

FESTIVAL DICRIA



Apresentação

Quantos espaços abertos à expressão artística oferecem oportunidades concretas para artistas periféricos em um local historicamente associado à elite? E quantos eventos colocam a música preta e periférica no centro de suas atenções?

Com base nessas questões, surge o Festival DiCria, um evento cultural que une música e artes visuais, criando um palco para talentos das regiões periféricas. O festival será realizado no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) no segundo semestre de 2025, durante três dias consecutivos.

O evento transformará boa parte do espaço externo do museu em um grande museu a céu aberto, com exposições fotográficas e de artes plásticas. Além disso, contará com exposições de curtas-metragens, workshops sobre a carreira artística e uma feira gastronômica dedicada a comidas afetivas.

O line-up musical inclui DJ sets e pocket shows, com destaque para Maui, cantor e MC nascido em Duque de Caxias. Seu EP *Rubi* (2023) ultrapassou 700 mil plays e conta com participações de Big Bllakk e Afrodite. Suas músicas exploram a vida na periferia com influências de R&B, Drill, Soul e Bass Music, unindo inovação e familiaridade sonora.

Artistas interessados em participar poderão se inscrever através de uma chamada pública, garantindo maior alcance e acessibilidade. Além disso, o festival contará com a presença de curadores e olheiros das principais gravadoras e galerias, criando um ambiente favorável para a criação de redes e novas oportunidades.

O Festival DiCria será uma celebração cultural que não só democratiza o acesso à arte, mas também dá visibilidade à potência criativa das periferias.



OBJETIVOS GERAIS

- Fortalecer a inclusão cultural e ampliar o acesso de artistas periféricos ao mercado, promovendo uma indústria cultural mais diversa e representativa.
-
- Conectar artistas emergentes, curadores e gravadoras, criando oportunidades para talentos periféricos
-
- Valorizar e destacar a produção artística das favelas, promovendo suas narrativas e identidades.
-
- Democratizar o acesso à cultura por meio de um evento gratuito e acessível ao público jovem.
-
- Proporcionar um conteúdo artístico que reflita e se conecte com a realidade das comunidades periféricas.
-
- Oferecer um espaço de troca e visibilidade, incentivando o desenvolvimento cultural e profissional dos participantes.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conectar 40 artistas com curadores e olheiros de gravadoras de música.
- Realizar 4 pocket shows de 30 minutos em cada dia de evento, com tradução em LIBRAS, totalizando 12 pocket shows ao final do evento.
- Realizar 1 show de 2 horas por dia de evento, com tradução em LIBRAS, totalizando 3 ao final do evento.
- Realizar 2 workshops por dia com tradução em LIBRAS e capacidade para 50 pessoas cada, totalizando 6 aulas e 150 pessoas participantes ao final do evento.
- Realizar uma exposição coletiva com 20 artistas com audiodescrição.
- Exibir 4 curtas por dia, legendados, com tradução em LIBRAS e audiodescrição, totalizando 12 ao final do evento.



JUSTIFICATIVA

Estudos indicam que artistas de regiões periféricas enfrentam dificuldades significativas para Acessar grandes festivais de música, cinema e museus renomados. Segundo o levantamento do Mapa da Indústria Criativa no Brasi, realizado pela Firjan, apenas 10% dos trabalhadores da indústria criativa no Brasil são oriundos de comunidades periféricas. Além disso, um estudo da revista ArtReview apontou que menos de 15% dos artistas representados em grandes galerias internacionais têm origem em países em desenvolvimento, revelando a sub representação de criadores de contextos periféricos. Por isso, a juventude periferia não se sente parte do

ambiente artístico nem capaz de produzir arte de forma a chegar a lugares de amplo conhecimento.

Portanto, o Festival Di Cria surge para desafiar estigmas e romper barreiras sociais. O evento tem como objetivo principal mostrar que a periferia não é apenas um espaço de resistência, mas também um berço de produção cultural e letramento culto. Ao gerar identificação com o público proposto e ao reunir artistas periféricos e aproximá-los de curadores e gravadoras, o

festival busca não apenas dar palco a esses talentos, mas também criar oportunidades reais para que possam prosperar no cenário artístico nacional e internacional.

