

## ANEXO I

### PLANO DE TRABALHO

Razão Social: ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

CNPJ: 08.117.759/0001-60

Endereço: CLN 208 Bloco D Sala 211

Cidade: Brasília

Bairro: Asa  
Norte

UF: DF

CEP: 70.330-520

Telefone Fixo (DDD): 61 3033-4541

E-mail da OSC: [hellen@revistatracos.com.br](mailto:hellen@revistatracos.com.br)

Site da OSC: [www.medium.com/revistatracos](http://www.medium.com/revistatracos)

Representante Legal (Dirigente): Hellen Cris de Carvalho Vaz

Cargo do Representante Legal: Presidente

CPF: 014.783.741-36

RG/Órgão Expedidor: 2473930 SSP/DF

Endereço do Representante Legal: Quadra 13 rua F,O Torre F1 apt. 24 Jardim Mangueiral São Sebastião – DF CEP: 71.699-725

Telefone Celular (DDD): 61 98525-1109

### ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA

Responsável pelo acompanhamento da parceria: Michelle Martins Cano

Função na parceria: Direção Geral

RG/Órgão Expedidor: 30620664x SSP/SP

CPF: 306.181.038-21

Telefone Fixo (DDD): 61 3553-7070

Telefone Celular (DDD): 61.98186-6084

E-mail do Responsável: [cp.michellecano@gmail.com](mailto:cp.michellecano@gmail.com) / [cprojetosadm@gmail.com](mailto:cprojetosadm@gmail.com)

### 1.1 DADOS DO PROJETO

Título do Projeto: REVISTA TRAÇOS

Valor do Global do Projeto: R\$ 1.687.065,85

Valor de Emendas: R\$ 1.060.000,00

Valor de LIC: R\$ 599.959,35

Valor de Venda da Revista R\$ 27.106,50

Local de realização: Edição Impressa e On Line

Período de Execução:

Início: 25/10/2021

Término: 24/08/2022

Enquadramento: Educacional ( )

Participativo ( X )

Auto Rendimento ( )

O projeto visa o envolvimento de diversos públicos:

- Leitores: cada edição tradicional da revista tem 3.000 exemplares. Considerando uma média de três leitores por unidade, espera-se atingir cerca de 9.000 leitores/mês nas edições oficiais. Ao final, cerca de 27 mil leitores. Isso sem contar o ambiente online, em fase de construção.
- Pessoas em situação de rua ou vulnerabilidade social/financeira: Porta-Vozes, para quem o projeto articula formação, capacitação, geração de renda, atendimento psicossocial e jurídico, por meio do trabalho em rede e uso dos serviços gratuitos oferecidos pelo governo local e federal.
- Setor produtivo turístico – artístico – cultural: a revista como vitrine para o setor produtivo do Distrito Federal, sendo o único veículo especializado e totalmente voltado para o segmento cultural na capital do país. A divulgação desses trabalhos impacta diretamente nos portfólios e nas possibilidades de circulação e fomento.

#### **PERFIL DO PÚBLICO**

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

### **1.2 HISTÓRICO DO PROPONENTE (Experiências na área, parcerias anteriores)**

A Associação Traços foi fundada em 2006, e nestes mais de 15 anos de existência, sempre objetivou a realização de atividades visando o bem-estar social, por meio de ações de educação e cultura. Passando por 2 momentos distintos de atuação: trabalhou como associação ligada à educação popular e instrumentalização da arte como ferramenta de emancipação de minorias e populações vulneráveis. A partir de 2016, com a alteração do nome, ampliou seu foco na atuação em projetos e ações resultantes do compromisso da entidade com a manutenção da Revista Traços, incluindo, em seu escopo, ações de ocupação da cidade. A Revista é produzida pela Associação Traços de Comunicação e Cultura, que desenvolve o projeto de inclusão social por meio de publicação, editoração da revista, bem como promove ações de cunho social, desenvolvimento de pesquisa, promoção a educação, seminários, cursos e atividades relacionadas à economia, turismo, gênero, cultura, saúde, política, biologia, religião, filosofia, psicologia e antropologia. O projeto Revista Traços é subsidiado através de financiamento público e privado, uma vez que a arrecadação gerada pela venda da revista não é suficiente para manter toda a estrutura imobiliária, custos administrativos e os recursos humanos empregados no processo desde a produção, execução e venda da revista, assim como o atendimento social e acompanhamento dos porta-vozes.

- Porta-vozes que deixaram as ruas e/ou seguem em moradias fixas, através de uso de recursos próprios: 188 porta-vozes;
- Passaram a custear a própria alimentação: 100% dos porta-vozes;
- Apresentaram melhoras nos cuidados com higiene e nas vestimentas para trabalho: 100% dos porta-vozes;
- Conquistaram um emprego formal ou informal: 213 porta-vozes;
- Passaram por tratamento contra a drogadição em comunidades terapêuticas: 68 porta-vozes.

A Revista Traços DF, conta com matérias sobre espaços culturais, intervenções e eventos das mais

diversas linguagens, somando mais de 1.600 artistas, espaços e iniciativas culturais, distribuídos em nossas 47 edições.

Em decorrência de sua missão, a Associação criou uma série de eventos intitulados EnconTraços, ações culturais como saraus, encontros, debates, seminários e pocket shows. Em março de 2017, em parceria com a Central de Produção, a Traços realizou seu primeiro evento musical, o Festival EnconTraços, comemorando 2 anos do projeto da Revista Traços. A Revista Traços também firmou parceria com o projeto “Quinta Cultural”, para levar Porta-Vozes e pequenas programações culturais, articuladas pela Associação.

Em 2017, a Associação passou a ser realizadora do CoMA – Convenção de Música e Arte firmando ao longo dos anos Termo de Fomento com a Secretaria de Estado do Turismo do Distrito Federal.

