de responsabilidade civil e criminal e que estou ciente de que não poderá haver contratação, direta ou indireta, de empresas ou profissionais para prestação de serviços que sejam membros da CMFC e da CMIC, servidores e funcionários da prefeitura, suas autarquias e fundações, incluindo a FAN e a SMC e demais descritos no edital.

Niterói, de de 2019

Assinatura:

ANEXO II - PLANILHA ORÇAMENTARIA

EDITAL 02/2019 - INCENTIVO FISCAL

Título do projeto cultural: Festival Horizonte

Financiamento do Projeto: (*preenchimento obrigatório*: assinale com "x" a opção correspondente)

x	O projeto será financiado totalmente com recursos de Incentivo Fiscal.
	O projeto terá outras fontes de custeio, além do Incentivo Fiscal , tendo em vista que o orçamento total ultrapassa o limite/teto previsto neste Edital. Nesse caso, será obrigatório o preenchimento da última coluna da planilha.

PESSOAL

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incentivo Fiscal	Valor custeado por outras fontes
1.1	Coordenação geral	1	Mês	6	R\$ 1.500,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	
1.2	Coordenação de comunicação	1	Mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	
1.3	Produtor Executivo	1	Mês	4	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	
1.4	Assistente de produção	2	Serviço	1	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	
1.5	Cenógrafo	1	Serviço	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
1.6	Curador	1	Mês	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
1.7	Cachê Bandas selecionadas	9	Cachê	1	R\$ 6.000,00	R\$ 54.000,00	R\$ 54.000,00	
2.1	Cachê artista vip (Zélia Duncan)	1	Cachê	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	
2.2	Cachê músicos artista vip (Zélia Duncan)	3	Cachê	1	R\$ 2.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
2.3	Técnico de luz	2	Diária	1	R\$ 450,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	
2.4	Técnico de som	2	Diária	1	R\$ 450,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	

2.5	Rodie	1	Diária	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 700,00	
2.6	Camareira	1	Serviço	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	
2.7	Seguranças	2	Serviço	1	R\$ 400,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	
2.8	Inteprete de libras	2	Serviço	1	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00	
2.9	Carregadores	2	Serviço	1	R\$ 120,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	
3.1	Assessoria de Imprensa	1	Serviço	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	
3.2	Designer	1	Serviço	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
3.3	Social midia	1	Serviço	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	
3.4	Fotógrafo	1	Serviço	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
3.5	Empresa de vídeo-maker	1	Serviço	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	
TOTAL DE PESSOAL						R\$ 117.790,00	R\$ 117.790,00	R\$ 0,00

ESTRUTURA

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incento Fiscal	Valor custeado por outras fontes
4.1	Aluguel Teatro	1	Hora	16	R\$ 500,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	
4.2	Aluguel equipamentos de sonorização	1	Diária	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
4.3	Aluguel equipamentos de iluminação	1	Diária	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
4.4	Material cenográfico (gelatinas, fitas adesivas,	1	Diária	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
4.5	Rádios HT	15	Unidade	1	R\$ 50,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	
						R\$ 0,00		
TOTAL DE ESTRUTURA						R\$ 23.750,00	R\$ 23.750,00	R\$ 0,00

LOGÍSTICA

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incento Fiscal	Valor custeado por outras fontes
5.1	Catering	1	Serviço	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
5.2	Translado van	7	Serviço	1	R\$ 500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	

						R\$ 0,00	R\$ -	
						R\$ 0,00		
TOTAL DE LOGÍSTICA						R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 0,00

DIVULGAÇÃO/MÍDIA E COMUNICAÇÃO

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incento Fiscal	Valor custeado por outras fontes
6.1	Mídia radiofônica (Spot 30')	25	Mês	2	R\$ 50,00	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	
6.2	Busdoor	50	Mês	2	R\$ 50,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	
6.3	Outdoor	50	Mês	1	R\$ 40,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	
6.4	Veiculação outdoor	1	Mês	2	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	
6.5	Backlight banca de jornal	3	Serviço	2	R\$ 1.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	
6.6	Banner (120 x 80 cm)	1	Serviço	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	
6.7	Flyers (10 x 14 cm)	10000	Serviço	1	R\$ 0,03	R\$ 300,00	R\$ 300,00	
6.8	Distribuidor de material gráfico	5	Diária	7	R\$ 100,00	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00	
6.9	Camisetas equipe	10	Produto	1	R\$ 30,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	
7.1	Investimento em mídia social	1	Mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00	
TOTAL DE DIVULGAÇÃO/MÍDIA E COMUNICAÇÃO						R\$ 33.640,00	R\$ 33.640,00	R\$ 0,00

