

Pronac 234311



A arte urbana
conectando
pessoas e
cidades



NUMEN
produtora





ÍNDICE

1. PROPOSTA
2. CONCEITO
3. OBJETIVOS
4. O PROJETO
5. PLANO DE COMUNICAÇÃO
6. CONTRAPARTIDAS
7. INVESTIMENTO
8. CONTATO





"A arte de rua é uma obra pública. Eu levo aquilo que eu vivi na periferia, nas comunidades. Eu não acredito na arte separada do povo."

- Eduardo Kobra

Fonte: CNN Brasil

IMAGEM: PROJETO CIDADE
VIVA CARAGUATATUBA



PROPOSTA

CIDADE VIVA 2 é um projeto de impacto visual que, em sua segunda edição, visa revitalizar espaços públicos por meio da **pintura de painéis**, em duas cidades brasileiras.

Cada obra busca retratar um tema que tenha, ao mesmo tempo, **relevância social local, alcance e engajamento nas redes sociais**.

Acesse [aqui](#) o vídeo da edição anterior do *Cidade Viva*

IMAGEM: PROJETO CIDADE
VIVA CARAGUATATUBA



CONCEITO

O CIDADE **VIVA 2** vai revitalizar **1 espaço público** em **2 cidades brasileiras** por meio do muralismo/pintura.

As obras devem retratar **temas de relevância social** para a comunidade ou para a cidade, como sustentabilidade, diversidade, empoderamento feminino, entre outros.

O projeto busca **humanizar espaços públicos**, estabelecendo uma relação afetiva entre pessoas e lugares, ao mesmo tempo em que **transforma positivamente** a paisagem urbana e a estética das cidades.

IMAGEM: PROJETO CIDADE
VIVA CARAGUATATUBA





OBJETIVOS

ESTIMULAR...

- o turismo e a economia local;
- a circulação de pessoas no espaço-alvo;
- a arte no cotidiano das pessoas fora dos museus e espaços tradicionais, nem sempre acessíveis;
- as intervenções artísticas urbanas no Brasil como área estratégica da Economia Criativa.

GERAR...

- engajamento afetivo da população local;
- mídia espontânea nas redes sociais;
- renda para os profissionais da cultura.

IMAGEM: PROJETO
CIDADE VIVA 1





ANTES



CIDADE VIVA | OLÍMPIA





DEPOIS



CIDADE VIVA | OLÍMPIA





ANTES



CIDADES INTELIGENTES | PIRACICABA





DEPOIS



CIDADES INTELIGENTES | PIRACICABA







O PROJETO



ETAPAS DO PROJETO



1 Ideia de start do projeto

2 Definição do espaço-alvo

3 Estudo preliminar do espaço

4 Projeto Técnico (prefeitura)

5 Autorizações para intervenção

6 Definição da equipe local de trabalho

7 Estudo avançado do espaço

8 Relacionamento com a comunidade local

9 Criação do projeto artístico

10 Execução do projeto artístico

11 Planejamento do evento

12 Divulgação do evento

13 Execução do evento



COMO O PATROCINADOR PARTICIPA DO PROJETO?





PALESTRA

Como ação de contrapartida social, será realizada, em cada cidade, uma palestra sobre **arte, cultura e vivência em comunidade** junto à equipe do projeto e público interessado.

O local será o mesmo da revitalização ou outro espaço, com capacidade mínima de 100 pessoas, a ser definido durante a execução do projeto.

DURAÇÃO:
aproximadamente 1h30





EVENTO DE INAUGURAÇÃO

- Em cada cidade, haverá um evento público e gratuito para inaugurar o mural artístico
- **Apresentação pública** da obra com um(a) DJ e estrutura de sonorização.
- Haverá **microfone aberto** para prefeitura, patrocinadores, organizadores, equipe técnica e artística, assim como demais apoiadores.

O público previsto é de **200 pessoas**, em cada evento.



EM NÚMEROS



2

**CIDADES
DO BRASIL**

02
**PALESTRAS
SOCIAIS**

100 PESSOAS
POR CIDADE

+ 400.000
**PESSOAS
IMPACTADAS**

no período

*Estimativa aproximada,
considerando um fluxo de
pessoas que transitam pelo
local diariamente.