A Associação desenvolve ainda parcerias com diversos órgãos e instituições, públicas e privadas, para a realização de seus objetivos. Tais como: Ministério da Saúde, Secretaria de Estado de Segurança Pública do Distrito Federal, Secretaria de Estado do Trabalho, Desenvolvimento Social, Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos do Distrito Federal, Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal, Secretaria de Estado de Saúde do Distrito Federal e Centro de Atenção Psicossocial- CAPS, Casa da Mulher Brasileira, Escola de Meninos e Meninas do Parque da Cidade, Empresas Júnior da Universidade de Brasília - UNB, Ordem dos Advogados do Brasil - OAB, Cria Brasília – Liberty Mall, Cine Cultura do Liberty Mall, Centro Universitário de Brasília – CEUB, Centro Universitário IESB, União Pioneira de Integração Social – UPIS, Universidade Católica de Brasília, Associação Namastê, Sebinho, Ernesto Café, Associação dos Artesãos da Torre de TV, Abrasel, Sindhobar, Grupo Musical Adora Roda, Banca da Conceição 508 sul, Instituto Ipê, Casas de Recuperação, ONU – Organização das Nações Unidas, Souza Cruz e Bancorbrás.

Em 2021 a Revista Traços começou a circular pelas cidades de Niterói e Rio de Janeiro, com recursos oriundos da LIC/RJ potencializando o projeto editorial impresso voltado para a produção e difusão de conteúdos relacionados ao RJ. E que oferece conteúdo de qualidade e gera oportunidades na cadeia produtiva. Serão 09 edições lançadas mensalmente e contarão com 100 Porta-Vozes circulando por 60 pontos.

Portanto, considerando a vocação da Associação para realizar projetos de diferentes formatos e linguagens, assim como os princípios que norteiam suas ações, e o fomento ao protagonismo social, a Associação Traços propõe, desenvolver um projeto que tem um potencial nacional para dar continuidade em grande escala aos seus objetivos. A Associação Traços é responsável por toda gestão do projeto, com acompanhamento dos processos e empenhos de recursos junto a órgãos públicos, inclusive pela prestação de contas final.

### **REALIZAÇÕES DE DESTAQUE EM 2019:**

- Convênio com a Fundação Universidade de Brasília - Processo Nº 23106.060691/2019-36, objetivando a concessão de estágio aos alunos regularmente matriculados nos cursos de graduação da UnB;
- Acordo de Cooperação Técnica- Científica com a Fundação Oswaldo Cruz - Processo Nº 25027.100003/2019-93;
- LIC / DF - Termo de Compromisso - Processo Nº 0150-00010224/2018-34, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;
- Termo de Fomento (MROSC) N.º 14/2019 Processo Nº 00150-00003771/2019-44 Revista Traços, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;
- Termo de Fomento (MROSC) N.º 102/2019 Processo Nº 00150-00007808/2019-11 - Revista Traços, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;
- Termo de Fomento (MROSC) N.º 03/2019 Processo Nº 04009-00000650/2019-16 - CoMA - Convenção de Música e Arte - Festival, celebrado com a Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal;

## **REALIZAÇÕES DE DESTAQUE EM 2020:**

- Termo de Fomento (MROSC) N.º 10/2020 Processo Nº 04009-00001024/2020-72 - Conferência CoMA 20/21, celebrado com a Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal;
- Termo de Fomento (MROSC) N.º 29/2020 Processo Nº 00150-00004535/2020-89 - Revista Traços, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;
- LIC / DF - Termo de Compromisso - Processo Nº 00150-00007761/2019-88, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;
- Termo de Fomento (MROSC) N.º 70/2020 - Processo Nº 00150-00002897/2020-35 #BSB2060 – O FUTURO É AGORA, celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal;

## **REALIZAÇÕES DE DESTAQUE EM 2021:**

- Termo de Fomento (MROSC) N.º 3/2021 Processo Nº 00150-00000556/2021-14 - Revista Traços , celebrado com a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal.

## **2. DESCRIÇÃO DO PROJETO**

Apoio à produção, comercialização e distribuição da Revista Traços, em formato impresso e *on line*.

Temos em nossos agentes comercializadores pessoas em situação de rua e vulnerabilidade social/financeira. Visamos com essa iniciativa impactar positivamente a cadeia econômica e resgatar a cidadania desses agentes.

A Revista Traços contribui substancialmente com a economia criativa e o empreendedorismo ativo, nosso projeto visa o apoio da Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal por meio de uma plataforma que é a revista impressa e também *on line* conectar o DF aos leitores. Trata-se de um encontro de conhecimento e inteligência do setor produtivo do DF.

### **2.1 IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO**

Revista Traços, em formato impresso e *on line*.

### **2.2 JUSTIFICATIVA DO PROJETO**

De 2015 a junho de 2021 foram produzidas 47 edições da revista. E essa entrega a sociedade só foi possível graças ao trabalho em rede envolvendo a Associação Traços de Comunicação e Cultura, A Fora da Caixa Ltda, o Centro de Atenção Psicossocial (CAPS), o Centro de Referência Especializado de Assistência Social (Creas), o Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua (Centro Pop - Unidades Brasília e Taguatinga), o Consultório na Rua, entre outros. Os Porta-Vozes, a depender das necessidades apresentadas, individualmente, são encaminhados para a comunidade terapêutica, albergues, casas de passagem ou, ainda, defensoria pública para assistência jurídica integral e gratuita. Todos esses tratam-se de serviços e políticas públicas garantidos por lei, mas que, no entanto, nem sempre estão facilmente disponíveis para a população. Com esse processo, o projeto garante ao vendedor a oportunidade de obter trabalho e renda, superar a pobreza extrema, as condições limitantes que somam vulnerabilidades como “drogadição”, violência e falta de perspectivas pessoais. Tudo isso reafirma que, além de uma mídia especializada com credibilidade, a revista impacta na inclusão social.

