

ANEXO 1
FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO E HISTÓRICO DA ENTIDADE

1. IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE PROPONENTE:			
Trata-se de um Ponto ou Pontão de Cultura? (x) SIM () NÃO			
Se sim, qual o nome do Ponto ou Pontão de Cultura:			
Razão Social: Associação Experimental de Mídia Comunitária			
Nome Fantasia (caso exista): Bem TV - Educação e Comunicação			
CNPJ: 39.518.337/0001-20			
Endereço: Rua Dr. Cotrim da Silva		Número: 4	Complemento: 101
Bairro: Centro	Cidade: Niterói	UF: RJ	CEP: 24.020-330
Telefone (com DDD): 21 -3604-1500			
E-mail da entidade: bemtv@bemtv.org.br			
Página da internet (caso possua): www.bemtv.org.br			
Indique outras ferramentas de comunicação utilizadas: Instagram (https://www.instagram.com/bem.tv/) Facebook (https://www.facebook.com/bemtv.oficial/)			
2. DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL DA INSTITUIÇÃO			
Nome: Claudia Regina dos Santos Ribeiro			
Cargo: Presidente			
CPF: 916.150.207-30			
RG: 07324509-4			
Declare sua identidade de gênero: Sexo feminino			
Data de nascimento: 13 de fevereiro de 1967			
Endereço: Rua Gavião Peixoto		Número: 298	Complemento: 403
Bairro: Icaraí	Cidade: Niterói	UF: RJ	CEP: 24230-103
Telefone(s) (com DDD): 21-3604-1500			

3. DADOS SOBRE A ATUAÇÃO DA ENTIDADE:

3.1. Como e quando a entidade foi criada?

A Bem TV surge em Niterói, como um projeto, em 1990. Dois então estudantes de comunicação social começaram com uma câmera de vídeo emprestada, a desenvolver ações em parceria com o movimento de luta pela posse da terra urbana no município. A Bem TV registrava assembleias, manifestações e negociações com o governo. Em conjunto com os moradores das comunidades envolvidas, elaborava vídeos que depois eram exibidos ao ar livre, com telão e projetor. Em 1992 a Bem TV se institucionalizou, assumindo os jovens como público prioritário, já que eles eram sempre os primeiros a se aproximar da Bem TV nas comunidades. Hoje a organização tem como missão usar as linguagens de mídia para dar voz a adolescentes e jovens de classe popular. As atividades da organização incorporaram novas mídias além do vídeo, e a produção cultural se associa a ações de incidência política nos campos da cultura e da promoção dos direitos da juventude. Do projeto original, permanece o desejo de ter a comunicação a serviço da construção de uma sociedade mais solidária.

3.2. Quais são as principais atividades culturais que a entidade desenvolveu desde que foi criada?

Ao longo de sua existência, a Bem TV desenvolveu diferentes atividades culturais voltadas às populações das seguintes comunidades de Niterói: Igrejinha - 1990, Viradouro, 1991, 2012 e 2014; Morro do Cantagalo, 1992; Morro da Castro Alves 1994 a 1997; Lara Vilela, 1995; Morro do Preventório, 1998 a 2005; Jurujuba, 2004, 2005, 2016 e 2017; Grota do Surucucu, 2005 e 2006; Morro do Estado, 2006 a 2011, Itaipu 2016 e 2017.

Entre as atividades desenvolvidas pode-se citar:

- Produção de vídeos sobre a história e o cotidiano de comunidades populares e tradicionais (pescadores e indígenas), em Niterói.
- Exibições de audiovisuais ao ar livre, em espaços públicos em diversas comunidades e espaços de Niterói.
- Oficinas de formação nas áreas de vídeo, fotografia e desenvolvimento de aplicativos digitais para jovens de classe popular, nas comunidades citadas.
- Assessoria a grupos de jovens comunicadores, em algumas das comunidades citadas.
- Edição de jornais comunitários no Morro do Preventório, Jurujuba e Grota.
- Publicação de caderno de poesias e fotos de jovens moradores de Jurujuba e do Preventório.
- Levantamento e sistematização (na forma de vídeos e textos) da memória das comunidades do Viradouro, Morro do Preventório, Grota do Surucucu, Jurujuba, Morro do Estado e Morro da Castro Alves.
- Exposições fotográficas em 2003 (Olho Vivo - Assoc. de Moradores do Preventório), 2004 (Olho Vivo - Centro Cultural Pascoal Carlos Magno), 2005 (Vendo a Escola, Revendo a Educação - Centro Cultural Pascoal Carlos Magno), 2008 (Olho Vivo / 5 anos - Espaço Cultrua GLIA).
- Concurso de redação para jovens estudantes de escolas públicas da região de Jurujuba e Morro do Preventório.
- Desenvolvimento de aplicativos, com a participação de jovens, entre eles um com o mapa cultural da cidade de Niterói.
- Criação e manutenção de uma agência virtual de notícias. ("Niterói Comunidades")
- Manutenção de um cineclube no SESC Niterói, com sessões mensais (2007 a 2011).
- Realização de seminários sobre temas diversos relacionados à cultura e juventude.

3.3. Quais são as principais atividades culturais que a entidade está desenvolvendo atualmente?

- Oficinas de formação nas áreas de vídeo, fotografia e desenvolvimento de aplicativos digitais para jovens de classe popular, nas comunidades citadas.
- Assessoria a grupos de jovens comunicadores.
- Produção de vídeos.
- Exibição de filmes seguida de debate (cineclube), com sessões mensais na sede da Bem TV.
- Animação de uma rede de agentes culturais em parceria com coletivos e organizações do movimento negro, em Niterói
- Rodas Culturais (hip hop)
- Rodas de Côco, Jongo e samba de roda.

3.4. A entidade cultural atua na defesa dos direitos humanos e da cidadania? De que forma?

A Bem TV tem a promoção da cidadania de jovens de classe popular como seu objetivo fundamental. Nas oficinas que realiza (nas áreas de produção de vídeo, fotografia e aplicativos *mobile*), o aprendizado técnico é associado a atividades que envolvem os jovens participantes no levantamento e análise da memória e da situação de vida de suas comunidades. Com isso, ao mesmo tempo em que a Bem TV resgata a história das favelas de Niterói, estimula os jovens que vivem nesses territórios a usarem o conhecimento construído a serviço de sua coletividade. Toda oficina termina com a elaboração, pelos jovens, de um projeto que enfrente, na comunidade, algum problema identificado por eles como prioritário. A execução desse projeto - com recursos disponíveis localmente - é proposta em um seminário que reúne, em cada comunidade, os jovens e atores locais relevantes (igreja, escola, associação de moradores...). Atendendo a demanda reiterada pelos jovens nos últimos anos, a Bem TV criou um núcleo que busca identificar oportunidades no mundo do trabalho, para encaminhamento dos egressos das oficinas. Em 2016, também a partir de questões apontadas pelos jovens que participam das atividades da Bem TV, a organização lançou a "Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra". O objetivo dessa frente é pautar na cidade de Niterói o debate sobre o racismo e a discriminação racial, sempre a partir de ações culturais.

3.5. Em qual(is) bairro(s) ou território(s) a entidade costuma realizar suas ações e atividades? Qual a relação da instituição com a população que habita este local? Quais impactos (sociais, culturais, ambientais etc.) as ações e atividades da instituição causam neste local?

Em 2017 a Bem TV está realizando oficinas nos bairros de Jurujuba e em Itaipu, entretanto compreende suas ações como voltadas para o conjunto de adolescentes e jovens da cidade de Niterói. Na Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra, por exemplo, há jovens de todas as regiões da cidade, participando das atividades. Também o "Grupo de Jovens Comunicadores", hoje apoiado pela Bem TV, reúne jovens de toda a cidade.

O principal impacto das ações da Bem TV aparece na transformação das perspectivas de vida dos jovens que atende. Entre 2003 e 2017, a Bem TV já atendeu diretamente a aproximadamente 1.500 jovens, com idades entre 13 e 25 anos. Pesquisa de avaliação de resultados, realizada em 2015, aponta que 90% dos jovens que passaram pela Bem TV declara melhoria em suas relações familiares, e 60% declara melhora no rendimento escolar. A organização encaminhou 312 jovens para oportunidades de trabalho e renda. A partir das oficinas da Bem TV, já foram formados em Niterói, 6 grupos de "Jovens Comunicadores": o grupo "Olho Vivo" (2003/2008) produzia e expunha fotografias; e colabora na edição de um jornal comunitário no Morro do Preventório, o grupo "Nós na Fita" (2000-2011) produzia vídeos e exposições ao ar livre em vários bairros de Niterói, o grupo "Interação", produzia matérias para uma agência virtual de notícias, o grupo "Estado da Arte" mateve um cineclube no Morro do Estado (2011 e 2012), o grupo "Mar de História" produzia uma coluna sobre a história de Jurujuba e as fotografias de um jornal comunitário no mesmo bairro (2003-2005). Hoje em ação, o "Grupo de Jovens Comunicadores" produz e exhibe vídeos em

vários bairros e comunidades populares de Niterói.