2
**EVENTOS
FINAIS
PÚBLICO E
GRATUITO**

200
média de pessoas
presentes por
cidade

1
**ARTISTA
URBANO POR
CIDADE**

500 M²
**EM MURALISMO
POR CIDADE**



+50
pessoas
trabalhando
no projeto



ESG E ODS





ESSE PROJETO É COMPROMETIDO COM A AGENDA 2030



O MAIOR PACTO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O *Cidade Viva* contribui para o cumprimento de temáticas sociais ligadas aos **17 ODS da ONU**, especificamente ao Objetivo abaixo, por meio de:

- Diálogo com o debate e políticas públicas que valorizam o **planejamento urbano socialmente inclusivo e responsável com o meio ambiente**;
- Valorização do espaço público e a **participação das diversidades**;
- Acesso universal a **espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes**, particularmente para as mulheres e crianças, pessoas idosas e pessoas com deficiência.





COMUNICAÇÃO E CONTRAPARTIDAS



PLANO DE COMUNICAÇÃO



PEÇAS GRÁFICAS

Banners nos eventos e produção de materiais para divulgação nas cidades.



ASSESSORIA DE IMPRENSA

Releases em mídia online e impressa.



MARKETING DIGITAL

Conteúdos nos canais digitais oficiais do projeto e da produtora. Com veiculação de anúncios para divulgação.





CONTEÚDO DIGITAL



VÍDEO DIÁRIO

Documentação em vídeo de todas as ações do projeto para postagens em *Stories*.



ANTES E DEPOIS

Criação de conteúdo em formato Carrossel com *antes e depois* das ações do mural



DEPOIMENTOS

Criação de conteúdo em vídeo com depoimentos das pessoas impactadas pelas obras.



POST INFORMATIVO

Criação de conteúdo com datas e etapas importantes do projeto.



STORIES

Interação com funções do stories, como enquetes e caixas de perguntas.



TRÁFEGO PAGO

Criação de anúncios para divulgação do projeto, com estratégia de engajamento de acordo com a cidade e espaços escolhidos.



ALCANCE

Atingir pelo menos 20.000 pessoas, por cidade, através de tráfego pago, gerando maior visibilidade para o projeto.



BRANDING

Todo conteúdo orgânico e pago referente a cota terá menção à marca patrocinadora.





CONTRAPARTIDAS

PATROCINADOR

A0



Logotipo em peças gráficas de divulgação e material de tráfego pago



Portfólio fotográfico



Indicação das cidades



Vídeo oficial do projeto com a marca da patrocinadora na tela de abertura e tela final