A Revista Traços do DF e RJ são comercializadas em locais de grande circulação de pessoas – bares, restaurantes, quiosques, teatros, centros culturais, casas de shows – pelos Porta-Vozes (como chamamos

nossos vendedores), que podem ser facilmente identificados pelo uso de colete, boné e crachá. A revista é vendida a \$10,00. Deste valor, \$7,00 ficam com os Porta-Vozes e os \$3,00 restantes são usados na compra de um novo exemplar, mantendo, assim, o ciclo de geração de renda. Ao ingressar no projeto, o Porta-Voz recebe treinamento para as vendas e acompanhamento personalizado.

Propomos nessa etapa agregar valor ao que já produzimos, que é o turismo, uma atividade que envolve aspectos socioculturais. Existe uma tênue relação entre as áreas de cultura e turismo, vamos fortalecer essa parceria de atuação e ações integradoras.

Nosso projeto se apresenta com base na Lei nº 4.883, de 11 de julho de 2012, que dispõe sobre a política de turismo do Distrito Federal, que diz:

*I – sustentabilidade, buscada por meio da promoção de equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente;*

*II – desenvolvimento socioeconômico, gerando efeitos positivos sobre a qualidade de vida da população da RIDE;*

*III – mobilização, por meio da articulação de atores locais e da sociedade civil organizada no processo de desenvolvimento econômico do Distrito Federal;*

*IV – visão sistêmica, voltada a propiciar a valorização do turismo num ambiente multidisciplinar, caracterizado pela confluência dos inúmeros campos de conhecimento que o influenciam;*

*V – estabelecimento de parcerias entre os setores público e privado, para uma gestão compartilhada do turismo na RIDE;*

*VI – valorização do patrimônio natural e cultural, com enfoque na vocação de Brasília para o turismo cultural, cívico e arquitetônico;*

*VII – uso sustentável dos atrativos e dos recursos naturais;*

*VIII – inclusão social, com a ampliação do acesso ao turismo e da geração de emprego e renda oriundos da atividade turística;*

*IX – tolerância, respeito e compreensão mútua, promovendo o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade, orientação sexual e quaisquer outras formas de discriminação;*

*X – competitividade, por meio de diversificação e especialização da oferta disponibilizada, de modo a atender à segmentação da demanda estabelecida no mercado turístico, e por meio da qualidade dos produtos;*

*XI – especialização profissional, por meio do estímulo às atividades científicas e acadêmicas voltadas para o turismo, bem como da valorização e da empregabilidade dos segmentos profissionais envolvidos na atividade turística;*

*XII – qualidade, por meio do estímulo a padrões de excelência na qualidade dos produtos e serviços oferecidos e dos profissionais envolvidos na atividade turística, bem como por meio do combate à informalidade e do estabelecimento de critérios de fiscalização e de certificação de produtos e serviços;*

*XIII – integração, atuando em regime de cooperação com os órgãos, as entidades de classe e as associações representativas voltadas à atividade turística.*

Em nossos conteúdos propomos diversos processos dentro de inúmeras áreas que podemos utilizar

políticas integradas, que trabalhem a cultura dentro de uma visão para o turismo, e assim trabalhar o turismo dentro de uma visão de cultura, utilizando essa mesma lógica como elemento do produto turístico ofertado pelo destino. E para essa sistemática funcionar, é primordial que as diretrizes que nos baseamos promovam não só o destino, mas a cultura dentro de toda a sua abrangência.

Trazemos à baila a definição da UNESCO (1982), que afirma: “...conjunto de características espirituais e materiais, intelectuais e emocionais que definem um grupo social - engloba modos de vida, os direitos fundamentais da pessoa, sistemas de valores, tradições e crenças. Desta maneira pode-se trabalhar a cultura e o turismo de uma maneira ampla, possibilitando uma gama de ações integradas na conformação do produto turístico de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável, utilizando a cultura dentro da atividade turística como principal atrativo ou como um atrativo complementar, bem como utilizando o turismo como forma de preservação dos aspectos culturais de uma destinação...”.

De forma que estabeleceremos por meio do conteúdo da revista e sua entrega social uma relação entre o turista e a comunidade.

De forma que as culturas escritas (indústria editorial e publicações periódicas), audiovisuais (cinema, televisão, vídeo), sonoras (rádio, música gravada e ao vivo), as artes cênicas (teatro, ópera, balé, concertos, festivais e festas populares) e visuais (pintura, escultura, artes gráficas, artes têxteis, artes fotográficas etc.) são exemplos de cadeias produtivas no setor da cultura.

Partimos inicialmente da identidade cultural do DF, que tem uma história, uma tradição, seu povo, seus costumes, sua idealização e em se falando de Distrito Federal tem capilaridade inovadora no setor turístico e que a cada dia vem mostrando seu potencial como uma capital turística, criativa, solidária, social, sustentável, acessível e economicamente grandiosa.

A ideia aqui é pensar não em algo pronto, concreto e estático, mas sim como um fenômeno intangível que caracteriza o nosso objeto e nesse contexto, Pelegrini Filho (2000 p.92) afirma: a cultura inclui desde a arquitetura, as expressões artísticas, e manifestações populares, até os sentimentos coletivos de uma determinada comunidade em relação ao seu território (urbano e natural).

Com isso, o turismo aparece não só como instrumento de contemplação de uma determinada cultura, mas sim de vivência intensa com o destino. Todo turista quer a experiência, e de que forma despertar o interesse?