O envolvimento dos jovens nesses grupos e atividades gera impacto positivo em suas vidas, promovendo a auto estima e os sentimentos de pertencimento em relação ao território onde vivem. Além disso, concretamente, tais grupos constituem espaços de aprendizado contínuo e de ampliação das redes sociais desses meninos e meninas, que tem suas perspectivas de vida efetivamente ampliadas. Numa perspectiva coletiva, a ação da Bem TV tem potencializado em muitos aspectos o movimento de juventudes de Niterói. De modo geral os jovens que participam das ações da Bem TV frequentam o "Fórum de Juventudes do Município". (Boa parte das reuniões do Fórum, inclusive, acontecem na Bem TV).

3.6. A instituição já foi selecionada em algum concurso ou edital? Já ganhou algum prêmio? Já foi beneficiada em algum programa de fomento/patrocínio?

(x) SIM () NÃO

Em caso afirmativo, preencha:

Nome do Concurso, Edital, Prêmio ou Programa	Ano
Fundo SAAP de Pequenos Financiamentos (edital)	1994
Programa Comunidade Solidária - Projeto Vem Te Ver na TV (edital)	1999
UNESCO - Projeto Um Olhar sobre a AIDS (edital)	2000
4a Mostra Videosaúde - Fundação Oswaldo Cruz - Menção Honrosa para o vídeo "Muito Prazer"	2000
Programa Comunidade Solidária - Projeto Vem Te Ver na TV (edital)	2001
BNDES - Programa "Educando com Arte" (edital)	2003
Instituto C&A - Projeto Olho Vivo (edital)	2003
Instituto C&A - Vendo a Escola, Revendo a Educação (edital)	2004
Petrobras Fome Zero - Projeto Olho Vivo (edital)	2005
Instituto Unibanco - Projeto Educomunicar (edital)	2005
Instituto C&A - Projeto Olho Vivo (edital)	2006
Prêmio FIES - Projeto Educomunicar (prêmio)	2006
Prêmio Itaú Unicef (vencedor nacional categoria médio porte) Projeto Olho Vivo (prêmio)	2007
Edital Revelando os Brasís (Oi Futuro) - Projeto Tela Interativa (edital)	2008
Prêmio Claro de Inovação - Projeto Central de Notícias da Escola (prêmio)	2009
Prêmio Cultura Viva - Semifinalista (prêmio)	2010
Prêmio NESST de negócio social - Bem TV produções (prêmio)	2010
Prêmio Cultura Viva - Semifinalista (prêmio)	2011
Edital Brazil Foundation 2011 - Projeto Olho Vivo (edital)	2012
Prêmio FIES - Projeto Olho Vivo (prêmio)	2013
Petróbras Comunidade -Projeto Olho Vivo (edital)	2013
Criança Esperança (edital)	2013
União Europeia - Edital para Atores Locais não Governamentais - Projeto Central Solidária de Oportunidades (edital)	2013
Revelando os Brasís - Oi Futuro - Projeto Olho Vivo (edital)	2014

Fundação Abrinq - Programa Nossas Crianças - Projeto Olho Vivo (edital)	2014																
Criança Esperança - Projeto Olho Vivo (edital)	2015																
União Europeia - Edital Direitos Humanos - Projeto Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra (edital)	2016																
<i>(Adicione tantos itens quanto forem necessários)</i>																	
<p>3.7. A proponente mantém atualmente alguma parceria ou relação de fomento/patrocínio com alguma instituição?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> SIM () NÃO</p> <p>Em caso afirmativo, qual(is)?</p> <p>União Europeia - Projeto Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra UNESCO (Criança Esperança) - Projeto Olho Vivo</p>																	
<p>3.8. Para ter acesso às atividades ou produtos desenvolvidos pela entidade, é cobrada alguma taxa ou valor?</p> <p>() SIM (x) NÃO</p> <p>Caso positivo, preencha:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Atividade ou produto</th> <th>Valor (R\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Atividade ou produto	Valor (R\$)														
Atividade ou produto	Valor (R\$)																
<i>(Adicione tantos itens quanto forem necessários)</i>																	
<p>3.9. Como a entidade se mantém financeiramente? Quais são as estratégias de sustentabilidade? A Bem TV desenvolve seus projetos em parceria com organizações públicas ou privadas, ou ainda com agências de cooperação internacional. Essas parcerias são estabelecidas a partir de editais públicos, em sua maioria. (Já houve casos de articulação direta com o financiador, mas apenas em duas ocasiões). Paralelamente a Bem TV atua como produtora de vídeos vocacionada para o movimento social, produzindo recursos que garantem hoje 30% dos gastos fixos de manutenção da instituição (aluguel, luz, telefone e equipe fixa).</p>																	
<p>3.10. Em quais das ações estruturantes da Política Nacional de Cultura Viva a entidade atua? <i>(marque tantas opções quanto forem necessárias)</i></p> <table> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> intercâmbio e residências artístico-culturais</td> <td><input type="checkbox"/> livro, leitura e literatura</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> cultura, comunicação e mídia livre</td> <td><input type="checkbox"/> memória e patrimônio cultural</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> cultura e educação</td> <td><input type="checkbox"/> cultura e meio ambiente</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> cultura e saúde</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> cultura e juventude</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> conhecimentos tradicionais</td> <td><input type="checkbox"/> cultura, infância e adolescência</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> cultura digital</td> <td><input type="checkbox"/> agente cultura viva</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> cultura e direitos humanos</td> <td><input type="checkbox"/> cultura circense</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> economia criativa e solidária</td> <td><input type="checkbox"/> Outra(s). Qual(is)? _____</td> </tr> </tbody> </table>		<input type="checkbox"/> intercâmbio e residências artístico-culturais	<input type="checkbox"/> livro, leitura e literatura	<input checked="" type="checkbox"/> cultura, comunicação e mídia livre	<input type="checkbox"/> memória e patrimônio cultural	<input checked="" type="checkbox"/> cultura e educação	<input type="checkbox"/> cultura e meio ambiente	<input type="checkbox"/> cultura e saúde	<input checked="" type="checkbox"/> cultura e juventude	<input type="checkbox"/> conhecimentos tradicionais	<input type="checkbox"/> cultura, infância e adolescência	<input checked="" type="checkbox"/> cultura digital	<input type="checkbox"/> agente cultura viva	<input checked="" type="checkbox"/> cultura e direitos humanos	<input type="checkbox"/> cultura circense	<input type="checkbox"/> economia criativa e solidária	<input type="checkbox"/> Outra(s). Qual(is)? _____
<input type="checkbox"/> intercâmbio e residências artístico-culturais	<input type="checkbox"/> livro, leitura e literatura																
<input checked="" type="checkbox"/> cultura, comunicação e mídia livre	<input type="checkbox"/> memória e patrimônio cultural																
<input checked="" type="checkbox"/> cultura e educação	<input type="checkbox"/> cultura e meio ambiente																
<input type="checkbox"/> cultura e saúde	<input checked="" type="checkbox"/> cultura e juventude																
<input type="checkbox"/> conhecimentos tradicionais	<input type="checkbox"/> cultura, infância e adolescência																
<input checked="" type="checkbox"/> cultura digital	<input type="checkbox"/> agente cultura viva																
<input checked="" type="checkbox"/> cultura e direitos humanos	<input type="checkbox"/> cultura circense																
<input type="checkbox"/> economia criativa e solidária	<input type="checkbox"/> Outra(s). Qual(is)? _____																

3.11. Qual o público beneficiado pelas ações?
(marque tantas opções quanto forem necessárias)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> artistas e grupos artísticos | <input type="checkbox"/> pessoas em situação de sofrimento psíquico |
| <input type="checkbox"/> comunidades e descendentes de imigrantes | <input type="checkbox"/> pessoas ou grupos vítimas de violência |
| <input checked="" type="checkbox"/> crianças, adolescentes | <input type="checkbox"/> pessoas em situação de rua |
| <input checked="" type="checkbox"/> jovens | <input type="checkbox"/> população sem teto |
| <input type="checkbox"/> idosos | <input type="checkbox"/> populações atingida por barragens |
| <input checked="" type="checkbox"/> mulheres | <input type="checkbox"/> populações de regiões fronteiriças |
| <input type="checkbox"/> grupos assentados de reforma agrária | <input type="checkbox"/> povos indígenas |
| <input type="checkbox"/> pessoas com deficiência | <input type="checkbox"/> quilombolas |
| <input type="checkbox"/> pessoas em privação de liberdade | <input type="checkbox"/> povos ciganos |
| <input checked="" type="checkbox"/> estudantes de instituições públicas de ensino (escolas, universidades, institutos, etc.) | |
| <input type="checkbox"/> mestres, praticantes, brincantes e grupos culturais populares, urbanos e rurais | |
| <input type="checkbox"/> população de lésbicas, gays, bissexuais e travestis – LGBT | |
| <input checked="" type="checkbox"/> povos e comunidades tradicionais de matriz africana | |
| <input type="checkbox"/> outros povos e comunidades tradicionais e minorias étnicas | |
| <input type="checkbox"/> Outro(s). Qual(is)? _____ | |