O MAM foi escolhido por ser um local de fácil acesso ao público. Apesar de ser na zona central, um pouco mais afastada de zonas periféricas, o suporte que o espaço do museu oferece e de extrema importância para a realização do evento.





Ficha Técnica

Direção Geral:
Lorena Cardoso

Curador Musical:
Cláudio Augusto Guimarães (CL FEZ O BEAT)

Curador de Artes Visuais:
À definir

Produtora Executiva:
Lorena Cardoso

Produtor de Palco:
Marx Leon

Coordenadora de Comunicação:
Flora Buonocore

Coordenadora de acessibilidade:
Júlia Aquino

Equipe de fotografia:
João Victor Lima, Matheus Rosa e André Bolin

PÚBLICO-ALVO

A produção do festival DiCria acredita que nos 3 dias de evento 15 mil pessoas sejam alcançadas divididas da seguinte forma:

Por faixa etária:

- 20% de Adolescentes;
- 70% de Adultos ;
- 10% idosos.

Por gênero:

- 45% mulheres;
- 45% homens;
- 10% outros.

Por classe econômica:

- 10% classe A;
- 20% classe B;
- 60% classe C;



DEMOCRATIZAÇÃO

O Festival DiCria se compromete com ações de democratização baseadas na instrução normativa da Lei Rouanet:

- Distribuição de ingressos gratuitos para instituições não governamentais e projetos sociais focados em arte e cultura.
- Oferta de transporte gratuito para grupos de periferia, garantindo o acesso ao evento.
- Formação de equipe majoritariamente composta por profissionais periféricos, negros e LGBTQIAP+.

ACESSIBILIDADE

O Festival DiCria implementará medidas para garantir a acessibilidade do evento:

Arquitetônica:

- Área externa equipada com rampas de acesso, banheiros adaptados e espaços reservados para pessoas com deficiência e seus acompanhantes.

Auditiva:

- Tradução em LIBRAS para todos os shows e workshops.
- Exibição de curtas com tradução em LIBRAS e legendas.

Visual:

- Audiodescrição para todas as obras expostas e curtas exibidos.

Intelectual:

- Dois espaços de acolhimento e conforto para reduzir estímulos sensoriais excessivos.

Atitudinal:

- Capacitação da equipe para atendimento inclusivo e respeitoso, garantindo plena participação de pessoas com deficiência..



AÇÃO FORMATIVA

Durante os três dias do festival, serão oferecidos três workshops voltados para a capacitação de artistas independentes, promovendo o desenvolvimento profissional e artístico:

- Workshop de Gestão de Carreira Artística;
- Workshop de Produção Musical e Direitos Autorais;
- Workshop de Marketing e Comunicação para Artistas