DESPESAS ADMINISTRATIVAS

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incento Fiscal	Valor custeado por outras fontes
7.2	Material de escritório	1	Verba	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	
7.3	Elaborador prestação de contas	1	Mês	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
7.4	Contador	1	Mês	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	
7.5	Advogado	1	Mês	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	
						R\$ 0,00		

TOTAL DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 0,00
------------------------------------------	---------------------	---------------------	-----------------

IMPOSTOS, TARIFAS E SEGUROS

Ordem	Despesa	Quant.	Unidade	Quant.	Valor unitário	Valor total da despesa	Valor custeado pelo Incento Fiscal	Valor custeado por outras fontes
8.1	ECAD	1	Taxa	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
						R\$ 0,00		
						R\$ 0,00		
						R\$ 0,00		
						R\$ 0,00		
TOTAL DE IMPOSTOS, TARIFAS E SEGUROS						R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 0,00

RESUMO FINANCEIRO

Valor das despesas custeadas pelo Incentivo Fiscal Municipal	R\$ 188.180,00
Valor das depesas custeadas por outras fontes	R\$ 0,00
Valor total do projeto	R\$ 188.180,00

RESUMO FINANCEIRO POR FONTES DE RECURSO

Lei Municipal de Incentivo à Cultura	R\$ 188.180,00
Recursos de ouras leis de incentivo	
Recursos próprios do proponente	
Recursos bilheteria	
Outros recursos (NOMEAR)	
Total do projeto:	R\$ 188.180,00

ASSINATURA DO PROPONENTE OU REPRESENTANTE LEGAL:

DATA

--	--



ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

Nome do Candidato: CAROLINE ALVES DOS SANTOS	Matrícula: 115 033 005
Título do Trabalho: FESTIVAL HORIZONTE – FESTIVAL DE MÚSICA INDEPENDENTE	
Orientador(a): Dra. MARILDO NERCOLINI	
Categoria: PROJETUAL	Data da Apresentação: 11/07/2019

BANCA EXAMINADORA

1º Membro (Presidente): Dra. Marildo Nercolini
2º Membro: Drª. Marina Bay Frydberg
3º Membro: Bac. Lya Pereira Baptista

AVALIAÇÃO:

Análise / Comentário

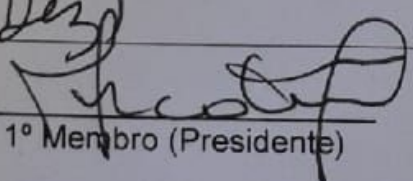
A banca destaca:

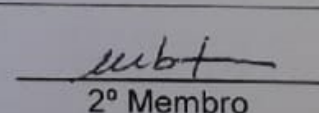
- + Excelente apresentação / defesa do projeto
- + muito bom uso do material audiovisual que complementou a parte escrita
- + Clareza e segurança na apresentação
- + Temática pertinente e atual
- + Destaca-se no projeto o enfoque em artistas independentes locais, incentivando
- + Projeto bem elaborado e exequível

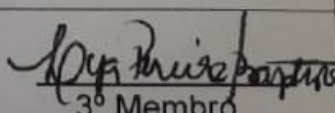
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora):

10 (Dez)

ASSINATURAS:


1º Membro (Presidente)


2º Membro


3º Membro



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA

Niterói, 11/07/2019

Eu, **CAROLINE ALVES DOS SANTOS**, CPF 149.492.447-10, formando(a) do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada "**FESTIVAL HORIZONTE – FESTIVAL DE MÚSICA INDEPENDENTE**" defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em extensão PDF.



CAROLINE ALVES DOS SANTOS