3.12. A entidade cultural estimula o diálogo intergeracional entre crianças, jovens, adultos e idosos? De que forma?

A Bem TV fomenta o protagonismo juvenil na produção de mídia. Na qualidade de repórteres de jornais, apresentadores de vídeo ou administradores de sites ou aplicativos, os jovens se relacionam com adultos dentro e fora de suas comunidades a partir de um lugar relevante, o que facilita que sejam enxergados como sujeitos de direitos que são. De outro lado, os jovens também se veem diante da necessidade de negociar seus pontos de vista com grupos e indivíduos de outras gerações, para que possam agenciar os conteúdos que produzem. Tais processos viabilizam o diálogo intergeracional com resultados bastante interessantes. No Preventório, por exemplo, foi montado (pela Bem TV), no prédio da Associação de Moradores, um pequeno escritório para os jovens do "Grupo Olho Vivo" (então atuante) editarem suas fotografias e o jornal da comunidade. No início, a "ordem" da diretoria era que os jovens só poderiam permanecer com a presença de um dos diretores no local, o que gerava problemas. O processo evoluiu a ponto de chegar o dia em que os jovens ganharam a chave do prédio. Recentemente os jovens da Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra vivenciaram processo semelhante, ao organizar uma Feira Cultural no Terminal Rodoviário João Goulart. O processo que começou difícil, com a administração do terminal desconfiando dos jovens, terminou com o pedido - por esta mesma administração - para a realização de um novo evento.

3.13. Quantas pessoas são beneficiadas pelas atividades realizadas pela entidade? Informe a quantidade de pessoas envolvidas, tanto diretamente quanto indiretamente.

Diretamente são envolvidos hoje 121 jovens (90 nas oficinas, 11 no grupo de Jovens Comunicadores e 20 na Frente Papa Goiaba de Promoção dos Direitos da Juventude Negra).

Considerando a família de cada jovem diretamente envolvido, podemos estimar um público indireto de cerca de 500 pessoas.

3.14. Quais são as estratégias de mobilização e articulação utilizadas pela entidade na relação com a comunidade e com o público-alvo de suas atividades?

Nas comunidades onde acontecem as oficinas, estas são divulgadas a partir de cartazes, faixas e caixas de som. A estratégia de divulgação depende do perfil de cada comunidade. Para identificar os meios mais adequados de divulgação a Bem TV visita atores de relevância local (igrejas, escolas, associação de moradores, etc.), apresentando o projeto e colhendo informações sobre o território. Iniciadas as oficinas, esses mesmos atores são convidados para uma reunião onde são pactuados mecanismos de monitoramento do processo formativo e seus resultados. Esses atores serão continuamente informados dos progressos do projeto e, ao final, serão convidados para uma reunião na qual os jovens apresentam o projeto por eles idealizado para a comunidade. Nesse encontro é proposta a pactuação da execução do que foi idealizado pelos jovens, a partir de recursos locais. Ao longo das oficinas esses atores também são acionados, nos momentos do levantamento; pelos jovens; da memória e do diagnóstico da situação de vida da comunidade. Dessa forma, nas comunidades onde ocorrem as oficinas, todo o processo é desenvolvido em diálogo permanente com as populações locais.

No que diz respeito ao grupo de Jovens Comunicadores, os envolvidos são egressos de oficinas da Bem TV. A mobilização do público alvo, nesse caso, se dá durante as oficinas, quando o grupo de Jovens Comunicadores é apresentado por seus próprios integrantes. Havendo interesse por parte de algum integrante das oficinas, sua inserção no grupo é automática. A Bem TV mantém um profissional com a função de animar o grupo e apoiar técnica e materialmente suas propostas de ação.

No Caso da Frente Papa Goiaba, o público alvo são jovens negros de todo o município de Niterói. A mobilização para o fortalecimento do grupo se dá a partir de sua incidência. Novos integrantes são mobilizados durante os eventos e oficinas promovidas pelo grupo.

3.15. Descreva a infraestrutura de que a entidade dispõe:

a) Estrutura física (Ex.: sala de aula, auditórios, teatros etc):

Casa alugada no Centro de Niterói com 7 cômodos (incluindo cozinha) e 3 banheiros. Os cômodos incluem uma sala de reuniões e biblioteca, uma sala de aula, duas salas ocupadas pela equipe técnica, uma sala ocupada com duas ilhas de edição. Além disso a Bem TV dispõe de uma sala cedida na sede do Instituto Rumo Náutico; em Jurujuba, e de duas salas na FENASE; em Itaipu, para a realização das oficinas do Projeto Olho Vivo.

b) Equipamentos (Ex.: câmeras fotográficas, filmadoras, microfones etc):

7 câmeras fotográficas DSLR, 1 câmera digital de vídeo profissional (Canon C-100), 2 tripés, 4 microfones de lapela (1 sem fio), 3 microfones cardioides com fio e 3 sem fio, 2 ilhas de edição (1 Apple final cut e 1 Adobe Premiere), 1 gravador digital de áudio profissional, 1 mixer, 2 projetores digitais de vídeo, 1 telão, 15 lap tops equipados com software para edição, 1 microfone direcional (boom), 1 monitor de vídeo digital, 5 desktops para serviço de escritório.

c) Recursos Humanos (Ex.: oficineiros, produtores etc):

2 jornalistas (especializados em produção audiovisual; que tanto atuam como produtores de vídeo como na condição de oficineiros), 1 profissional de mídias digitais (atua como designer gráfico e como oficineiro), 1 psicóloga, 1 administradora, 1 estagiária de comunicação e uma assistente técnica.

d) Serviços de Comunicação (Ex.: assessoria de imprensa, mobilização nas redes sociais, designer etc):

Mobilização de redes sociais, assessoria de imprensa e designer gráfico.

3.16. A entidade desenvolve estratégia para promoção de acessibilidade e inclusão às pessoas com deficiência de forma segura e autônoma nos espaços onde se realizem os eventos ou aos produtos oferecidos? Como?

Nos eventos que realiza a Bem TV tem o cuidado de eger locais com acessibilidade para pessoas com deficiência. Os vídeos produzidos são legendados para facilitar o acesso de pessoas com cegueira. Entretanto, é preciso reconhecer, não há ações que viabilizem o acesso de pessoas com cegueira (audiodescrição nos vídeos, por exemplo), ou adaptação nos sites da instituição.

3.17. Deseja fornecer alguma informação adicional sobre a entidade cultural e/ou seu histórico de atuação?

4. Caso a proposta seja classificada, deseja que a entidade cultural seja reconhecida como Ponto/Pontão de Cultura, nos termos da Lei nº 13.018/2014, regulamentada pela Instrução Normativa MinC nº 08, de 11 de maio de 2016.

Sim Não

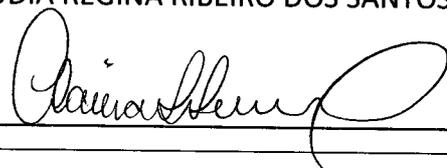
5. TERMO DE RESPONSABILIDADE

Estou ciente de que são de minha inteira responsabilidade as informações contidas no presente formulário e que, ao apresentá-lo, este deve ser acompanhado dos documentos obrigatórios, básicos e específicos descritos no Edital, sem os quais a análise e a tramitação ficarão prejudicadas. Comprometo-me ainda a fazer constar as logomarcas indicadas no Edital em todos os produtos, peças gráficas e de propaganda referentes à mídia e divulgação do projeto, de acordo com o que determina a Portaria MinC nº 219/1997.