Primeiro temos em mente que é necessário potencializar os turistas, sem que não sejamos mais um destino frente aos destinos concorrentes, como destino devemos gerar impacto econômico positivo em troca da satisfação do que oferecemos, devemos criar caminhos para nos destacar como destino, assim como influenciar e personalizar o que já existe, partindo dessas básicas premissas é que enxergamos na Revista Traços um caminho, um meio de também se chegar nesse potencial turista para o DF.

Vamos despertar nos leitores a vontade de sair de casa e conhecer o DF, atendendo as necessidades de lazer, cultura, entre outros. E assim aquecer de forma promissora e transversal o turismo doméstico, nacional e internacional.

É normal que o perfil do turista seja curioso e explorador, mas é preciso considerar que turistas nem sempre são totalmente parecidos. Uma parte deles já são inseridos na geração Y que são nascidos entre os anos 80 e meados da década de 90, e esses em sua maioria querem sempre conhecer lugares novos e usam a tecnologia para dar sua opinião, de forma que aqui agregamos nossa edição *on line*, a ser disponibilizada no site. Essa geração é mais flexível e gostam de colaborar, em co-criar, assim como compartilhar fotos, vídeos, histórias e opiniões sobre suas experiências nas redes sociais. E com esse olhar da economia colaborativa e alternativa que nos enxergamos nesse contexto do turismo.

A Revista Traços traz a experiência, enriquece a bagagem cultural e conta novas histórias para que essas sejam despertadas nos leitores para o destino.

Mudamos nosso *mindset* para que possamos cada vez mais atingir mais leitores, criar novas plateias e

assim disseminar nosso território e abrangência.

Trazemos histórias envolventes que causam conexão entre o leitor e o destino, e ao conhecermos bem o mercado de atuação, temos quase tudo que precisamos, e como Organização da Sociedade Civil estamos incansavelmente nos renovando e recriando, apresentando novos conceitos, incluindo nossos conceitos nas políticas públicas existentes, desenvolvendo, elaborando, estudando profundamente nosso público alvo para que a cada edição possamos entregar produtos e serviços relevantes e “inesquecíveis”, como esperam, assim como nos colocando como articuladores e fazedores do setor produtivo da capital do Brasil.

É aqui, na vontade que surge após ter acesso a nossa revista, que o leitor deixa de ser leitor para se tornar um turista, aqui dá aquele estalo e que se desperta para o querer experimentar, viver, conhecer aquele atrativo ou produto turístico. É aqui que identificamos a cultura que é caracterizada como destino turístico. Percebe-se que nem sempre a cultura é a única motivação de um turista, envolve diversos fatores que são atribuídas as tipologias da segmentação turística.

Desse modo, o turismo de forma geral está interligado às produções, é de fato impossível pensarmos na atividade turística desvinculada da cultura. Nossa reflexão se baseia no foco da influência da cultura em todo o processo do turismo.

E citando a segmentação turística, o Turismo Cultural, é o que evidencia a atividade turística com a cultura. Neste caso, a busca pelos traços culturais de um destino turístico é enfatizada pelo próprio turista. Lucas (2003, p.01) coloca: Seja chamado de turismo cultural, turismo de patrimônio ou turismo de patrimônio cultural, o fenômeno de viajantes em busca de encontros excitantes e educativos com as pessoas, as tradições, a história e a arte dos povos.

Já se trata de uma tendência nos mercados, e promover o destino Brasília na Revista Traços é viabilizar, dar a conhecer, estimular o leitor a desbravar, conhecer, experimentar Brasília. É uma maneira de atrair mais visitantes de outras nações, assim como satisfazer a crescente demanda do turismo doméstico por descobrir nossas próprias raízes e identidades.

O turismo e a cultura têm papel essencial no desenvolvimento sustentável do destino, considerando o potencial de oferta de Brasília e por mais esse motivo que concebemos essa etapa da Revista Traços na Secretaria de Turismo do DF, partindo assim de conceitos comuns, estabelecendo prioridades de ações conjuntas e convergentes para um todo abrangente e estruturado.

Essa união visa ressaltar a importância dos dois setores na formação de destinações preocupadas com a preservação de sua memória e no reconhecimento da diversidade cultural. A relação de troca entre as comunidades receptoras e turistas vêm em busca do direito às diferenças, da educação, do conhecimento e do lúdico. Através do turismo pode-se vivenciar e respeitar essas diferenças. As políticas culturais e turísticas estariam, portanto, desempenhando um papel social e econômico relevante, agindo dentro de uma dinâmica cultural espontânea e articulada, permitindo uma pluralidade cultural e tornando esses aspectos culturais um diferencial para a atividade turística.

**O projeto vem com a proposta de destacar Brasília como destino, com foco na promoção e divulgação, fortalecendo o processo de retomada das atividades.**

**A expectativa é positiva. É nesse espaço que o DF será mostrado em seu potencial turístico e inovador para os mais diversos leitores. Vamos apresentar a Brasília com um novo olhar, seja com conteúdo especiais, entrevistas, e etc.**

**A Secretaria de Turismo em parceria conosco poderá elencar pontos estratégicos e até mesmo sugestão de pautas a serem apreciadas pelos editores da Revista. Entre eles, os segmentos de turismo cívico, rural, náutico, gastronômico e arquitetônico como elementos a caracterizar uma cidade pronta para receber turistas de todo o mundo e durante o ano inteiro.**

Parece simples e óbvia a relação entre a motivação dos turistas para visitar um local e os estímulos provocados. Aliás, isso também é evidente em várias pesquisas de demanda turística que procuram saber o que motiva a visita ou como o turista tem despertado o interesse em visitar um determinado destino. Esta

relação entre já é uma realidade desenvolvida de maneira estratégica, bem-sucedida e mensurada em vários outros destinos.