PLANO DE AÇÃO

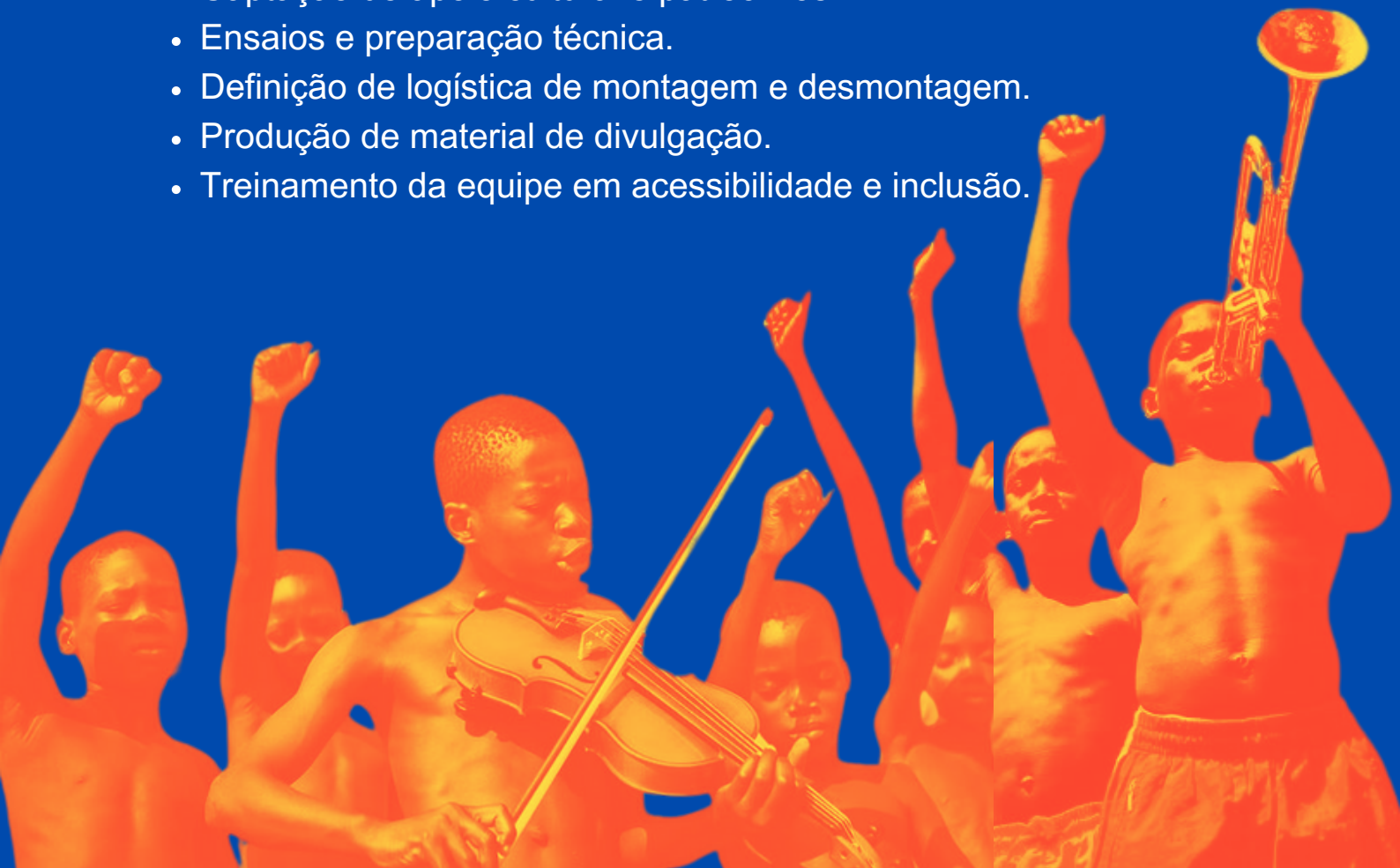
O Festival DiCria será realizado ao longo de 6 meses, conforme as seguintes etapas:

PRÉ-PRODUÇÃO: Meses 1 e 2

- Planejamento estratégico e reuniões internas.
- Definição e contratação da equipe.
- Lançamento de chamadas públicas para artistas e projetos.
- Solicitação de autorizações e parcerias institucionais.
- Desenvolvimento da identidade visual e do conceito curatorial.

PRODUÇÃO: Meses 3 e 4

- Captação de apoio cultural e patrocínios.
- Ensaios e preparação técnica.
- Definição de logística de montagem e desmontagem.
- Produção de material de divulgação.
- Treinamento da equipe em acessibilidade e inclusão.



PLANO DE AÇÃO

REALIZAÇÃO: Mês 5

- Execução do festival conforme programação.
- Realizar trabalho de assessoria de imprensa
- Realizar gerenciamento de redes sociais
- Realizar ações de democratização
- Realizar ações de acessibilidade
- Realizar ações formativas
- Efetuar pagamentos necessários

PÓS-PRODUÇÃO: Mês 6

- Prestação de contas e relatórios de impacto.
- Clipping e análise da repercussão na mídia.



PLANO DE DIVULGAÇÃO

Assessoria de Imprensa

- Envio de release e material de divulgação para os principais veículos de comunicação (jornais, revistas, rádios, sites e TVs), buscando a mídia espontânea para o festival.

Materiais gráficos e digitais

- Produção de banners, flyer virtual, convite virtual, programa virtual e material para manutenção das redes sociais do espetáculo.