Niterói, 14 de agosto de 2017

Nome do proponente: CLÁUDIA REGINA RIBEIRO DOS SANTOS

Assinatura do proponente:



ANEXO 2
PLANO DE TRABALHO

(este documento será considerado ANEXO I do Termo de Compromisso Cultural, caso a entidade seja selecionada)

1. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO E DO PROPONENTE
1.1. Entidade Cultural Proponente: Associação Experimental de Mídia Comunitária (Bem TV - Educação e Comunicação).
1.2. CNPJ da Entidade: 39.518.337/0001-20
1.3. Título do Projeto: Ponto Vivo
2. OBJETO
2.1 Definição do objeto do Termo de Compromisso Cultural - TCC: (Descrever o objeto de forma precisa e resumida, de modo que fique explícito o que será realizado, como será realizado e onde será realizado) Realização de uma oficina de mídias digitais voltada para 30 jovens moradores de comunidades populares de Niterói, que resulte na elaboração de um aplicativo <i>mobile</i> com informações sobre, pelo menos, 10 comunidades populares do município: sua história, localização, dados demográficos, galeria de imagens e pontos de interesse.
3. JUSTIFICATIVA
3.1. Descrever a relação entre a proposta apresentada e os objetivos e diretrizes da Política Nacional de Cultura Viva – PNCV (constantes na Lei Nº 13.018 – Anexo 13). A Bem TV atua há mais de 20 anos em Niterói, democratizando, através de atividades culturais sempre gratuitas, o acesso de diferentes grupos e indivíduos às tecnologias que lhes permitem registrar e contar suas histórias, numa clara confluência com os objetivos da Política Nacional de Cultura Viva (PNCV - artigo 2º da lei 13.018/2014, sobretudo as alíneas I, II e V). Entre 2003 e 2016, durante as oficinas de mídia do "Projeto Olho Vivo", voltadas a jovens de classe popular, foram levantadas a história e o diagnóstico de vida de 6 (seis) comunidades populares de Niterói. O trabalho de pesquisa foi sistematizado na forma de fotografias, relatos, vídeos, entre outras linguagens. Tais ações foram desenvolvidas com recursos próprios e, ainda que prevaleça na Bem TV a perspectiva da ampla disseminação de sua produção, passado o momento inicial de difusão; os materiais produzidos e as informações coletadas ficam guardados. Como não somos uma instituição pública, o acesso permanente ao acervo constituído (de fotos, vídeos, textos, histórias, etc.) é, em alguma medida, restrito, privando a população das comunidades pesquisadas dos possíveis efeitos positivos relacionados a uma maior visibilidade de tais informações. O projeto aqui apresentado materializa uma oportunidade de desdobramento dos processos que a Bem TV desenvolve, dando a eles um caráter público e, por conseguinte, maior consequência. De modo específico, será realizada uma oficina (de acesso livre e gratuito) na área de mídias digitais, reunindo 30 jovens de comunidades onde a Bem TV já atuou, e sobre as quais há material pesquisado. Com esses jovens será compartilhado o conhecimento técnico que lhes permita desenvolver, no âmbito da oficina, um aplicativo <i>mobile</i> com informações sobre as favelas da cidade: sua história, localização, imagens, vocações, etc. Também no âmbito do processo formativo, eles identificarão outras 4 comunidades que terão igualmente sua memória e situação de vida pesquisadas. Assim, o processo formativo contempla não apenas o aprendizado da tecnologia de desenvolvimento do

aplicativo, como também as técnicas de produção de conteúdo. Tal aplicativo será disponibilizado nas principais lojas virtuais, gratuitamente, para download.

O processo, executado como descrito, se alinha aos objetivos da Política Nacional de Cultura Viva (notadamente artigo 2º, alíneas I, VII, VIII e IX), uma vez que oferece espaço de expressão para grupos tradicionalmente excluídos dos processos de produção e fruição da "cultura formal e hegemônica", em Niterói. Na oficina proposta, representantes desses grupos poderão se apropriar de linguagens e tecnologias que ampliarão sua inserção no debate público sobre cultura e mesmo sobre a cidade. A proposta também vai ao encontro dos objetivos gerais que pautam o chamada pública 4/2017 que lhe dá origem: as ações idealizadas estimulam o desenvolvimento cultural do cidadão niteroiense (sobretudo os mais pobres), disponibilizando gratuitamente o acesso às ações e produtos resultantes do projeto.

Vale sublinhar ainda que o benefício individual proporcionado aos 30 jovens diretamente atendidos pela oficina proposta na ação, se soma a ganhos coletivos. A disseminação das informações sobre comunidades populares, via um aplicativo *mobile*, apresentará tais territórios sob uma perspectiva distinta daquela que costuma pautar a mídia tradicional, onde tais espaços são, em geral, o lócus da violência ou da tragédia (quando ocorrem desabamentos, deslizamentos, etc.). Espera-se, como resultado, contribuir para a integração desses territórios à cidade, reduzindo a discriminação que incide sobre suas populações (novamente alinhando-se aos objetivos desse edital e da PNCV). A população da cidade de Niterói também é beneficiada, uma vez que a memória de suas áreas de pobreza - até então invisibilizada - pode revelar aspectos da história que ajudem a compreender melhor as dinâmicas da cidade.

4. AÇÕES ESTRUTURANTES

4.1 Indicar em quais das ações estruturantes da Política Nacional de Cultura Viva o projeto atua:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> intercâmbio e residências artístico-culturais | <input type="checkbox"/> livro, leitura e literatura |
| <input checked="" type="checkbox"/> cultura, comunicação e mídia livre | <input checked="" type="checkbox"/> memória e patrimônio cultural |
| <input type="checkbox"/> cultura e educação | <input type="checkbox"/> cultura e meio ambiente |
| <input type="checkbox"/> cultura e saúde | <input checked="" type="checkbox"/> cultura e juventude |
| <input type="checkbox"/> conhecimentos tradicionais | <input type="checkbox"/> cultura, infância e adolescência |
| <input type="checkbox"/> cultura digital | <input type="checkbox"/> agente cultura viva |
| <input type="checkbox"/> cultura e direitos humanos | <input type="checkbox"/> cultura circense |
| <input type="checkbox"/> economia criativa e solidária | <input type="checkbox"/> Outras. Quais? _____ |

4.2 Indicar os tipos de atividades predominantes no projeto:

Preencher em ordem de prioridade (1, 2, 3, 4, 5, 6).

- | | | |
|---|---|-----------|
| <input checked="" type="checkbox"/> (2) Produção | <input checked="" type="checkbox"/> (4) Pesquisa | |
| <input checked="" type="checkbox"/> (3) Difusão | <input checked="" type="checkbox"/> (5) Preservação de bens culturais | |
| <input checked="" type="checkbox"/> (1) Formação | <input type="checkbox"/> () | Outro(s). |
| <input checked="" type="checkbox"/> (6) Intercâmbio | Qual(is)? _____ | |

4.3 Informar a(s) área(s) e/ou segmento(s) abrangido(s) pelas atividades a serem realizadas na execução do projeto.

ARTES CÊNICAS:

- circo
- dança
- mímica
- ópera

- teatro
- ações de capacitação e treinamento de pessoal
- AUDIOVISUAL:**
- produção cinematográfica ou videofonográfica de curta e média metragem
- produção radiofônica
- produção de obras seriadas
- formação e pesquisa audiovisual em geral
- infraestrutura técnica audiovisual
- difusão de acervo audiovisual, incluindo distribuição, promoção e exibição cinematográfica
- preservação ou restauração de acervo audiovisual
- rádios e TVs educativas não comerciais
- jogos eletrônicos
- projetos audiovisuais transmidiáticos, exceto os de produção e de difusão
- doações de acervos audiovisuais ou treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para manutenção de acervos audiovisuais de cinematecas
- construção e manutenção de salas de cinema ou centros comunitários congêneres em municípios com menos de cem mil habitantes
- MÚSICA:**
- música erudita
- música popular
- música instrumental
- doações de acervos musicais a museus, arquivos públicos e instituições congêneres
- ARTES VISUAIS E ARTES DIGITAIS E ELETRÔNICAS:**
- fotografia
- artes plásticas, incluindo artes gráficas, gravura, cartazes e filatelia
- exposições de artes
- design e moda
- doações de acervos de artes visuais a museus, arquivos públicos e instituições congêneres
- formação técnica e artística de profissionais
- projetos educativos orientados à fruição e produção de artes visuais
- projetos de fomento à cadeia produtiva das artes visuais
- PATRIMÔNIO CULTURAL:**
- doações de acervos em geral a museus, arquivos públicos e instituições congêneres
- preservação ou restauração de patrimônio material em geral
- preservação ou restauração de patrimônio museológico
- preservação ou restauração de acervos em geral
- preservação ou restauração de acervos museológicos