É notório o conhecimento de que Brasília tem diversidade étnica, atributos culturais e inegável criatividade; variedade de locações, clima favorável, ambiente pacífico, livre de catástrofes naturais e de ações terroristas. Essa é uma combinação promissora, que deve assumir um papel de destaque como ferramenta de desenvolvimento da cadeia produtiva local. O setor pode ser responsável por resultados positivos para o futuro e o presente de uma comunidade, gerando empregos e oportunidades, renda e divisas, além de impulsionar a economia criativa, a cultura, o turismo e o empreendedorismo.

### 2.3 CONTEXTO DA REALIDADE A SER CONTEMPLADA

A pandemia ocasionada pela transmissão do Coronavírus impactou duramente o setor turístico, juntamente com o setor artístico - cultural, e sendo esse um dos mais afetados no Brasil, com a retomada gradual das atividades do setor turístico.

O turismo por si só movimentava 52 setores da economia, ou seja, promover o turismo é investir no destino, e aqui no projeto em tela, é investir na capital do Brasil de forma direta.

No total, em mais de 18 meses de pandemia, foram fechados mais de 1 milhão de postos de trabalho formais nos setores ligados ao turismo, representando quase 40% dos empregos, correspondendo ao acúmulo de perdas de \$65 bilhões. As perspectivas de perdas econômicas, segundo a FGV – Fundação Getúlio Vargas, em comparação ao PIB do setor em 2019, totalizaram R\$ 116,7 bilhões no biênio 2020-2021, o que representa perda de 21,5% na produção total do período, sendo necessário que o turismo cresça em média 16,95% ao ano em 2022 e 2023 para que haja a compensação das perdas sofridas. Ainda que o prejuízo com a pandemia traga números alarmantes, o Turismo Interno - Doméstico, vem liderando a reação do setor, como muitos especialistas já indicavam. Manoel Linhares, presidente nacional da ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis declarou que: "A ocupação média está em 20% da capacidade total. O hoteleiro precisa de 50% de ocupação para pagar os custos, então ele teve que diminuir gastos, dispensar funcionário". Estes dados não devem ser encarados como um balde de água fria e sim como números reais que devem ser analisados e transformados em organização e planejamento específicos, para que cada empresa, negócio e pessoa atuante no setor se recupere e volte a gerar números positivos a médio prazo.

A Secretária de Turismo do Distrito Federal, Vanessa Mendonça, destacou que, apesar das dificuldades advindas da pandemia, a volta da economia local ajudou no retorno das atividades do setor. "O turismo tem uma força e potência que, no primeiro movimento de retomada gradual, é o primeiro setor que sai na frente", ressaltou a representante da pasta.

Uma das medidas que a pasta adotou para impulsionar a retomada do turismo na capital foi o cuidado com as RAs. Vanessa explica que foi feito um projeto integrado da secretaria com os administradores para ampliação das rotas turísticas nas regiões, por meio do programa Turismo em Ação. "Visitamos os empreendimentos do setor de turismo, que são dos mais variados. Muitas vezes é um pesque-e-pague que tem um potencial para se transformar em hospedagem. Vamos até lá, com a equipe, qualificamos o artesão dali, entregamos a carteira do artesanato, e lançamos, por exemplo, Brazlândia na rota do turismo, assim como Ceilândia, Guará e Gama", explica.

Após os estudos em cada RA, a equipe da pasta relaciona os pontos com os mais variados segmentos. "Então nós temos o turismo religioso, o agroturismo, o turismo de contemplação, o gastronômico que é essencial e é uma realidade em todas elas", diz. Com a iniciativa, é possível encontrar novos locais turísticos na capital. "Após um trabalho com todas essas [RAs], olhamos para Riacho Fundo, ou Planaltina, por exemplo, com um novo olhar. Eu costumo usar muito essa frase, porque é um novo olhar do turismo. A cidade não mudou, mudou nosso olhar, nosso carinho, atuação", garante.

De tal forma, concluímos que os dados apresentados são de extrema relevância na realização e execução da **REVISTA TRAÇOS**.

Resta-se clara a importância da parceria entre a **REVISTA TRAÇOS**, e a Secretaria de Estado do



Turismo do Distrito Federal, com a formalização do Termo de Fomento a ser firmado pretende-se garantir a melhoria na contratação dos serviços necessários para a sua plena execução, assim como a participação da Secretaria de Estado do Turismo do Distrito Federal.

## 2.4 ORIGEM DO ORÇAMENTO PARA A DESPESA

<b>FONTE/ORIGEM</b>	<b>DESPESA</b>
Emenda Parlamentar	R\$ 1.060.000,00
LIC	R\$ 599.959,35
Venda da Revista	R\$ 27.106,50
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>R\$ 1.687.065,85</b>

## 2.5 OBJETIVOS

### OBJETIVO GERAL:

Produzir e distribuir edições da Revista Traços, envolvendo pessoas em situação de rua e/ou extrema vulnerabilidade financeira na comercialização. Esse objetivo envolve o exercício de inovação em processos; valorização da identidade local; estudo e aplicação de novos modelos de negócios; geração de conteúdo de qualidade; formação de público, apoio à circulação e distribuição de bens e serviços criativos; valorização do turismo do Distrito Federal.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fortalecer setores do trade turístico;
- Gerar empregos;
- Promover a comercialização do destino Brasília, ressaltando o potencial existente;

## 2.6 METAS

### 2.6.1 METAS QUANTITATIVAS

### 2.6.2 METAS QUALITATIVAS

#### Meta 1 – (Pré-produção) Planejamento e execução das atividades de pré – produção

Etapa 1 – Planejamento e Execução

\*Serviços Administrativos / Financeiros / Executivos

\*Plano de Comunicação

#### Meta 2 – (Produção) Contratação

Etapa 1 – Serviço de Contratação e execução das atividades

\* Aplicação e uso da plataforma

#### Meta 3 – (Pós-Produção) Monitoramento Relatório Final

Etapa 1 - Levantamento de notas fiscais, contratos, fotos, registros, clippagem para elaboração de relatório final de prestação de contas e monitoramento.