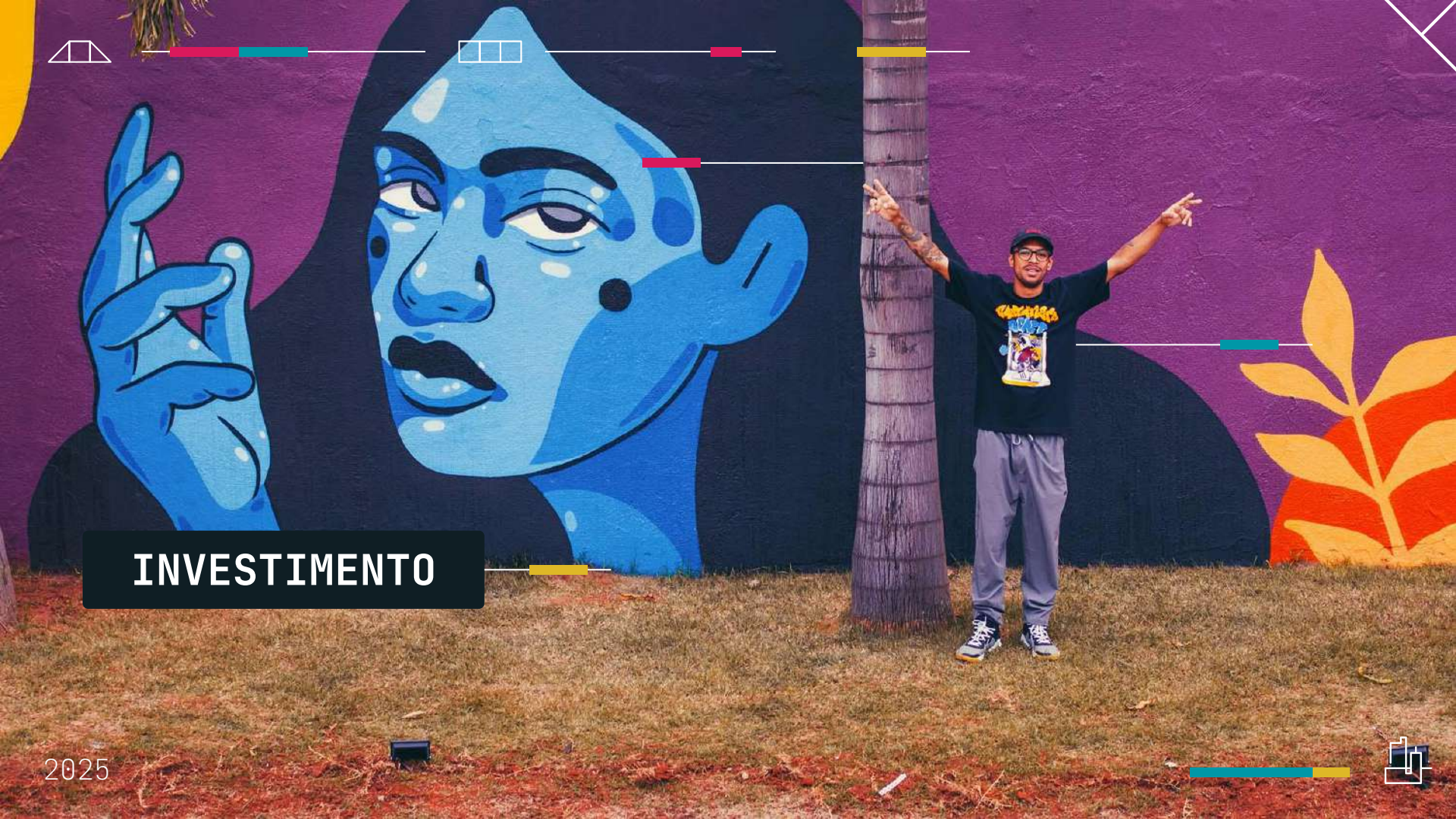


Indicação dos locais beneficiados



Ativação no evento (a combinar)



A man with a beard and glasses, wearing a black t-shirt with a graphic and grey pants, stands with his arms raised in a 'V' sign next to a large mural. The mural features a stylized blue face with a hand near its mouth, set against a purple background. A palm tree trunk is visible between the man and the mural. The ground is covered in dry grass and red soil. The word 'INVESTIMENTO' is written in white capital letters on a black rectangular background in the lower-left corner.

INVESTIMENTO



INVESTIMENTO

VALOR INTEGRAL | 2 cidades

R\$ 500.000,00

- **2 espaços revitalizados** com muralismo/grafitti
- **2 eventos** de reinauguração
- **400 pessoas** nos eventos
- **Logotipo nos materiais** de divulgação e tráfego pago
- **Assessoria de Imprensa**
- **Conteúdos digitais** (Instagram e Facebook)
- **2 videos** making-of
- **2 Portfólios** de fotos

COTA | 1 cidade

R\$ 250.000,00

- **1 espaço revitalizado** com muralismo/grafitti
- **1 evento** de reinauguração
- **200 pessoas** no evento
- **Logotipo nos materiais** de divulgação e tráfego pago
- **Assessoria de Imprensa**
- **Conteúdos digitais** (Instagram e Facebook)
- **1 Video** making-of
- **1 Portfólio** de fotos

*O projeto conta com 03 cotas ao todo, sendo 01 já vendidas para execução em 2025.
O mínimo de 20% do projeto já foi captado.*



NUMEN
produtora

Contato

André Nunes
Andy Comunicação & Eventos
Tel 11 – 28069769
Cel 11 – 97667.0093 - whatsapp
<https://andyeventos.com.br>



@andyeventossp