- preservação de patrimônio imaterial
- manutenção de salas de teatro ou centros comunitários congêneres em municípios com menos de cem mil habitantes
- manutenção de equipamentos culturais em geral
- treinamento de pessoal ou aquisição de equipamentos para manutenção de acervos de museus, arquivos públicos e instituições congêneres
- outras ações de capacitação
- HUMANIDADES:**
- acervos bibliográficos
- livros de valor artístico, literário ou humanístico, incluindo obras de referência
- periódicos e outras publicações
- evento literário
- eventos e ações de incentivo à leitura
- treinamento de pessoal ou aquisição de equipamentos para manutenção de acervos bibliográficos
- ações de formação e capacitação em geral

5. PÚBLICO

Selecionar o público beneficiário do projeto:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> artistas e grupos artísticos | <input type="checkbox"/> pessoas em situação de sofrimento psíquico |
| <input type="checkbox"/> comunidades e descendentes de imigrantes | <input type="checkbox"/> pessoas ou grupos vítimas de violência |
| <input checked="" type="checkbox"/> crianças, adolescentes | <input type="checkbox"/> pessoas em situação de rua |
| <input checked="" type="checkbox"/> jovens | <input type="checkbox"/> população sem teto |
| <input type="checkbox"/> idosos | <input type="checkbox"/> populações atingida por barragens |
| <input checked="" type="checkbox"/> mulheres | <input type="checkbox"/> populações de regiões fronteiriças |
| <input type="checkbox"/> grupos assentados de reforma agrária | <input type="checkbox"/> povos indígenas |
| <input type="checkbox"/> pessoas com deficiência | <input type="checkbox"/> quilombolas |
| <input type="checkbox"/> pessoas em privação de liberdade | <input type="checkbox"/> povos ciganos |
| <input checked="" type="checkbox"/> estudantes de instituições públicas de ensino (escolas, universidades, institutos, etc.) | |
| <input type="checkbox"/> mestres, praticantes, brincantes e grupos culturais populares, urbanos e rurais | |
| <input type="checkbox"/> população de lésbicas, gays, bissexuais e travestis – LGBT | |
| <input type="checkbox"/> povos e comunidades tradicionais de matriz africana | |
| <input type="checkbox"/> outros povos e comunidades tradicionais e minorias étnicas | |
| <input type="checkbox"/> Outro(s). Qual(is)? _____ | |

Informar quantas pessoas serão beneficiadas pelo projeto: _____

6. METAS A SEREM ALCANÇADAS

6.1. Definição das Metas a serem alcançadas e atividades a serem realizadas na proposta apresentada:

Descrever as metas quantitativas e mensuráveis a serem atingidas e as atividades a serem executadas, com indicação dos prazos de execução de cada meta e atividade, devendo estar claro, preciso e detalhado o que se pretende realizar ou obter.

META 01:	Capacitar 30 jovens de 15 a 24 anos na área de mídias digitais	PRAZO: 30/06/2018
Atividade 01	Divulgar a oficina em 6 comunidades populares de Niterói.	31/01/2018
Atividade 02	Inscrições nas oficinas	28/02/2018
Atividade 03	Realizar uma oficina de mídias digitais	31/07/2018
META 02:	Desenvolvimento de um aplicativo com informações sobre comunidades populares de Niterói.	PRAZO: 31/07/2018
Atividade 01	Análise e sistematização, pelos participantes da oficina, dos materiais registrados pela Bem TV, sobre a memória e diagnóstico da situação de vida de 6 comunidades populares de Niterói.	30/03/2018
Atividade 02	Pesquisa e sistematização, pelos participantes da oficina, da memória e diagnóstico da situação de vida de outras 4 comunidades populares de Niterói.	31/05/2018
Atividade 03	Desenvolvimento do código e da programação visual do aplicativo.	31/07/2018
Atividade 04	Testes e ajustes no aplicativo	31/08/2018
META 03:	Alcançar o número de pelo menos 1.000 downloads do aplicativo nas lojas virtuais.	PRAZO: 31/12/2018
Atividade 01	Disponibilização do aplicativo em lojas virtuais (gratuitamente).	01/09/2018
Atividade 02	Realização de eventos de lançamento do aplicativo nas 10 comunidades de Niterói, com exposição de fotos das comunidades apresentadas no aplicativo.	30/11/2018
Atividade 03	Lançamento do aplicativo para a população de Niterói de modo geral.	31/10/2018
Atividade 06	Divulgação do aplicativo na cidade de Niterói através da imprensa, redes sociais.	31/12/2018

6.2. Equipe envolvida

Descrever a equipe envolvida, indicando função nesse projeto, forma de contratação prevista, se haverá seleção, se serão remunerados ou voluntários, observando o disposto na IN/MinC nº 08/2016, e especialmente o seu art. 31. Se neste momento os profissionais já estiverem definidos, informar o nome dos mesmos associados às atividades que executarão e anexar seus currículos.

Função:	Oficineiro de Mídias Digitais (10 horas semanais por cinco meses)
Contratação por seleção?	() Sim (x) Não
Nome:	Lucas Carvalho Pereira
Condição de trabalho:	() Voluntário (x) Remunerado. Indique o valor: R\$9.659,85 (valor total, incluindo 5 meses de remuneração, encargos sociais e trabalhistas, INSS patronal, vale transporte e a rescisão ao final).
Forma de contratação:	Contratação de Trabalho Temporário
Função:	Monitor da oficina (20 horas semanais por cinco meses)
Contratação por seleção?	(x) Sim () Não
Nome:	
Condição de trabalho:	() Voluntário (x) Remunerado. Indique o valor: R\$4.168,00 (bruto, por mês, incluído vale transporte, seguro obrigatório e recesso remunerado proporcional).
Forma de contratação:	Estagiário de produção cultural (lei do estágio).
Função:	Coordenador (40 horas semanais)
Contratação por seleção?	() Sim (x) Não
Nome:	Daniela Nunes Araújo
Condição de trabalho:	(x) Voluntário () Remunerado. Indique o valor R\$ _____
Forma de contratação:	A coordenadora do projeto é a coordenadora de programas da Bem TV, contratada pela instituição em regime CLT, com recursos próprios da instituição.
Função:	Oficineiro de Reflexão e Debate (5 horas semanais por cinco meses)

Contratação por seleção?	() Sim (x) Não
Nome:	Luciano Paulino Simplício
Condição de trabalho:	(x) Voluntário () Remunerado. Indique o valor R\$ _____
Forma de contratação:	Contrato de voluntariado.

Função:	Produção Cultural (20 horas semanais)
Contratação por seleção?	() Sim (x) Não
Nome:	Thais Santos
Condição de trabalho:	() Voluntário (x) Remunerado. Indique o valor: R\$23.749,30 (incluindo 10 meses de remuneração, encargos sociais e trabalhistas, vale transporte e a rescisão ao final).
Forma de contratação:	Contrato temporário de trabalho

6.3. Acessibilidade

O conteúdo da oficina de mídias digitais será convertido - de maneira simplificada - em uma cartilha com duas versões: texto (facilitando o acesso de pessoas com surdez) e na forma de Podcast. Ambas versões em formato digital serão disponibilizadas via Internet, ampliando para pessoas com deficiência o acesso ao conteúdo em pauta no processo formativo. Além disso, o aplicativo previsto no projeto será desenvolvido de acordo com as normas do W3C (World Wide Web Consortium) para acessibilidade, prevendo recursos como a conversão de textos em áudio, e a possibilidade de aumento de letra para facilitar a fruição do produto por pessoas com deficiência visual ou dificuldade para enxergar.

Numa perspectiva de mais longo prazo, cabe salientar que a sede da Bem TV é adaptada para o acesso de cadeirantes, embora - devemos reconhecer - a rua em que está localizada em Niterói seja de difícil acesso para pessoas com dificuldade de locomoção.

6.4. Sustentabilidade

Descrever ações para promoção de sustentabilidade do projeto após o fim de sua vigência.

A Bem TV é a única organização de Niterói que atua ininterruptamente, ao longo dos últimos 20 anos, com formação e assessoria de jovens de classes populares para a produção e fruição cultural, com ênfase para os processos que envolvem tecnologias de informação e comunicação. Ao longo desse tempo viabilizamos o trabalho com recursos próprios da Bem TV, a partir dos recursos captados junto a parceiros públicos e privados, e também advindos de nossa atuação como produtora audiovisual. Do mesmo jeito que as ações aconteciam antes do apoio financeiro do município, continuarão ocorrendo após seu término. Espera-se apenas que a articulação em rede potencialize o trabalho já realizado. O presente edital materializa uma oportunidade de desdobrarmos os processos que sempre desenvolvemos, mas dando a eles um caráter público e, por conseguinte, maior consequência. As ações desenvolvidas estarão articuladas numa rede de múltiplos atores, e os materiais produzidos serão mais amplamente apropriados. Ganhamos em potência, na mesma medida em que, acreditamos, podemos fortalecer outras iniciativas, colocando à disposição da Rede Niteroiense de Pontos de Cultura a

produção,
os recursos e a expertise acumulada pela Bem TV ao longo das últimas duas décadas; inclusive na área de captação de recursos.