## 2.7 INDICADORES DE MONITORAMENTO

<b>METAS</b>	<b>INDICADORES DE MONITORAMENTO</b>	<b>MEIOS DE VERIFICAÇÃO</b>
<b>META 1</b> Planejamento e execução das atividades de pré-produção	- Planejamento das atividades; - Desenvolvimento das atividades; - Aplicação da arte no material (Site, mídias sociais) - Monitoramento das atividades.	- Reuniões de alinhamento.
<b>META 2</b> Contratação e execução das atividades	- Tiragem / Publicação;	- Registros fotográficos; - Material produzido; - Visibilidade na mídia por meio de clipping; - Resultados.
<b>META 3</b> Monitoramento, Pesquisa e Relatório final	- Prestação de contas	- Confecção de relatórios; - Prestação de contas final.

## 2.8 FORMA DE EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES OU PROJETOS E DE CUMPRIMENTO DAS METAS A ELAS ATRELADAS

### 1) Direção e execução e acompanhamento

Definição estratégica; operacionaliza e organiza as demandas e prazos; administrar contratação, pagamentos, relatórios e prestação de contas; monitorar o desempenho de cada porta voz e abrir novas possibilidades de trabalhos para esses porta-vozes para além da venda da revista; mapear, organizar e firmar parcerias para os novos pontos de venda da revista, manter e acompanhar as parcerias já firmadas; orientar as melhores metodologias para a realização da abordagem e venda da Revista Traços

Profissionais envolvidos: Direção Geral; Direção Executiva; Direção de Redação; Direção Institucional; Coordenação Social; Coordenação administrativa e financeira; Gerente de Recursos Humanos; Gerente administrativa e financeira; Assistente de produção (financeiro); Supervisor de pessoal e de vendas; Assessoria contábil; Assessoria Jurídica;

### 2) Edição, Diagramação, impressão e Distribuição

Reuniões de Pauta para as edições da Revista; Trabalho de campo – entrevistas, pesquisa e fotografias para as edições da revista; Edição, Diagramação e Ilustração das edições; encaminhar para a Impressão e acompanhar a distribuição.

Profissionais envolvidos: Direção Geral; Direção Executiva; Direção de Redação; Direção Institucional; Coordenação Social; Supervisores de venda e de Pessoal; Assistente de produção; Coordenação de Comunicação; Editor-chefe; Redator-chefe; Repórter; Editora de fotografia; Fotógrafo convidado; freelancer; Estagiário; Designer para diagramação

### 3) Comunicação e Redes sociais

Divulgação junto às redes sociais; implementação do plano de divulgação; gestão e execução dos eventos de lançamentos; publicação nas mídias sociais, assessoria de imprensa, comunicação institucional,

marketing/comercial, audiovisual e tecnologia da informação; desenvolvimento da comunicação dentro da Revista

Profissionais envolvidos: Direção Geral; Direção Executiva; Direção de Redação; Direção Institucional; Coordenação de Comunicação; Social Mídia; Redator – Mídias sociais; Web-designer;

Todas as atividades são desenvolvidas na sede da Revista Traços.

## **2.9 RESULTADOS ESPERADOS**

Em nossas edições apresentaremos as tendências, traçaremos estratégias e abordaremos também diversos temas. É um momento de se reinventar. Além de vivenciar e experimentar o que iremos oferecer em forma de imersão.

## **2.10 OBRIGAÇÕES DO INSTITUTO**

1. Menção ao APOIO da Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal na barra de logos do projeto;
2. Página da transparência do uso do recurso em aba específica na página do projeto, dando a transparência exigida;
3. Agir de acordo com DECRETO Nº 37.843, DE 13 DE DEZEMBRO DE 2016, que regulamenta a aplicação da Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014, para dispor sobre o regime jurídico das parcerias celebradas entre a administração pública distrital e as organizações da sociedade civil no âmbito do Distrito Federal.

## **2.11 CONTRAPARTIDAS**

1. Inserção da logomarca da SETUR e #seturdf #juntosporbrasil #juntospeloturismo #maisbrasil #visitebrasil, em 5 peças de comunicação do projeto no Instagram: <https://www.instagram.com/revistatracos/>, devendo o material ser aprovado pela equipe da SUPROM / Subsecretaria de Promoção e Marketing da SETUR/DF previamente, estimado em R\$ 5.000,00
2. Duas páginas em 3 edição da Revista Traços com imagem do destino a ser selecionada e encaminhada pela SETUR/DF. Expressão monetária mensurável: Valor do Mídia Kit da Revista Traços, valor uma página simples \$10.000,00 por edição, duas páginas \$15.000,00. Duas páginas SETUR/DF por edição = R\$ 15.000,00 x 3 Edições = R\$ 45.000,00

## **2.12 PLANO DE PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO**

Vamos nos comunicar com o público em geral, com foco em nossas personas, destacando o formato impresso e digital. Objetivamos despertar interesse nos leitores e promover engajamento.