Mídia:

- **Imprensa:** Anúncios em jornais da cidade
- **Internet:** Anúncios e impulsionamentos nas redes sociais do festival.



INVESTIMENTO

O projeto Festival DiCria tem valor total de investimento de R\$300.000,00 para realização de 6 meses projeto.



PLANO DE COTAS

O projeto Festival DiCria prevê um orçamento total de R\$ 300.000,00 dividido e flexibilizado no seguinte plano de cotas:

Cota 1 - Crédito de Apresenta
R\$ 100.000,00 a R\$ 300.000,00

Cota 2 - Crédito de Patrocínio
R\$ 50.000,00 a R\$ 99.000,00

Cota 3 - Crédito de Apoio Cultural
R\$ 20.000,00 a R\$ 49.000,00



CONTRAPARTIDAS

Cota Apresenta

- Inserção da logomarca da empresa com o crédito de apresentadora oficial do festival em todo o material de mídia previsto.

- Inserção da logomarca da empresa em todas as peças gráficas de divulgação.

- Divulgação do nome da empresa nos veículos de comunicação, através dos releases enviados pela assessoria de imprensa.

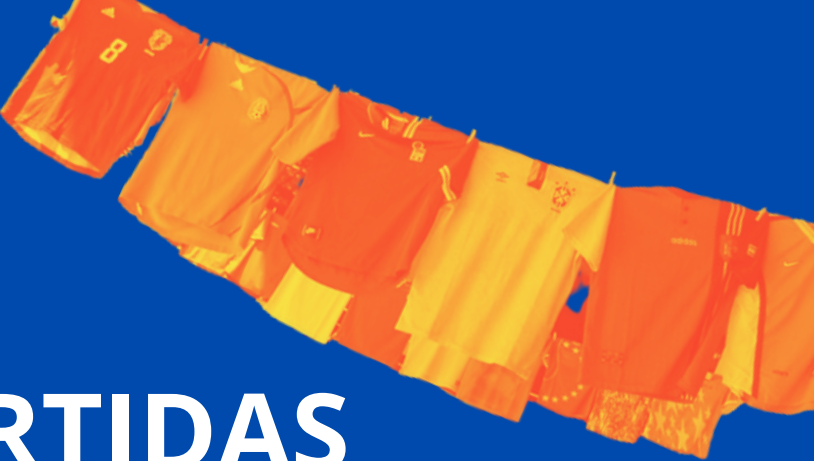
- Inserção da logomarca da empresa nas fachadas do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ), de acordo com as normas e disponibilidade do espaço.

- Inserção da logomarca da empresa no vídeo de abertura antes de cada apresentação musical, conforme infraestrutura do evento.

- Possibilidade de exibição de vídeo institucional da empresa antes de cada apresentação musical.

- Citação do nome da empresa em entrevistas para TV, rádio e jornal, sempre que possível.





CONTRAPARTIDAS

Cota de Patrocínio

- Inserção da logomarca da empresa com o crédito de patrocinador em todo o material de mídia previsto.

- Inserção da logomarca da empresa em todas as peças gráficas de divulgação.

- Inserção da logomarca da empresa nas fachadas do MAM-RJ, de acordo com as normas e disponibilidade do espaço.

- Inserção da logomarca da empresa no vídeo de abertura antes de cada apresentação musical, conforme infraestrutura do evento.

Cota de Apoio Cultural

- Inserção da logomarca da empresa com o crédito de apoiador cultural em todas as peças gráficas de divulgação.

- Inserção da logomarca da empresa nas fachadas do MAM-RJ, de acordo com as normas e disponibilidade do espaço.

- Inserção da logomarca da empresa no vídeo de abertura antes de cada apresentação musical, conforme infraestrutura do evento.

LEIS DE INCENTIVO

Lei Rouanet de Incentivo à Cultura

PRONAC: xxx

Valor disponível para captação: xxx

Lei do ICMS (RJ)

Protocolo: xxx

Valor disponível para captação: xxx

Lei do ISS (Rio de Janeiro)

Protocolo: xxx

Valor disponível para captação: xxx

CONTATO

Lorena Cardoso

Telefone: (21) 9 91310502

Email:

fale.com.lorenacardoso@gmail.com