6.5. Parcerias:

Especificar se o projeto conta com parcerias:

() Sim (x) Não

Em caso afirmativo, preencher a tabela com as informações solicitadas:

Meta associada da proposta	Nome do Parceiro	Tipo de parceria (financeira/serviço)	Objeto da parceria	Valor / Serviço

6.6. Detalhamento dos produtos finais do projeto

- 30 jovens moradores de comunidades populares de Niterói capacitados a produzirem aplicativos mobile.
- 1 aplicativo mobile disponível gratuitamente nas principais lojas virtuais com informações sobre as favelas de Niterói.
- 1 exposição fotográfica itinerante, que será apresentada em 10 comunidades populares de Niterói, para lançamento do aplicativo *mobile* nesses territórios.
- 1 evento de lançamento do aplicativo *mobile*.

6.7. Detalhamento da metodologia de execução

- O processo se inicia com a visita, por parte da coordenação do projeto, a atores representativos das 6 comunidades onde a Bem TV já atuou e sobre as quais tem material de pesquisa levantado. (Ex.: associação de moradores no Preventório, colônia de pescadores em Jurujuba, etc.). Nesse encontro o projeto será apresentado e será pactuada uma forma de divulgação do mesmo na comunidade, de modo a selecionar 5 jovens que queiram se integrar ao processo; que inclui oficina de mídias digitais e desenvolvimento de aplicativo sobre a história de comunidades populares em Niterói.
- O processo é divulgado em cada comunidade, segundo a pactuação com lideranças locais. São abertas inscrições e realizada a seleção dos 5 jovens em cada uma das 6 comunidades parceiras. (Essas etapas podem variar em termos de metodologia, de uma comunidade para outra, a depender das especificidades de cada território, identificadas no diálogo com a liderança local).
- Selecionados os 30 jovens (5 em cada uma das 6 comunidades), a oficina de mídias digitais tem início. Serão 2 encontros por semana, cada um com três horas de duração, acatando a metodologia tradicionalmente adotada pela Bem TV em processos formativos. Dois desses encontros serão dedicados ao aprendizado técnico. Uma vez por semana os jovens se dedicam à "reflexão e debate", quando vão debater a proposta de projeto e forma como se apropriarão da mesma. São ainda nos encontros de reflexão e debate que os jovens vão conhecer e analisar os materiais reunidos pela Bem TV sobre a história e o cotidiano das comunidades onde eles moram. Por fim, no espaço desses encontros semanais os jovens vão escolher outras quatro comunidades que serão apresentadas no aplicativo a ser desenvolvido, levantando; da mesma maneira, dados sobre a história e a situação de vida das mesmas. Nas aulas técnicas, os jovens vão construindo o aplicativo; que constitui o produto

final da oficina. Ao longo do processo formativo dos jovens, os doisicineiros se reúnem semanalmente com a coordenação do projeto para avaliação e planejamento.

- Desenvolvido, testado (e corrigidos eventuais erros) o aplicativo deve ser divulgado para a população de Niterói. Será realizado um encontro com os jovens que participaram da oficina, membros das comunidades apresentadas pelo aplicativo; e outros convidados identificados com o objetivo da ação. O objetivo é elaborar um plano de divulgação (do aplicativo), prevendo - entre outras estratégias - eventos de lançamento do aplicativo nas 10 comunidades apresentadas pelo mesmo, e também um evento de lançamento para a cidade como um todo. O lançamento incluirá exposição com fotos das comunidades, exibição de vídeos, entre outras atividades.
- As atividades de divulgação do aplicativo perduram até o fim do projeto. Será instituído um comitê de acompanhamento dessas ações, constituído por dois membros da equipe da Bem TV, dois jovens egressos da oficina realizada e dois representantes das comunidades retratadas pelo aplicativo. Os representantes dos jovens serão escolhidos pelo conjunto de 30 participantes da oficina, ainda durante o processo formativo. Os representantes das comunidades serão indicados durante o encontro de planejamento da divulgação do aplicativo. A partir da realização desse encontro (logo após o fim da oficina), esse comitê se reunirá mensalmente para avaliar o andamento das ações.

6.8. Indicação do método de avaliação e de mensuração dos resultados esperados

Descrever detalhadamente os métodos de avaliação / mensuração dos resultados esperados para melhor execução do projeto e prestação de contas.

A Bem TV segue um protocolo de avaliação de processo e resultado, aplicado a todos os projetos desenvolvidos pela instituição:

- 1) Definição de indicadores de avaliação processual e de resultados.
- 2) Elaboração do marco zero do projeto, tendo por base os indicadores definidos.
- 3) Aferição mensal dos indicadores de avaliação processual, por técnicos do projeto.
- 4) Análise e discussão dos indicadores de processo aferidos em reuniões mensais de avaliação processual. No caso do projeto aqui proposto, essas reuniões de avaliação processual reunirão a equipe das oficinas e a coordenação do projeto, durante os 5 meses de oficina. Nos outros 7 meses do projeto, um comitê formado por representantes da Bem TV, pelos jovens capacitados e pelas comunidades apresentadas pelo aplicativo, participa das reuniões de avaliação processual.
- 5) Aferição de indicadores de resultado bimestralmente por técnicos da equipe do projeto.
- 6) Encontro de avaliação de resultados, com representantes de todos os segmentos envolvidos no projeto (jovens, equipe técnica, lideranças comunitárias, personalidades da cultura em Niterói). Nesse encontro serão analisados os indicadores de resultados aferidos).

Indicadores de avaliação processual (remete às atividades)

Atividade	Indicador de progresso	Meio de verificação
Divulgar a oficina em 6 comunidades populares de Niterói.	n° de comunidades onde a oficina foi divulgada	Relatórios de visita às comunidades.
Inscrições nas oficinas	n° de jovens inscritos na oficina. n° de comunidades com	Relação de jovens inscritos com identificação de suas comunidades de origem.

	jovens inscritos na oficina.		
Realizar uma oficina de mídias digitais	nº de aulas ministradas. Taxa de frequência às aulas.	Lista de presença nas aulas. Registro fotográfico.	
Análise e sistematização, pelos participantes da oficina, dos materiais registrados pela Bem TV, sobre a memória e diagnóstico da situação de vida de 6 comunidades populares de Niterói.	Grau de apropriação dos jovens com relação aos materiais já acumulados na Bem TV.	Depoimento dos jovens.	
Pesquisa e sistematização, pelos participantes da oficina, da memória e diagnóstico da situação de vida de outras 4 comunidades populares de Niterói.	nº de comunidades pesquisadas pelos jovens participantes das oficinas. Qualidade do material levantado pelos jovens.	Conteúdos produzidos pelos jovens.	
Desenvolvimento do código e da programação visual do aplicativo.	nº de códigos desenvolvidos	Relatório técnico. Arquivo PDF das telas do aplicativo.	
Testes e ajustes no aplicativo	nº de pessoas que testaram o aplicativo. nº de alterações realizadas.	Questionários de avaliação do aplicativo respondido pelos participantes da testagem. Relatório de alterações realizadas no aplicativo.	
Disponibilização do aplicativo em lojas virtuais (gratuitamente).	nº de lojas onde o aplicativo está disponível gratuitamente.	Printscreen da tela de celulares abertos em lojas de aplicativos <i>mobile</i> .	
Realização de eventos de lançamento do aplicativo nas 10 comunidades de Niterói.	nº de eventos realizados. nº de comunidades alcançadas pelos eventos. nº de pessoas presentes nos eventos.	Registro fotográfico. Relatório dos eventos.	
Lançamento do aplicativo para a população de Niterói de modo geral.	nº de eventos realizados. nº de pessoas presentes.	Registro fotográfico. Lista de presença.	
Divulgação do aplicativo na cidade de Niterói através da imprensa e redes sociais.	nº de matérias publicadas na imprensa. nº de posts publicados em redes sociais. nº de comentários e interações com os posts nas	Clipping Printscreen da tela do computador em redes sociais.	