- 1) Ações temáticas nos CATs (a definir em parceria com a SETUR/DF);
- 2) Contemplaremos artesãos do DF, por meio da compra de 100 unidades de produtos, ao custo de R\$ 40,00 cada para ações promocionais a serem desenvolvidas e aplicadas diretamente para os leitores, tais como: Gamificação, quiz sobre pontos turísticos nas redes sociais do projeto, sorteios e diversas ativações (todas serão devidamente comprovadas). O artesanato é um produto associado ao turismo, e que tem espaço de destaque no projeto. Aquisição desse produto acontecerá por meio de parceria com a Secretaria de Estado de Turismo, onde será feito

a seleção dos artesãos, grupos e organizações sem fins lucrativos do setor artesanal e produtores associados ao Turismo, interessados em participar do projeto. Na prestação de contas encaminharemos as informações quantos aos artesãos selecionados, contendo: nome completo, segmento, telefone e produtos adquiridos;

3) Celebração de Parcerias entre a Revista Traços e atores do trade turístico do DF, visando fortalecer a marca e o destino, como a criação de novos postos de comercialização da revista, de um selo parceiro, ativação com influencers, entre outras ações a serem definidas em parceria com a SETUR/DF e devidamente comprovados em prestação de contas;

4) Porta Vozes Anfitriões serão devidamente treinados por um Guia de Turismo credenciado pelo CADASTUR que é o profissional com a função de orientar e apresentar os locais estabelecidos pelo roteiro da SETUR/DF, para que esses PVA possam ser multiplicadores da oferta turística do DF;

5) Realização de 3 ações - mobilizadoras em RAs a serem definidas em parceria com a SETUR/DF, podendo ser o Programa Turismo em Ação, ou outro;

6) CAT: Centro de Atendimento ao Turista: Realização do Lançamento da Primeira edição com a SETUR/DF na Casa de Chá, a depender da situação dos riscos da transmissão da COVID- 19;

7) Produção dos coletes dos PVA com a marca da SETUR/DF;

8) Contratação de profissional para gerenciamento, treinamento e medição de ações sociais;

9) Reuniões por demanda da SETUR/DF para sugestão de pauta/conteúdo voltados para o segmento turístico;

10) Contratação de Mentoria em Turismo de forma a realizar pesquisas de mercado, levantamentos de produtos turísticos, viabilidade para novos negócios e atividades afins.

### **2.13 PROTOCOLO COVID**

Mesmo com a situação da pandemia ainda muito crítica em nosso país, desenhamos um plano de ação para que nossos porta-vozes possam continuar vendendo nas ruas com o menor risco possível, tais como:

1) Durante o atendimento ao cliente, o mesmo não pode ser diretamente tocado em nenhum momento, respeitando a todo momento uma distância mínima de 1,5mt;

2) Todos os porta-vozes estão munidos de máscara de tecido e máscara acrílica, assim como um vidro de álcool que deve ser borrifado para fazer a assepsia das revistas, máquinas de cartão de crédito e nas mãos com frequência e rigor a cada atendimento;

3) As orientações são apresentadas aos Porta-vozes através de oficinas de venda, com a distribuição de insumos de segurança, como máscaras e álcool em gel;

4) O atendimento aos porta-vozes será realizado em pequenos grupos, respeitando todas as regras de segurança e saúde impostas pela pandemia.

5) Cabe ressaltar que todos os porta-vozes são acompanhados e é em caso de qualquer sintoma as atividades serão suspensas, seguindo a orientação da Organização Mundial da Saúde.

### 3. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Item / Descrição	VALOR TOTAL	INICIO	TÉRMINO
META 1 - Divulgação, distribuição e comercialização da Revista Traços			
Etapa 1 - Comunicação	R\$ 62.300,00	OUT/21	AGO/22
Etapa 2 - Despesas administrativas	R\$ 176.243,50	OUT/21	AGO/22
Etapa 3 - Recursos Humanos	R\$ 480.250,68	OUT/21	AGO/22
Etapa 4 - Produção da revista	R\$ 341.205,82	OUT/21	AGO/22

### 4. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

Item	Descrição	MÊS
<b>Meta 1 - Contratações de Recursos Humanos</b>		
1.1	Revisor de textos - (ed. 54 a 58)	out/21
1.2	Impulsionamento de redes sociais - (ed. 54 a 58)	out/21
1.3	Social Mídia	out/21
1.4	Redator - Mídias Sociais	out/21
1.5	Web designer	out/21
1.6	Assistente de produção eventos	out/21
<b>Etapa 2 - Despesas administrativas</b>		
2.1	Assessoria contábil	out/21
2.2	Aluguel da sede com iptu	out/21
2.3	Combustível	out/21
2.4	Gerente administrativa e financeira	out/21
2.5	Assistente de produção (financeiro)	out/21
2.6	Aluguel de Estoque	out/21
2.7	Energia (CEB)	out/21
2.8	Motoboy	out/21
2.9	Seguro da Van	out/21
2.10	Limpeza	out/21
2.11	Sistema para Controle de Vendas	out/21
2.12	CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola)	out/21
2.13	Assessoria jurídica	out/21
2.14	Estagiário - administrativo	out/21
<b>Etapa 3 - Recursos Humanos</b>		
3.1	Direção Geral	out/21
3.2	Direção Executiva	out/21
3.3	Direção de Redação	out/21
3.4	Direção Institucional	out/21
3.5	Coordenação Social	out/21
3.6	Coordenação de Comunicação	out/21
3.7	Supervisor de pessoal - (nível superior)	out/21
3.8	Supervisor de pessoal - (nível médio)	out/21
3.9	Supervisor de vendas - (nível médio)	out/21

3.10	Coordenação Administrativa e Financeira	out/21
3.11	Gerente de Recursos Humanos	out/21
Etapa 4 - Produção da revista		
4.1	Editor-chefe	out/21
4.2	Redator-chefe - (ed. 54 a 58)	out/21
4.3	Repórter - (ed. 54 a 58)	out/21
4.4	Editora de fotografia - (ed. 54 a 58)	out/21
4.5	Fotógrafo convidado - (ed. 54 a 58)	out/21
4.6	Cota free lancer - (ed. 54 a 58)	out/21
4.7	Estagiário	out/21
4.8	Impressão da revista - (ed. 54 a 58)	out/21
4.9	Designer para diagramação da revista - (ed. 54 a 58)	out/21
4.10	Coletes	out/21
4.11	Artesanato (brindes para ações promocionais)	out/21
4.12	Ação de evento de lançamento da Revista Traços na Casa de Chá	out/21
4.13	Guia de turismo	out/21
4.14	Mentoria em Turismo	out/21
4.15	Gerenciamento, treinamento e medição de ações sociais	out/21
4.16	Treinamento	out/21

## 5. PREVISÃO DE RECEITAS E DESPESAS (Plano de Aplicação)

### 5.1 Planilha Global

### 5.2 Planilha Termo de Fomento

### Itens 5 / 5.1 constam no ANEXO II

\* Usamos como referência a valores praticados no mercado do DF.