	redes sociais..	Relatório de divulgação.
Indicadores de Resultado (remetem às metas)		
Meta	Indicador	Meios de verificação
Capacitar 30 jovens de 15 a 24 anos na área de mídias digitais	nº de jovens capacitados. Grau de apropriação, pelos jovens capacitados, dos conteúdos apresentados durante a oficina.	Lista de jovens capacitados. Depoimento dos jovens.
Desenvolvimento de um aplicativo com informações sobre comunidades populares de Niterói.	nº de aplicativos desenvolvidos. Qualidade do aplicativo desenvolvido.	url do aplicativo desenvolvido em lojas virtuais. Grupo focal com moradores de comunidades para avaliação do conteúdo do aplicativo.
Alcançar o número de pelo menos 1.000 downloads do aplicativo nas lojas virtuais.	nº de downloads do aplicativo.	Registro de número de downloads nas lojas virtuais.
7. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO E EXECUÇÃO FÍSICO-FINANCEIRA		
<p>O valor a ser transferido a cada entidade cultural selecionada será disponibilizado em parcela única, da seguinte forma:</p> <p>I - R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) a cada entidade selecionada como Ponto de Cultura</p> <p>Registrar e justificar todos os itens da planilha orçamentária (aquisições, locações e/ou contratações), objetivando subsidiar a análise e aprovação do Plano de Trabalho pelo ENTE PÚBLICO, devendo descrever todos os argumentos/motivos que indiquem a necessidade da contratação, locação e/ou aquisição, com suas descrições específicas, com precisão e clareza, bem como quais itens de despesa serão custeados com recursos do repasse e quais serão custeados com recursos da contrapartida, se houver.</p> <p>Observações:</p> <p>As despesas previstas neste item devem:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. estar coerentes com o Objeto e as Metas do Projeto; II. apresentar estimativa de valores a serem recolhidos para pagamento de encargos previdenciários e trabalhistas das pessoas envolvidas diretamente na consecução do objeto, durante o período de vigência proposto; III. apresentar valores a serem repassados, de acordo com a cotação de preço comprobatória dos custos de mercado, mediante cronograma de desembolso compatível com os gastos das Etapas vinculadas às metas previstas neste Plano de Trabalho; IV. ser registradas na planilhas abaixo descrita e conforme o Cronograma Físico-financeiro (Anexo 3). 		



PLANILHA ORÇAMENTÁRIA

Recursos do ente público e da contrapartida em bens e serviços, quando houver

ITEM (Especificação Técnica)	UNID. MEDIDA	QTDE.	VALOR UNITÁRI O (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	JUSTIFICATIVA PARA AQUISIÇÃO E/OU CONTRATAÇÃO	RECURSO DO ENTE PÚBLICO OU DA CONTRAPAR TIDA
RH - Oficineiro de mídias digitais	mês	5	1.931,97	9.659,85	Trata-se do profissional que irá ministrar as aulas sobre a técnica de desenvolvimento de aplicativos. O salário líquido mensal para uma carga horária semanal de 10 horas é de R\$1.200,00. Acrescido dos encargos sociais (INSS) e ajuda de custo de transporte (R\$62.40), chegamos a um valor bruto mensal de R\$1.366,75. Soma-se a isso, a cada mês, o INSS patronal (R\$260,87) e a provisão dos valores devidos na rescisão, após 5 meses: férias proporcionais, adicional de 1/3 de férias proporcional e 13o salário proporcional. Foi usada como referência os salários praticados pela Bem TV em projetos análogos.	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
RH - Oficineiro de Reflexão e Debate	mês	5	600,00	3000,00	Responsável por conduzir encontros semanais com os jovens participantes das oficinas, nos quais serão analisados os materiais já armazenados na Bem TV sobre a memória e situação de vida de 6 comunidades populares da cidade. Em acréscimo serão nesses encontros que os jovens definirão 4 novas	CONTRAPARTIDA

					comunidades para pesquisar e incluir no aplicativo. Para uma carga horária semanal de 5 horas, incluindo uma reunião semanal de avaliação planejamento, a Bem TV conta, para este projeto, com um profissional voluntário, contabilizando esse gasto em potencial como contrapartida da instituição. Foi usada como referência os salários praticados pela Bem TV em projetos análogos.	
RH - Coordenação	mês	12	6.300,00	75.600,00	A profissional será responsável pela gestão do projeto, incluindo a condução do planejamento e avaliação das ações. Será a coordenadora que visitará as comunidades para apresentar o projeto e mobilizar participantes para a oficina de mídias digitais. Auxiliada por uma produtora cultural conduzirá também as ações para lançamento do aplicativo produzido na cidade. Desempenhará esse papel a profissional integrante do quadro permanente da Bem TV, vinculada à instituição em regime CLT.	CONTRAPAR TIDA
RH - Produtor Cultural	mês	10	2.374,93	23.749,30	Com carga de 20 horas semanais a produtora cultural irá auxiliar a coordenadora em todas as ações de condução da oficina de mídias digitais, e de organização dos eventos e atividades de divulgação do aplicativo resultante da	RECURSO DO ENTE PÚBLICO

					mesma. Seu salário bruto mensal é de R\$1.500,00 (líquido de R\$1.380,00). O valor mensal aqui discriminado soma ao salário bruto o INSS patronal (R\$300), o vale transporte (R\$81,60) e a provisão dos encargos devidos no momento da rescisão trabalhista: férias proporcionais, adicional de 1/3 de férias proporcional e 13o salário proporcional. Foi usada como referência os salários praticados pela Bem TV em projetos análogos.	
RH- Monitor da oficina	mês	5	833,60	4.168,00	Trata-se de um estagiário de produção cultural ou comunicação social, que terá como função dar suporte aos oficinairos durante a oficina. Sua bolsa auxílio para uma carga horária de 20 horas semanais é de R\$600,00, acrescido de seguro de vida (R\$60,00), auxílio transporte (R\$171,60) e férias remuneradas proporcionais a serem pagas no ato da rescisão. Foi usada como referência os salários praticados pela Bem TV em projetos análogos.	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Espaço físico	mês	12	1.500,00	18.000,00	Valor estimado de aluguel do espaço físico que será destinado ao projeto na sede da Bem TV (Sala com 20 metros quadrados, sala com 9 metros quadrados e um banheiro). Foi usada como referência o valor do aluguel pago pela BemTV -	CONTRAPARTIDA

					hoje em R\$ 3700,00 considerando a proporção da casa que será usada para o projeto.	
Equipamentos - lap tops	unidade	15	1.500,00	22.500,00	Valor estimado dos lap tops que serão disponibilizados pela Bem TV para uso durante as oficinas de mídias digitais. Foi usado como referência o preço para lap tops análogos anunciados no "Mercado Livre" e "Lojas Americanas" on line, considerando a depreciação dos equipamentos, que já têm 3 anos.	CONTRAPARTIDA
Câmeras fotográficas DSLR	unidade	5	3000,00	15.000,00	Valor estimado das câmeras fotográficas que serão disponibilizadas pela Bem TV para uso durante as oficinas de mídias digitais. Foi usado como referência o preço para lap tops análogos anunciados no "Mercado Livre" e "Lojas Americanas" on line, considerando a depreciação dos equipamentos, que são usados.	CONTRAPARTIDA
Lanches para jovens	unidade	1800	5,00	9.000,00	Será oferecido lanche aos jovens nos encontros da oficina de mídias digitais. São 30 lanches (1 por jovem) x 3 vezes na semana x 4 semanas x 5 meses, totalizando 1.800 lanches, a R\$5,00 cada um. O preço considerado foi obtido junto ao mercado Garritano	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Camisetas	unidade	100	13,00	1.300,00	Serão confeccionadas 100 camisetas para distribuição aos jovens participantes da oficina. O custo é de	RECURSO DO ENTE PÚBLICO

					R\$13,00 a unidade da camiseta. O preço obtido é praticado pela T – Print.	
Telefonia/Internet	mês	5	650,00	3.250,00	Durante o desenvolvimento e a testagem do aplicativo pelos jovens, será necessário incrementar a conectividade na Bem TV. Além disso, com a realização das oficinas faz-se necessário um investimento em comunicação, para garantir um contato eficiente com os participantes do processo formativo. Assim foi prevista a cobertura dos gastos com telefonia (móvel) e internet, na sede da Bem TV, durante o período da oficina e da testagem do aplicativo. O custo estimado corresponde ao que paga hoje a Bem TV de conta de telefone/Internet.	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Impressão de flyer	unidade	2000	0,07	140,00	Material de divulgação da oficina a ser distribuído a jovens das comunidades que serão envolvidas no processo. O preço foi obtido através de orçamento online na gráfica Printi (www.printi.com.br)	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Impressão de cartilha	unidade	50	5,90	295,00	Material didático a ser distribuído aos participantes da oficina. Contribui para a sustentabilidade do processo, visto que findo o processo formativo os jovens terão um material de consulta para seguir experimentando as técnicas de desenvolvimento de	RECURSO DO ENTE PÚBLICO

					aplicativos. O orçamento utilizado foi obtido junto a Copy Grafy	
Transporte dos jovens para pesquisa nas comunidades	passagem	95	3,90	370,50	Depois de desenvolverem o aplicativo, os jovens vivenciarão a experiência de produzir conteúdo para alimentá-lo. Para isso definirão 4 comunidades populares de Niterói para pesquisa e coleta de imagens e informações. O recurso previsto de transporte serve para garantir o deslocamento dos jovens, de ônibus, até essas comunidades. Não necessariamente todos os jovens participarão de todos os deslocamentos, a todas as comunidades. A tendência é a divisão de tarefas. Foram estimadas 95 passagens de ônibus ao custo de agosto de 2017 (R\$3,90).	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Serviço de impressão de foto	unidade	50	9,90	495,00	Para o lançamento do aplicativo nas comunidades que ele apresenta, será realizada uma exposição fotográfica itinerante. Como são 10 comunidades retratadas, calcula-se 5 imagens de cada comunidade, resultando em 50 fotos ampliadas. O tamanho considerado para orçamento do custo foi o de 30 x 45 cm. A referência de preço foi obtida em orçamento on line na "Nice Photos" www.nicephotos.com.br/pr/ecos/	RECURSO DO ENTE PÚBLICO

Serviço de montagem de exposição.	de unidade	10	600,00	6.000,00	Envolve a contratação de empresa de produção de eventos, que se responsabilize por preparar as fotos para a exposição, acatando suporte a ser definido (moldura, base de poliestireno, etc). Esse mesmo prestador de serviço se encarregará de transportar a exposição e montá-la em cada comunidade por onde a mesma irá itinerar. A Bem TV cotou preço a empresa Provisório Permanente Produções Culturais.	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Impressão de banners	de unidade	4	80,58	322,32	Serão banners a serem utilizados na exposição itinerante que marca o lançamento do aplicativo desenvolvido no âmbito do projeto. São 4 banners de 120 x 90 cm, finalizados com tubo e cordão, apoiados em tripé ou prego na parede. O preço foi obtido através de orçamento on line na gráfica Printi (www.printi.com.br)	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
Serviço de impressão de folder	de unidade	1000	0,60	600,00	Folder a ser produzido para divulgação do aplicativo. O preço foi obtido através de orçamento on line na gráfica Printi (www.printi.com.br)	RECURSO DO ENTE PÚBLICO
8. PLANO BÁSICO DE DIVULGAÇÃO						

Peça de comunicação	qtde	Modo de distribuição	Público acessado	divulgação do apoio do ente público
Placa de acrílico na frente da Bem TV.		Fixada na fachada da instituição, anunciando sua condição de Ponto de Cultura e o apoio do Ente Público.	População de Niterói, de modo geral.	logomarcas da Prefeitura de Niterói, SMC/FAN, Rede Cultura Viva Niterói, Ministério da Cultura e Programa Cultura Viva de acordo com os padrões de identidade visual, fornecidos pelos correspondentes órgãos
Flyers de divulgação da oficina.	2000	Entrega nas comunidades quando da visita da coordenação do projeto para divulgação.	Jovens moradores de 6 comunidades populares de Niterói.	
Cartilha digital com o conteúdo da oficina	1	Disponibilização no site e no Facebook da Bem TV.	Pessoas com e sem deficiência moradores de Niterói de modo geral.	
Camiseta	100	Distribuição entre os jovens participantes da oficina de mídias digitais	Jovens diretamente envolvidos no projeto.	
Cartilha impressa com o conteúdo da oficina.	50	Entrega em mãos durante a oficina de mídias digitais.	Jovens participantes da oficina de mídias digitais	
Site Bem TV	1	Aplicação da logo do ente público no rol de apoiadores da instituição na abertura do site da Bem TV.	População brasileira de modo geral.	
Posts no Facebook da Bem TV	24	Posts anunciando primeiro a oficina, e depois o aplicativo. Publicações quinzenais no Facebook oficial da Bem TV.	População de Niterói de modo geral.	
Folder impresso sobre o aplicativo	1000	Distribuição durante os eventos de lançamento do aplicativo.	População de Niterói de modo geral.	
Banner para divulgação do aplicativo (para ser usado em eventos).	2	Fixação dos banners nos eventos de lançamento do aplicativo.	Moradores de 10 comunidades populares de Niterói.	
Convite digital para o evento de lançamento do aplicativo.	1	Envio para um mailing de 500 endereços.	Atores de relevância do campo da cultura em Niterói.	
Releases para imprensa	12	Envio para jornalistas, uma vez por mês, seguido de <i>follow-up</i> .	População de Niterói, de modo geral.	logomarcas da Prefeitura de Niterói, SMC/FAN, Rede Cultura Viva Niterói,

				Ministério da Cultura e Programa Cultura Viva no cabeçalho do release enviado, e apoio dos mesmos órgãos informado no texto.
Pod Cast com o conteúdo da oficina.	1	Disponibilização no site e no Facebook da Bem TV.	Pessoas com e sem deficiência moradores de Niterói de modo geral.	Apoio do Prefeitura de Niterói, SMC/FAN, Rede Cultura Viva Niterói, Ministério da Cultura e Programa Cultura Viva falado no início e fim do Podcast.
Vídeo com o lançamento do aplicativo nas comunidades publicado em redes sociais.	10	Disponibilização em redes sociais da Bem TV (Youtube e Facebook).	População de Niterói, de modo geral.	logomarcas da Prefeitura de Niterói, SMC/FAN, Rede Cultura Viva Niterói, Ministério da Cultura e Programa Cultura Viva aplicadas na abertura dos vídeos, de acordo com os padrões de identidade visual, fornecidos pelos correspondentes órgãos.

9. PRESTAÇÃO DE CONTAS

- I. A análise da prestação de contas relativa à execução deste Projeto levará em consideração o Relatório de Execução do Objeto, assinado pelo representante legal da Entidade Cultural e os documentos mencionados no inciso I do item 9 do TCC.
- II. No caso de previsão de mais de uma parcela, a análise da prestação de contas parcial pelo ente público deverá observar o descrito no art. 34, da IN/MinC nº 08/2016.
- III. O prazo para apresentação do Relatório de Execução do Objeto deste TCC pela entidade cultural é de 90 (noventa) dias após o fim da vigência, podendo ser prorrogado por até 30 (trinta) dias, mediante solicitação fundamentada da entidade cultural desde que devidamente justificado e aprovado pelo ente público.

10. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

-

Niterói, 12 de agosto de 2017

CLÁUDIA REGINA RIBEIRO DOS SANTOS

presidente

Associação Experimental de Mídia Comunitária

ANEXO 3 - CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO
(este documento será considerado ANEXO II do Termo de Compromisso Cultural,
caso a entidade seja selecionada)

PROJETO: Ponto Vivo

PROponente : Associação Experimental de Mídia Comunitária (Bem TV - Educação e Comunicação)

CNPJ: 39.518.337/0001-20

META	DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS	UNID. MEDIDA	VALOR UNITÁRIO (R\$)	QUANTIDADE	TOTAL (R\$)	Desembolso / Aplicação de recurso											
						1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
1	RH - Oficineiro	mês	1931,97	5	9.659,85	0,00	0,00	1931,97	1931,97	1931,97	1931,97	1931,97	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	RH - Monitor	mês	833,60	5	4.168,00	0,00	0,00	831,60	771,60	771,60	771,60	1021,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Lanches (para os jovens)	unidade	5,00	1800	9.000,00	0,00	0,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	2520,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	camisetas	unidade	13,00	100	1.300,00	0,00	0,00	1300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Telefonia / Internet	mês	650,00	6	3.900,00	0,00	0,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Impressão de flyers	unidade	0,07	2000	140,00	140,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Impressão de cartilhas	unidade	5,90	50	295,00	0,00	0,00	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	RH - Produtor cultural	mês	2374,93	5	11.874,65	0,00	0,00	2374,93	2374,93	2374,93	2374,93	2374,93	2374,93	0,00	0,00	0,00	0,00
	2	transporte dos jovens para pesquisa nas comunidades.	passagem	3,90	95	370,50	0,00	0,00	0,00	0,00	351,00	351,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3	RH - Produtor cultural	mês	2374,93	5	11.874,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	495,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	serviço de impressão de fotos	unidade	9,90	50	495,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	495,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	serviço de montagem de exposição itinerante	unidade	600,00	10	6.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4000,00	4000,00	0,00	0,00	0,00	
	impressão de banners	unidade	80,58	4	322,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	serviço de impressão de folderes	unidade	0,60	1000	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL DO PROJETO					59.999,97												

Niterói, 12 de agosto de 2017


Cláudia Regina Santos Ribeiro (Assoc. Experimental de Mídia Comunitária)

CLÁUDIA REGINA SANTOS RIBEIRO

Nome completo

PRESIDENTE

Cargo ocupado na entidade proponente