\* Todos os serviços serão contratados via prestação de serviços, através de contrato para execução e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas. Por se tratar de contratações via pessoa jurídica não há nenhum tipo de valor rescisório e trabalhista a ser pago no final do projeto.

### 5.3 Previsão de Receitas/Despesas

FONTE/ORIGEM	RECEITA / DESPESA
Emenda Parlamentar	R\$ 1.060.000,00
LIC	R\$ 599.959,35
Venda da Revista	R\$ 27.106,50
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>R\$ 1.687.065,85</b>

## 6. DECLARAÇÕES

### 6.1 Declaração Unificada

Eu, HELLEN CRIS DE CARVALHO VAZ, inscrito no RG sob o nº 2473930 SSP/DF e CPF nº 014.783.741-36, na qualidade de presidente da ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA, inscrita no CNPJ 08.117.759/0001-60, declaro, para os devidos fins e sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

1. (X) A referida Entidade e seus dirigentes não incorrem em qualquer das vedações previstas no artigo 39 da Lei nº 13.019/2014, ou no artigo 8º do decreto 32.751 de 4 de fevereiro de 2011;
2. (X) A referida Entidade, até a presente data, não possui ações judiciais em trâmite ou transitada em julgado, para a habilitação do presente processo de Termo de Fomento, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
3. (X) A referida entidade atende as exigências constantes na Lei de Diretrizes Orçamentárias do Distrito Federal, uma vez que arrecada todos os impostos a que se refere o artigo 155 da Constituição Federal, bem como não está inadimplente com a União, inclusive no que tange às contribuições dos empregados para a Seguridade Social, contribuições para o PIS/PASEP, contribuições para o FGTS, e com relação a recursos anteriormente recebidos da Administração Pública por meio de convênios, acordos, ajustes, subvenções sociais, contribuições, auxílios e similares;
4. (X) A referida entidade não realiza pagamento, a qualquer título, de servidor ou empregado público integrante do quadro de pessoal da Administração Direta ou Indireta do Distrito Federal, da União, dos Estados e dos Municípios, por serviço de consultoria ou assistência técnica, atendendo rigorosamente o disposto no art. 8º, II da Instrução Normativa nº 1/2005;
5. (X) A referida Entidade não celebrou convênios anteriores com o Governo Federal referentes ao projeto;
6. (X) A referida Entidade não remunera nenhum servidor ou empregado público ativo, inativo e pensionista (incluindo cargos comissionados, funções de confiança e cargos públicos) independentemente de estarem gozando de férias ou não;
7. (X) A referida Entidade não se encontra em mora nem em débito junto a qualquer órgão ou entidade da Administração Pública do Distrito Federal, conforme inciso VIII do art. 2º da Instrução Normativa nº 1/2005;
8. (X) A referida entidade atende rigorosamente às determinações previstas no inciso XXVIII, do art. 7º da Constituição Federal;
9. (X) A referida entidade atende rigorosamente à proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, conforme previsão do art. 27, inciso V, da Lei nº 8.666/93.
10. (X) A referida entidade não possui parentes servidores públicos vinculados à Secretaria de Turismo do Distrito Federal, sejam eles cônjuges, companheiro, parentes em linha reta, colateral ou por afinidade até o 2º grau;
11. (X) O Plano de Trabalho apresentado pela referida Entidade não apresenta rubrica de encargos recolhidos, pois os mesmos são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise.

Brasília, 18 de outubro de 2021.



HELLEN CRIS DE CARVALHO VAZ  
Diretora Geral

**6.2 Declaração de Encargos Trabalhistas - inciso V e VI Art. 28º Decreto nº 37.843/2016 (em caso de não haver encargos trabalhistas).**

**DECLARAÇÃO DE ENCARGOS TRABALHISTAS**

Declaramos que o presente Plano de Trabalho apresentado pela entidade não consta a rubrica de encargos recolhidos, pois os mesmos são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise.

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

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

V - Informamos que toda a mão de obra contratada será via prestação de serviços, através de contrato temporário

e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a empresa contratante. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas.

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

Atenciosamente,

Brasília, 18 de outubro de 2021.



**HELLEN CRIS DE CARVALHO VAZ**  
**Diretora Geral**

**014.783.741-36**

### 6.3. DECLARAÇÃO

Na qualidade de Presidente da OSC, declaramos, para fins de aprovação junto à Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal, para os efeitos e sob as penas da Lei, que inexistente qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro do Distrito Federal ou qualquer órgão ou entidade da administração pública do Distrito Federal, que impeça a transferência de recursos oriundos de dotações consignadas nos orçamentos do Distrito Federal, na forma deste Plano de Trabalho.

Nestes Termos,

Pede Deferimento.

Brasília, 18 de outubro de 2021.



**HELLEN CRIS DE CARVALHO VAZ**  
**Diretora Geral**

### 7. APROVAÇÃO DO SUBSECRETÁRIO/SECRETÁRIO ADJUNTO

**Aprovo o presente Plano de Trabalho.**

Brasília-DF, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2021

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA