



Instituto Federal de Brasília  
*Campus Brasília*  
Curso de Tecnologia em Eventos

MARIA DE LOURDES VIEIRA FRUJERI

**BRASÍLIA EM FOCO - A FOTOGRAFIA COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DA  
COMUNIDADE LOCAL DE BRASÍLIA, DEMAIS REGIÕES ADMINISTRATIVAS  
DO DF E RIDE, BRASIL.**

Brasília  
2018

**MARIA DE LOURDES VIEIRA FRUJERI**

**BRASÍLIA EM FOCO - A FOTOGRAFIA COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DA  
COMUNIDADE LOCAL DE BRASÍLIA, DEMAIS REGIÕES ADMINISTRATIVAS  
DO DF E RIDE, BRASIL.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Eventos do *Campus* Brasília do Instituto Federal de Brasília, Área de Concentração de Turismo, Hospitalidade e Lazer como requisito parcial para obtenção de título de Tecnólogo em Eventos.

Orientadora: Carla Simone Castro da Silva.

F944

Frujeri, Maria de Lourdes Vieira.

Brasília em foco: a fotografia como forma de valorização da comunidade local de Brasília, demais regiões administrativas do DF e RIDE, Brasil / Maria de Lourdes Vieira Frujeri.

114 f.: il. color.

Orientador: Dra. Carla Simone Castro da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – Tecnologia em Eventos, 2018.

1. Exposição fotográfica. 2. Fotografia - Brasília. 3. Patrimônio cultural. I. Silva, Carla Simone Castro. II. Título.

CDU 77(817.4)

Dedico este trabalho,

À minha amada família:

**José Ângelo, Felipe e Rafael,**

dádivas de Deus...

...estão em tudo e todos os momentos da minha vida...

... são **minhas firmes, fortes e valiosas Âncoras...**

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a **Deus** fonte constante de iluminação e capacitação de qualquer projeto e serviço.

À toda **equipe IFB**.

Aos **professores do curso de Tecnólogo em eventos**. Este projeto tem é um amálgama das sementinhas que plantaram e de seus preciosos ensinamentos durante o curso.

Ao designer **Vitor Viana** pela ajuda e comprometimento na criação da marca do evento. Seu zelo e adesão à causa ficaram na memória. Gratidão!

Ao amigo **Marcun Pierre Marcovicz Fontura**, pela criação do site do projeto e parceria constante de todas as horas. Sua disponibilidade fez a diferença!

Ao **Sr Fernando Bizerra da Silva** presidente do SINFOC, que nos deu o suporte necessário para o contato com os profissionais fotógrafos para a realização do estudo.

Aos **fotógrafos e demais pessoas (Sujeitos da Pesquisa)** que responderam o questionário de pesquisa com prontidão.

Aos **meus colegas de turma**, companhias amáveis e inesquecíveis nos anos do curso.

À competente colega e produtora de eventos **Dayse Hansa**, pela disponibilidade e doação em sanar minhas inquietas e constantes dúvidas na prática de materializar eventos.

A **todos** que de forma direta ou indireta colaboraram com a elaboração deste projeto.

## AGRADECIMENTO ESPECIAL

A excelência de um grande mestre, entre tantos conhecimentos que transmite e ensina, está na capacidade de ser empático, pois a empatia faz brotar uma vontade de compreender e conhecer a outra pessoa, tão importante no processo ensino-aprendizagem.

À minha orientadora Dra **Carla Simone Castro da Silva** pela oportunidade de crescimento e apoio incondicional. Sua alegria, entusiasmo, sabedoria, proatividade, gosto de ensinar e seriedade no que administra foram determinantes na sua escolha para me conduzir neste projeto. A empatia com você se deu a primeira vista. **Gratidão querida Mestra!**

**"Não é verdade que as fotografias congelam o tempo. Elas transformam o tempo..."**

**Nossa filosofia como facilitadores da fotografia vai muito além do regular das câmeras fotográficas, do apertar dos botões..."**

**A fotografia é transformadora da vida e da realidade e..."**

**"Não fotografamos apenas com máquinas e sim com a nossa vida, com a nossa cultura."**

**Edmar Gonçalves**

## **Brasília em foco - A fotografia como forma de valorização da comunidade local de Brasília, demais Regiões Administrativas do DF e RIDE, Brasil.**

### **RESUMO**

Brasília é uma cidade tombada como um dos patrimônios culturais da humanidade. Pelas suas principais características e valores do seu plano urbanístico, juntou-se aos mais notáveis sítios naturais e urbanos do mundo. Como justificativa para seu tombamento, foi demonstrada a vulnerabilidade da nova capital ante as pressões do desenvolvimento predatório que ameaçava (e ainda ameaça) com a descaracterização, situação semelhante à de todos os bens do Patrimônio Mundial. Brasília é a segunda capital de turismo de negócios no Brasil, está localizada de modo estratégico na região central do país, cercada de Regiões Administrativas e RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno - RIDE-DF), que também têm vários sítios tombados. As Demais regiões administrativas e RIDE são destinos ricos em possibilidades de turismos diferenciados e muitas vezes, Brasília se torna o ponto principal de partida para estes locais. Este projeto tem como objetivo à realização de um evento de fotografia (concurso de fotografia e exposição fotográfica das obras premiadas) que valorize a comunidade local de Brasília, demais Regiões Administrativas do DF e RIDE-DF, Brasil. Pretende também ressaltar e fortalecer os encantos destas localidades, considerados ou que venham a ser apontados pela comunidade, importantes e/ou de fundamental importância para a humanidade por meio da fotografia. O projeto visa também oportunizar a descoberta de novos talentos locais e regionais no ramo da fotografia, evidenciar os fotógrafos já consagrados da região e promover cultura e lazer para comunidade local e regional.

Palavras-chave: Brasília, Fotografia, Exposição fotográfica, Patrimônios culturais, Regiões Administrativas do DF, RIDE, Comunidade local.

## **Brasília in focus – photography as a mean to valorize the local community of Brasília, other Administrative Regions of DF and RIDE, Brazil**

### **ABSTRACT**

Brasília is a city considered a world heritage site. Due to its main characteristics and values of its urbanistic planning, it joined the most notable natural and urban sites of the world. The rationale for its inclusion as a heritage site included the vulnerability of the new capital to pressures of predatory development that threatened (and still threat) with the loss of characterization, alike all world heritage sites. Brasília is the second business tourism capital of Brazil, is strategically located in the central region of the country, surrounded by Administrative Regions and RIDE (Integrated Region of Development of the Federal District and Surroundings – RIDE-DF), which also have several heritage sites. The other administrative regions and RIDE are rich in differentiated tourism options, and Brasília is often the main departure to these places. This project aims to hold a photography event (photo contest and exhibit of the winning photographs) to valorize the local community of Brasília, other administrative regions of DF and RIDE-DF, Brazil. It also aims to highlight and strengthen the enchants of these sites, considered or indicated by the community, which are important and/or fundamental for mankind, by means of photography. The project also aims to encourage the discovery of new local and regional talents in the field of photography, evidencing the well-known photographers of the region and promoting culture and leisure for the local and regional community.

**Key words:** Brasília, Photography, Photo exhibit, Cultural heritage, Administrative regions of DF, RIDE, Local community.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES (GRÁFICOS)

GRÁFICO 1 -	Faixa etária das pessoas que responderam ao questionário de pesquisa do Projeto “Brasília em foco”.....	28
GRÁFICO 2 -	Percentual de respostas do questionário da pesquisa “Brasília em Foco” quanto ao sexo dos participantes.....	28
GRÁFICO 3 -	Percentual de respostas do questionário da pesquisa “Brasília em foco” quanto à escolaridade dos participantes.....	29
GRÁFICO 4 -	Respostas ao questionário de pesquisa do Projeto “Brasília em foco” quanto ao hábito de participar de concursos de fotografia.....	30
GRÁFICO 5 -	Categoria escolhida pelos respondentes do Projeto “Brasília em foco” quanto suas habilidades fotográfica.....	30
GRÁFICO 6 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao estímulo para participação de concursos fotográfico.....	32
GRÁFICO 7 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto aos segmentos da fotografia que mais gostam.....	32
GRÁFICO 8 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” sobre o interesse de participar de um concurso onde o foco seria os pontos tombados de Brasília e entorno.....	33
GRÁFICO 9 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possibilidade de cobrança de taxa para ajudar na organização do evento.....	34
GRÁFICO 10 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de foto premiada para leilão beneficente.....	35
GRÁFICO 11 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de 1 kg de alimento não perecível para visitar uma exposição fotográfica.....	36
GRÁFICO 12 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à falta de eventos de fotografia no DF.....	37
GRÁFICO 13 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao local mais viável para ocorrer uma exposições fotográficas.....	38
GRÁFICO 14 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possibilidade de colaborar com a organização de um concurso/exposição de fotografias.....	39
GRÁFICO 15 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possível participação do concurso/exposição do projeto.....	42
GRÁFICO 16 -	Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília foco” quanto à ser um apoiador cultural do projeto.....	43

GRÁFICO 17 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao sexo.....	44
GRÁFICO 18 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à sua escolaridade.....	44
GRÁFICO 19 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao seu tempo de exercício profissional.....	45
GRÁFICO 20 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao(s) segmento(s) da fotografia que atuam.....	46
GRÁFICO 21 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao(s) setores onde exercem seu trabalho.....	50
GRÁFICO 22 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à falta de eventos de fotografia no DF.....	51
GRÁFICO 23 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto aos tipos de eventos de fotografia que gostariam de ter no DF.....	52
GRÁFICO 24 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao local mais viável para a ocorrência de eventos de fotografia que gostariam de ter no DF.....	53
GRÁFICO 25 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à participação em concursos de fotografia.....	54
GRÁFICO 26 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao que estimula a participar de concurso de fotografia.....	55
GRÁFICO 27 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à participação em concurso focado nos pontos tombados de Brasília.....	56
GRÁFICO 28 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de sua foto premiada para um leilão beneficente.....	57
GRÁFICO 29 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de 1Kg de alimento para visitar uma exposição fotográfica.....	58
GRÁFICO 30 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à valor de inscrição para participação em concurso.....	59
GRÁFICO 31 -	Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao interesse de participar do concurso do presente projeto.....	60

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES (FIGURAS)**

FIGURA 1 -	Análise do ambiente - Elaborada pela autora do projeto.....	69
FIGURA 2 -	Manual de Identidade da marca.....	71
FIGURA 3 -	Apresentação da Marca.....	73
FIGURA 4 -	Slogan e Filosofia.....	74
FIGURA 5 -	Versões do logotipo.....	75
FIGURA 6 -	Exemplo de aplicação da marca para uso online.....	75
FIGURA 7 -	Exemplo de aplicação da marca para uso impresso 1.....	75
FIGURA 8 -	Exemplo de aplicação da marca para uso impresso 2.....	76
FIGURA 9 -	Página inicial do site ( <a href="https://www.brasiliaemfoco.com">https://www.brasiliaemfoco.com</a> ).....	77
FIGURA 10 -	Vídeo criado a plataforma <i>Lumen 5 Team</i> .....	78
FIGURA 11 -	Vídeo Criado no <i>Animaker</i> para Youtube.....	78

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES (TABELAS)**

TABELA 1 -	Respostas à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” quanto ao olhar fotográfico.....	40
TABELA 2 -	Qual o seu segmento preferido das opções anteriores? Escolha apenas uma categoria anterior. A que mais gosta.....	48
TABELA 3 -	Qual o segmento que menos gosta? Escolha apenas uma categoria anterior. A que menos gosta.....	49
TABELA 4 -	Respostas à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” quanto ao olhar fotográfico.....	61
TABELA 5 -	Respostas dos fotógrafos à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” à pergunta “Para você fotografia é:”.....	62
TABELA 6 -	Estratégias e peças de comunicação do evento Brasília em foco.....	71
TABELA 7 -	Plano de Marketing e Comunicação para o evento.....	80
TABELA 8 -	Equipamentos e instalações necessárias para a realização do evento.....	91
TABELA 9 -	Matriz de responsabilidades (cronograma/plano de ações continuadas).....	94

**LISTA DE SIGLAS**

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABEOC	Associação Brasileira de Empresas de Eventos.
ADF	Anuário do Distrito Federal.
CCGU	Centro de Convenções Ulisses Guimarães.
DF	Distrito Federal.
ICOMOS	Conselho Internacional d Monumentos e Sítios.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IFB	Instituto Federal de Brasília
IPHAN	Instituto do Patrimônio histórico e Artístico Nacional.
RA(s)	Regiões Administrativas.
RIDE	Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno - Brasil.
FAGAMA	Feira de Amostras do Gama.
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SESC	Serviço Social do Comércio no Distrito Federal.
SINFOC	Sindicato dos fotógrafos e Cinegrafistas Profissionais Autônomos do Distrito Federal.
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso.

## SUMÁRIO

	<b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES - GRÁFICOS.....</b>	<b>x</b>
	- FIGURAS.....	xii
	- TABELAS.....	xiii
	<b>LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....</b>	<b>xiv</b>
<b>1</b>	<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1</b>	<b>Referencial teórico.....</b>	<b>21</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2</b>	<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>21</b>
<b>3</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DA TIPOLOGIA EM EVENTOS.....</b>	<b>23</b>
<b>5</b>	<b>PÚBLICO ALVO.....</b>	<b>23</b>
<b>6</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>PESQUISA DE MERCADO.....</b>	<b>26</b>
<b>8</b>	<b>DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS.....</b>	<b>64</b>
<b>8.1</b>	<b>Escolha e definição do local/justificativa.....</b>	<b>65</b>
<b>8.2</b>	<b>Programação/Cronograma de atividades.....</b>	<b>65</b>
<b>9</b>	<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>68</b>
<b>9.1</b>	<b>Justificativa para a elaboração do Plano de Marketing.....</b>	<b>68</b>
<b>9.2</b>	<b>Análise do ambiente (SWOT).....</b>	<b>69</b>
<b>9.3</b>	<b>Definição da Marca.....</b>	<b>69</b>
<b>9.4</b>	<b>Definição das estratégias e peças de comunicação.....</b>	<b>71</b>
<b>9.5</b>	<b>Plano de marketing e comunicação para o evento “Brasília em foco”.....</b>	<b>79</b>
<b>10</b>	<b>VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EVENTO.....</b>	<b>86</b>
<b>10.1</b>	<b>Planilha de Custos financeiros.....</b>	<b>87</b>
<b>11</b>	<b>PLANO DE SEGURANÇA DO EVENTO.....</b>	<b>88</b>
<b>12</b>	<b>MATRIZ DE RESPONSABILIDADES (CRONOGRAMA).....</b>	<b>94</b>
<b>13</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS (IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES).....</b>	<b>99</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>102</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>102</b>
	<b>Anexo 1: Normas do Concurso de fotografia: “Brasilia em foco”.....</b>	<b>102</b>
	<b>Anexo 2: Declaração de autoria e propriedade da obra para participação no “Concurso de Fotografia Brasília em foco”.....</b>	<b>107</b>
	<b>Anexo 3: Ficha de inscrição do “Concurso de Fotografia Brasília em foco”....</b>	<b>108</b>
	<b>Anexo 4: Termo de cessão de direitos da obra para o “Concurso de Fotografia Brasília em foco”.....</b>	<b>109</b>
	<b>Anexo 5: Termo de cessão de direitos para o uso de imagem para o “Concurso de Fotografia Brasília em foco”.....</b>	<b>110</b>
	<b>Anexo 6: Questionário para as pessoas em geral residentes no DF (público visitante).....</b>	<b>111</b>
	<b>Anexo 7: Questionário para fotógrafos do DF.....</b>	<b>113</b>

## 1. APRESENTAÇÃO

O projeto tem como Título: “Brasília em foco”. A fotografia como forma de valorização da comunidade local de Brasília, demais Regiões Administrativas do DF e RIDE, Brasil.” Foi elaborado com vistas à defesa de TCC do curso Tecnólogo em Eventos. Surgiu da vontade de salientar a cultura de Brasília e região do entorno.

Brasília é uma cidade tombada como um dos patrimônios culturais da humanidade. O patrimônio cultural brasileiro é formado por todos os meios de expressão, materiais ou imateriais, consistindo na memória da sociedade, incluindo-se os documentos (MERLO & KONRAD, 2015). Os sítios do Patrimônio da Humanidade são como as sete maravilhas do mundo moderno, os primeiros atrativos turísticos laicos da história ocidental. Por pertencerem a todos os povos da humanidade, eles são destinos por excelência do turismo cultural. No entanto, ainda falta familiaridade no país com o tema, principalmente pela falta de materiais interpretativos, de sinalização e infraestrutura adequada (ANUÁRIO DO DF- ADF, 2018).

O projeto tem em vista, por meio de edições anuais, de concursos e exposições fotográficas, promover o fortalecimento, local e regional destes variados patrimônios históricos, bem como estimular, apresentar novos talentos no ramo da fotografia; evidenciar os talentos já existentes; promover eventos de lazer para comunidade local e possibilitar turismo para a cidade e região.

### 1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

Este projeto visa à realização de um evento de fotografia que valorize a comunidade local de Brasília, demais Regiões Administrativas (RA(s)) do DF e RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno - RIDE-DF), Brasil.

**Brasília** é a capital federal do Brasil. É a sede do governo do Distrito Federal. Localiza-se região Centro-Oeste do país. Segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para 2018, sua população era de 2 974 703 habitantes (4 284 676 em sua área metropolitana). É a terceira cidade mais populosa do país. Brasília é também a quinta concentração urbana mais populosa do Brasil. A capital brasileira é a maior cidade do mundo construída no século XX.

A cidade possui o maior produto interno bruto *per capita* em relação às capitais brasileiras, o quarto maior entre as principais cidades da América Latina e cerca de três vezes maior que a renda média brasileira. Como capital nacional, Brasília abriga a sede dos três poderes da República (Executivo, Legislativo e Judiciário) e 127 embaixadas estrangeiras. A política de planejamento da cidade, como a localização de prédios residenciais em grandes áreas urbanas, a construção da cidade através de enormes avenidas e a sua divisão em setores, tem provocado debates sobre o estilo de vida nas grandes cidades no século XX. O projeto da cidade a divide em blocos numerados, além de setores para atividades pré-determinadas, como o Setor Hoteleiro, Bancário ou de Embaixadas.

A cidade tem um estatuto único no Brasil, já que é uma divisão administrativa distinta de um município legal, como outras cidades brasileiras, semelhante ao que acontece com Washington, D.C., nos Estados Unidos, e com Camberra, na Austrália. A palavra "Brasília" é usada como um sinônimo do Distrito Federal como um todo por meio de sinédoque; no entanto, **o DF é composto de 31 regiões administrativas**, das quais apenas uma é o centro da entidade: a Região Administrativa I, que é basicamente formada pelo Plano Piloto e pelo Parque Nacional de Brasília. Publicações demográficas geralmente não fazem esta distinção e listam a população brasiliense como sinônimo da população do DF, considerando-se o conjunto como uma única entidade (**Comunidade local de Brasília**). O Distrito Federal, acumula características de município e estado, sendo que as suas outras regiões administrativas, também chamadas "cidades-satélites", não são tratadas como municípios (VIANA, 2017; WIKIPÉDIA. 2018).

**A Região Integrada de Desenvolvimento (Ride) do Distrito Federal e Entorno** constitui-se em uma região administrativa e a definição de sua área de abrangência, compreende o Distrito Federal, municípios do Estado de Goiás e municípios do Estado de Minas Gerais englobados em uma mesma região de planejamento. Os municípios que constitui esta região integrada **mantêm com o Distrito Federal relações de natureza nitidamente metropolitana e estabelecem relações de natureza regional**. Esta região integrada de desenvolvimento econômico foi criada pela Lei Complementar nº 94, de 19 de fevereiro de 1998 e regulamentada pelo Decreto nº 2.710, de 4 de agosto de 1998, alterado pelos Decreto nº 3.445, de 4 de maio de 2000 e Decreto nº 4.700, de 20 de maio de 2003. O Decreto nº 7.469, de 5 de maio de 2011 revogou os anteriores e deu novas interpretações legais à RIDE do Distrito Federal e Entorno. A Lei Complementar nº 163, de 14 de junho de 2018, incluiu mais 12 municípios.

12. Você gostaria de participar de um concurso onde o foco seria os pontos tombados de Brasília?
13. Se você fosse premiado ou contemplado com menção em um concurso de fotografia, teria dificuldade para imprimir a foto para a exposição presencial do evento?
14. Você acha justo o promotor do concurso/exposição de fotografia colocar uma taxa simbólica (R\$ 30,00) de inscrição para ajudar na organização do evento?
15. Doaria sua fotografia vencedora ou com menção honrosa do concurso para um leilão beneficente?
16. Doaria um quilo de alimento não perecível ao visitar uma exposição de fotografia?
17. Traduza o "OLHAR FOTOGRÁFICO" com uma única palavra.
18. Você quer participar do concurso de fotografia deste projeto?  
Se você quer participar do concurso deixe seu e-mail para ser avisado.
19. Qual é seu sexo?
20. Qual a sua escolaridade?
21. Para você fotografia é:

É constituída pelo Distrito Federal, eelos municípios de Abadiânia, Água Fria de Goiás, Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Alto Paraíso de Goiás, Alvorada do Norte, Barro Alto, Cabeceiras, Cavalcante, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Cristalina, Flores de Goiás, Formosa, Goianésia, Luziânia, Mimoso de Goiás, Niquelândia, Novo Gama, Padre Bernardo, Pirenópolis, Planaltina, Santo Antônio do Descoberto, São João d’Aliança, Simolândia, Valparaíso de Goiás, Vila Boa e Vila Propício, no Estado de Goiás, e de Arinos, Buritis, Cabeceira Grande e Unaí, no Estado de Minas Gerais. Ocupa uma área de 94.570,39 quilômetros quadrados, sendo pouco maior que a Hungria e sua população é de aproximadamente 4,5 milhões de habitantes, um pouco menos que a Nova Zelândia.

No centro do território está a área mais densa, composta pelo Distrito Federal, detentor de 66% da população da RIDE do Distrito Federal e Entorno. Há uma grande área conurbada na direção sul BR-040, incluindo-se nessa região os municípios de Valparaíso de Goiás, Cidade Ocidental, Novo Gama e Luziânia que representam 11,7% da população da RIDE. Outros municípios populosos são Águas Lindas de Goiás (margens da BR-070), Formosa, Planaltina e Santo Antônio do Descoberto. Esses municípios com o Distrito Federal somam uma população de aproximadamente 4 milhões de pessoas (GDF, 2010; CODEPLAN, 2014; WIKIPÉDIA, 2018).

Brasília foi criada em 1956 e inaugurada em 1960, foi tombada ainda em fase de consolidação. A proposta de tombamento foi examinada e aprovada pelo Comitê do Patrimônio Mundial com base na documentação oferecida pelo Brasil em relatório e esclarecimento do especialista do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios – (ICOMOS), professor *León Pressouyre*.

Nos documentos, foram apresentadas as principais características e os valores do plano urbanístico de Brasília, ao mesmo tempo em que foi demonstrada a vulnerabilidade da nova capital ante as pressões do desenvolvimento predatório que ameaçava (e ainda ameaça) com a descaracterização, situação semelhante à de todos os bens do Patrimônio Mundial. Em 1987 foi efetivamente tombada pela Unesco. Assim, juntou-se aos mais notáveis sítios naturais e urbanos do mundo, como Veneza (Itália), a cidade medieval de Rodes (Grécia), o Grand Canyon (EUA) e as Pirâmides de Gizé (Egito). O Brasil possui atualmente 17 sítios considerados patrimônios da humanidade, sendo dez culturais (entre eles enquadra-se Brasília) e sete naturais. No mundo, são 890 localidades com esse título: 689 culturais, 176 naturais e 25 mistos (ANUÁRIO DO DF, 2018).

Neste contexto, Brasília é uma linda cidade, com uma arquitetura mundialmente apreciada. Seus belos monumentos tombados são verdadeiros pontos turísticos (VAZ, 2012). Segundo, LEMES (2009), Brasília é a segunda capital de turismo de negócios no Brasil. Desde 2005, com a inauguração do Centro de Convenções Ulisses Guimarães (CCUG), a cidade passou a fazer parte das cidades que recebem eventos de grande porte. Este centro tem capacidade para receber 9000 pessoas. Outros locais na cidade tem também grande capacidade de acolhimento para eventos grandes como: Hotel Resort Brasília, Hotel Alvorada, Centro de Eventos Brasil XXI, etc. O panorama da cidade, com seu estruturado e bem centrado setor hoteleiro, ambientes amplos para realização de eventos e hospitalidade concorrem para a escolha da realização de episódios corporativos. O autor supracitado mapeou os principais motivos de visita à capital em sua pesquisa e constatou que o turismo de negócio é responsável por 51%, seguido da participação em congressos e eventos variados. O turismo cívico e arquitetônico foi também observado em sua pesquisa, porém em menor escala e expressão (15%), mesmo sendo uma cidade moderna, conhecida internacionalmente pelo seu traçado urbanístico único, considerada um museu a céu aberto (PORTAL DO IPHAN, 2017; PLANO NACIONAL DO TURISMO, 2018 ).

As Demais regiões administrativas são destinos ricos em possibilidades de turismos diferenciados, como: A Lagoa Bonita e Encenação da Via Sacra no Morro da Capelina, Planaltina - DF; o Parque Águas Claras, Águas Claras- DF; A lagoa da Barragem do Paranoá – DF; A cidade histórica de Brazlândia- DF e sua cachoeira Poço Azul; FAGAMA (Feira de Amostras do Gama), no aniversário cultural da cidade do Gama- DF; Praça do Relógio em Taguatinga- DF; Feira do Guará, Guará- DF; etc.

A RIDE tem encantos também que merecem destaque. Dentre as cidades que compõem a RIDE desponta também bens, áreas, lagos e lagoas, cachoeiras, turismo místico e sítios históricos tombados ou em processo de tombamento, como: a cidade de Pirenópolis, o conjunto arquitetônico constituído pela Igreja Matriz de Nossa Senhora da Penha de França e dos bens edificadas que a envolvem em Corumbá - Goiás; Gruta do Tamboril em Unaí – MG; Parque Municipal de Itiquira e Lagoa Feia em Formosa - GO; Salto do Corumbá, Corumbá - GO; Lindas serras de topázio, Cristalina - GO; etc. Estes atrativos turísticos do DF e entorno fomentam o turismo e hospedagem na capital, que muitas vezes é o ponto de partida para estes destinos próximos de turismo rural , ecológico, histórico e místico.

A fotografia se desponta como um dos recursos de documentação, historicidade e preservação do patrimônio documental para acesso de informações (BRASIL, 2011: DYER, 2008; LACERDA, 2012). A fotografia é um dos meios de comunicação visual que alcança

boa parcela da sociedade e que possui grande credibilidade, devido ao seu contexto histórico social (KAWAKAMI & VEIGA, 2012).

Percebe-se a necessidade de valorizar os sítios históricos por meio da fotografia (LACERDA, 2012). Além de registro e documentário histórico para a posteridade, este recurso de leitura e releitura comunicativa proporciona por meio de “*Vernissages*”, possibilidades de eventos culturais e de lazer, fomento a novos talentos de fotógrafos, evidenciação dos já existentes. Pode-se definir uma “*Vernissage*” como um encontro prévio à inauguração de uma mostra de arte. Esta pode ser individual (apenas um artista expositor) ou coletiva (mais de um expositor), com diferentes objetivos, pois sua maior finalidade é proporcionar que seus visitantes conheçam e apreciem as obras de artistas e a divulguem.

CHIODETTO (2013) disse que uma exposição é um trabalho de equipe e, a depender da sua magnitude, pode envolver um grande número de profissionais e de tarefas a ser desenvolvidas do projeto à abertura. O curador deve orquestrar as ações do grupo de trabalho para que todos, afinados com os conceitos do projeto, almejem e realizem um objetivo comum. O autor também disse que embora seja comum ouvir que o curador tem como função construir pontes que estabeleçam a comunicação entre as obras dos artistas e o público; a curadoria não é um exercício de tradução, pois esta comunicação pode se dar sem a mediação do curador, pelo menos em certos níveis de vínculo e entendimento. Pode-se dizer que é um chamamento ao público para prestar atenção em algo. Segundo RAMOS (2012), estes eventos aglutinadores servem não apenas para inaugurar uma determinada exposição, mas também como palco para a construção de capital simbólico e social, necessários para o funcionamento do próprio campo. Trazem, um poderoso instrumento de divulgação e coesão social em torno de um determinado assunto.

Neste contexto o “**Projeto Brasília em Foco**” pretende fortalecer os encantos da Cidade de Brasília, Entorno e RIDE, considerados ou que venham a ser apontados pela comunidade, importantes e/ou de fundamental importância para a humanidade. Estes encantos podem ser uma região ou área (denominadas “sítios”). Pode vir a ser um único monumento ou construção, ou o conjunto arquitetônico delimitado em uma cidade, vila ou região, ou toda a área; uma única caverna, lago, cachoeira, vale, de valor histórico, arqueológico, natural, ambiental, ou um conjunto desses fatores dignos se serem tombados como patrimônio histórico. Faz-se necessário valorizar a importância do que existe na comunidade local e cercanias, suas singularidades, suas manifestações culturais, seus rituais, sua dimensão histórica, as vivências de seu povo, por meio de fortalecimento de seus bens, sítios, como registros documentais. Nesse sentido a fotografia é um excelente meio de documentação. O

projeto tem em vista, por meio de edições anuais, de concursos e exposições fotográficas, promover o fortalecimento, local e regional destes variados patrimônios históricos, bem como estimular, apresentar novos talentos no ramo da fotografia; evidenciar os talentos já existentes; promover eventos de lazer para comunidade local e possibilitar turismo para a cidade e região.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo geral:

Realizar um evento de fotografia (concurso de fotografia e exposição fotográfica das fotos premiadas) que valorize a comunidade local de Brasília, demais Regiões Administrativas do DF e RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno - RIDE-DF), Brasil.

### 2.2. Objetivos específicos:

- Salientar os encantos da Cidade de Brasília, Demais Regiões Administrativas e RIDE, como forma de preservação dos sítios existentes e já considerados Patrimônios Culturais;
- Promover interação entre os profissionais do segmento da fotografia e comunidade local e regional;
- Fomentar a descoberta de novos talentos locais e regionais no ramo da fotografia;
- Evidenciar os talentos já existentes no ramo da fotografia local e regional;
- Promover cultura e lazer para comunidade local e regional por meio do concurso de fotografia e exposição das fotos premiadas;
- Executar e gerir na prática um Evento que **seja relevante do ponto de vista pessoal** (realizar algo prazeroso, que venha de encontro com motivações pessoais), **acadêmico** (Reforçar conteúdos apreendidos no Curso de Graduação/Academia) e principalmente **social** (Interagir com a Comunidade local, devolver à sociedade uma contrapartida), ou seja, interligar teoria e práxis.

- Possibilitar aos alunos do curso de Tecnologia em eventos participar de um evento desta natureza, concurso/ exposição fotográfica, na forma de participante ou voluntário do evento;
- Realizar edições anuais do evento contemplando abordagens de diferentes temas e sítios históricos regionais com vistas a promover a cultura local da Cidade de Brasília, Demais regiões e RIDE.
- Elaborar livro digital e impresso com as fotografias premiadas como registro histórico;
- Relatar a experiência do evento por meio de um artigo a ser publicado ou apresentado em congresso da área de eventos.

### **3. JUSTIFICATIVA**

Embora Brasília tenha competentes e renomados profissionais, a grande maioria não utiliza da comunidade local para expor seus trabalhos em mostras fotográficas que favoreçam a apreciação da população local. Há queixa geral entre o público de profissionais fotógrafos que falta apoio e subsídio, de eventos locais para fomentar trabalhos existentes e busca de novos talentos no ramo da fotografia. Brasília, demais regiões administrativas e RIDE são ricas em encantos naturais, culturais, ecológicos, cívicos, arquitetônicos, turísticos, com excelente potencial para documentários por meio da fotografia. A partir deste argumento, este projeto pretende realizar um evento que coloque em evidência talentos regionais na área da fotografia demonstrando o rico patrimônio histórico da região, ainda pouco valorizados até o momento. O Projeto também teve a função de compor a elaboração de um projeto final de TCC do Curso de Tecnologia Em Eventos, onde o aluno é estimulado a ser capaz de elaborar projetos, bem como realizar eventos na área de hospitalidade e lazer, trabalhando em equipe e promovendo bem estar na comunidade onde vive, dando alma e promovendo “*Links*” com os aprendizados da Academia. Neste aspecto, o projeto reforça os objetivos da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei do Turismo), principal marco legal do turismo no país, que definiu como um dos objetivos da Política Nacional de Turismo: promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando estados, Distrito Federal e municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica.

## 4. CARACTERIZAÇÃO DA TIPOLOGIA DO EVENTO

De acordo com a Classificação da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), NBR 16004 e 16513:2016 para a tipologia de eventos o evento “Brasília em foco” se classificará:

### **No geral:**

**Quanto ao tipo e porte:** o evento será de natureza cultural (visa ressaltar e promover a cultura local) e tem expectativas de ser de médio porte (envolverá profissionais e população local).

**Em relação à abrangência:** o evento visa alcançar a comunidade local de Brasília e entorno e poderá repercutir à distancia com seus resultados finais em níveis estaduais, nacional e internacional.

**Quanto ao público:** Artistas (fotógrafos) de Brasília e Entorno e Comunidade local. Pretende alcançar presencialmente a comunidade local e regional. À distancia, por meio das mídias sociais e outros meios de divulgação níveis estaduais, pode atingir níveis nacional e internacional. O evento será **aberto ao público em geral**.

### **Em específico:**

**O concurso:** será de médio porte com abrangência de público local e regional.

**A exposição:** será catalogada a priori como uma exposição de arte. Reunirá obras dos artistas premiados e com menção honrosa participantes do concurso prévio de fotografia do projeto. A exposição de arte conterà um “*Vernissage*” de abertura com “*Coquetel*” (Formato coquetel volante, oferecendo aos convidados porções de canapés, empratados, “*finger foods*” pratos leves, petiscos e bebidas).

## 5. PÚBLICO ALVO

### 5.1 Concurso de fotografia

O concurso contará com dois tipos de participantes: fotógrafos amadores da comunidade de Brasília e entorno e fotógrafos profissionais de Brasília, demais RA(s) e RIDE.

Os artistas devem ser maiores que 18 anos e residentes em Brasília, Demais regiões

administrativas do DF E RIDE. Antes da entrega da premiação, os classificados devem enviar à comissão organizadora a comprovação de residência em Brasília, demais regiões administrativas do DF E RIDE.

## 5.2 Exposição de arte (fotografia):

Participarão da exposição de arte os fotógrafos expositores profissionais e amadores e a comunidade do DF que quiser visitá-la. A exposição terá caráter temporário e reunirá obras de mais de um fotógrafo premiado e com menção honrosa e será aberta ao público.

## 6. METODOLOGIA

A metodologia aqui apresentada visa descrever como serão desenvolvidas as etapas do Evento proposto (Concurso de fotografia/Exposição fotográfica das obras classificadas). No desenvolvimento das etapas poderão ser alterados alguns procedimentos que mereçam adequações para o bom êxito do evento.

Para que o desenvolvimento do projeto seja bem sucedido culminando no seu objetivo geral de realizar edições anuais de Concursos de fotografias e finalizá-los com uma exposição fotográfica com vistas a promover a cultura local da Cidade de Brasília, Demais Regiões Administrativas e RIDE, optou-se por dividir o projeto em etapas: pré-evento, evento (concurso/exposição) e pós-evento (ZANELLA, 2003).

### 6.1 Pré-evento

#### 1ª Etapa

Nesta etapa será construído o evento. **O conceito do presente evento foi construído com vistas a retratar as belezas do DF através do olhar de diversos talentos da fotografia de forma singular, com proposta de tornar-se uma mostra anual.**

#### 2ª Etapa

Construção das normas do concurso baseado em edital já realizado (EDITAL Nº 01/2017 DO CONCURSO BIENAL DAS ARTES - EDIÇÃO 2018, SESC-DF).

**OBSERVAÇÃO: Em sua primeira edição o concurso contemplará a valorização da cidade de Brasília. Apresentará como objeto alvo a serem fotografados seus Pontos turísticos, arquitetônicos e áreas tombadas. Nas demais edições serão contempladas as**

## **demais Regiões Administrativas e RIDE.**

### 3ª Etapa

Construção da marca do evento e site oficial do evento onde será divulgado as normas do concurso, forma de inscrição para o mesmo. Este site também servirá para divulgação das marcas e serviços dos apoiadores e patrocinadores do evento. Nele também será publicada a coletânea de fotos classificadas.

### 4ª Etapa

Construção de lista de possíveis apoiadores e patrocinadores do evento. Impressão do painel de tijolinhos para a apresentação do projeto aos prováveis apoiadores e patrocinadores. O painel de tijolinhos consiste numa estratégia de captação de recursos, onde o promotor do evento apresenta o projeto a possíveis apoiadores e recebe das pessoas simpatizantes com a causa uma doação em dinheiro para ajudar na realização do evento.

Contato com apoiadores e patrocinadores para apresentação do projeto e captação de recursos.

Construção de Plano de Marketing e Plano Estratégico do evento (Ações). Fonte: *Eventbrite*, SEBRAE (GOMES, 2005).

### 5ª Etapa

Construção de lista de possíveis avaliadores das fotos vencedoras.

Construção de lista de possíveis voluntários para trabalhar no evento.

### 6ª Etapa

Lançamento das normas do concurso e abertura das inscrições na plataforma Sympla para a participação no evento.

Divulgação do concurso e suas normas nas mídias sociais, panfletos da marca, escolas de fotografia, etc.

### 7ª Etapa

Encerrado o tempo para o envio das fotos será realizada a análise das fotos e classificação das premiadas e classificadas com menção honrosa para a participação no evento de exposição.

Diante das fotos ganhadoras, será feita a escolha do local para o Evento de exposição

das fotografias classificadas.

#### 8ª Etapa

Divulgação das fotos classificadas, da data, hora e local do evento de exposição das fotografias classificadas.

Elaboração do livro impresso das fotografias selecionadas.

Elaboração de totens com as marcas dos apoiadores e patrocinadores para o evento.

### 6.2 Evento

#### 9ª Etapa

Coquetel de abertura da exposição fotográfica com a entrega de premiação dos três primeiros classificados em cada categoria (amadora e profissional) e dos certificados das que receberam menções honrosas. Lançamento do livro impresso no evento.

Inauguração da exposição fotográfica.

### 6.3 Pós-Evento

#### 10ª Etapa

Fechamento da exposição. Desmontagem.

Avaliação final dos resultados do evento com produção de relatório final contendo análise detalhada dos seus pontos fortes e de suas fraquezas.

Divulgação da coletânea de fotos classificadas no site oficial do evento.

Planejamento estratégico da próxima edição.

## 7. PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado foi realizada por meio do Formulário Google. Foram elaborados dois tipos de questionários com questões de múltipla escolha e abertas, com a determinação de respostas curtas: **Um para a população em geral residente em Brasília e entorno (possível público visitante da exposição de arte de fotografia)**, onde a amostra utilizada foi de conveniência. Algumas respostas não foram marcadas com caráter obrigatório

para não constranger os entrevistados. O link do formulário foi enviado por *Whats app*, publicados nas páginas do *Facebook*, e-mails com pedidos de compartilhamento (Anexo 6). **O outro para os profissionais fotógrafos** que foram enviados para cadastro de profissionais inscritos no SINFOC (Sindicato dos fotógrafos e Cinegrafistas Profissionais Autônomos do Distrito Federal), escolas de fotografias de Brasília e do entorno, grupos de fotógrafos de *Facebook* e *Whats app* de Brasília, demais regiões administrativas e RIDE (Anexo 7). O período de coleta de dados foi 28 dias (ambos os questionários ficaram online por este tempo).

### 7.1 Análise da pesquisa de Mercado

## RESULTADOS DA PESQUISA DE MERCADO

- **Respostas do questionário para as pessoas (público visitante)**

Cento e oitenta e duas pessoas responderam o questionário aplicado à população em geral. Com relação a caracterização sócio demográfica observou-se que cento e treze pessoas responderam qual a sua faixa etária. As faixas etárias dos respondentes foram bem diversificadas. O maior número de respondentes estava na faixa etária de 21 a 25 anos e o menor se deu na faixa etária de 31 a 35 anos. A maioria foi do sexo feminino. Quanto à escolaridade um percentual expressivo relatou ter curso superior (Gráficos 1, 2 e 3).

GRÁFICO 1: Faixa etária das pessoas que responderam ao questionário de pesquisa do Projeto “Brasília em foco”.

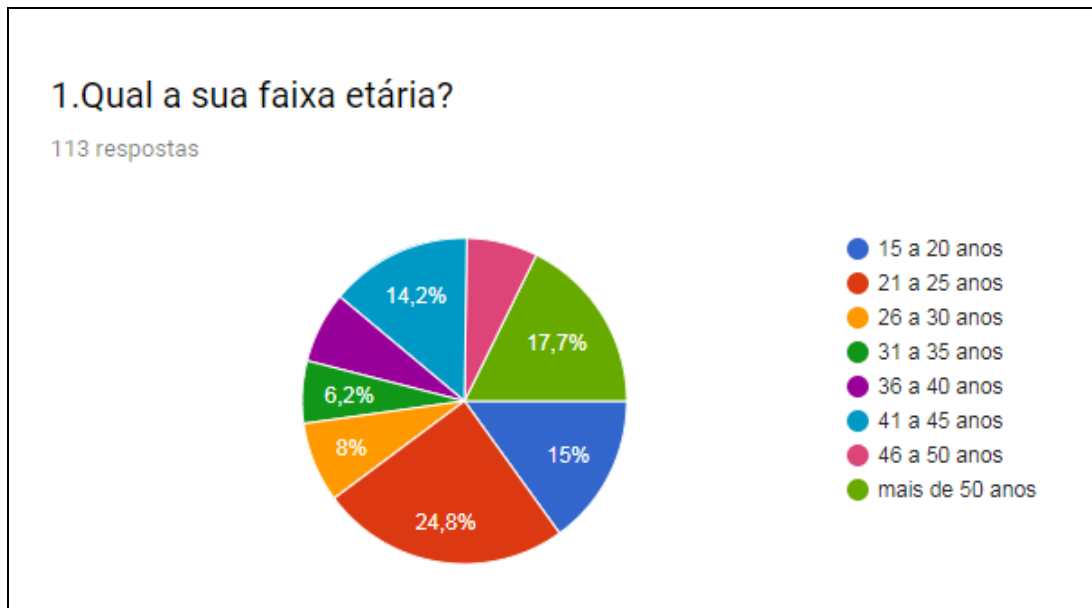


GRÁFICO 2: Percentual de respostas do questionário da pesquisa “Brasília em Foco” quanto ao sexo dos participantes

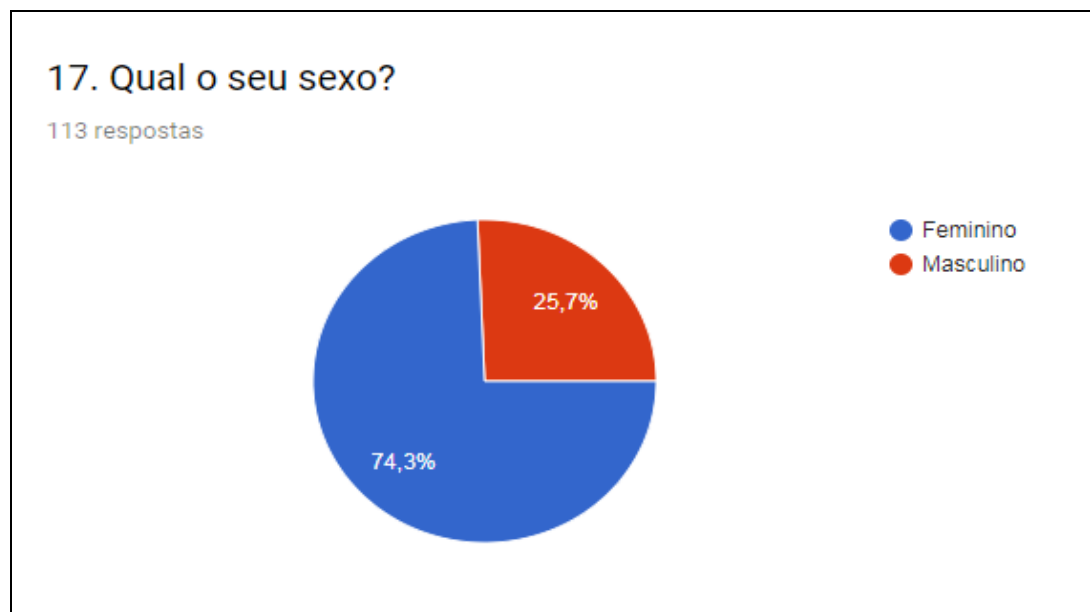
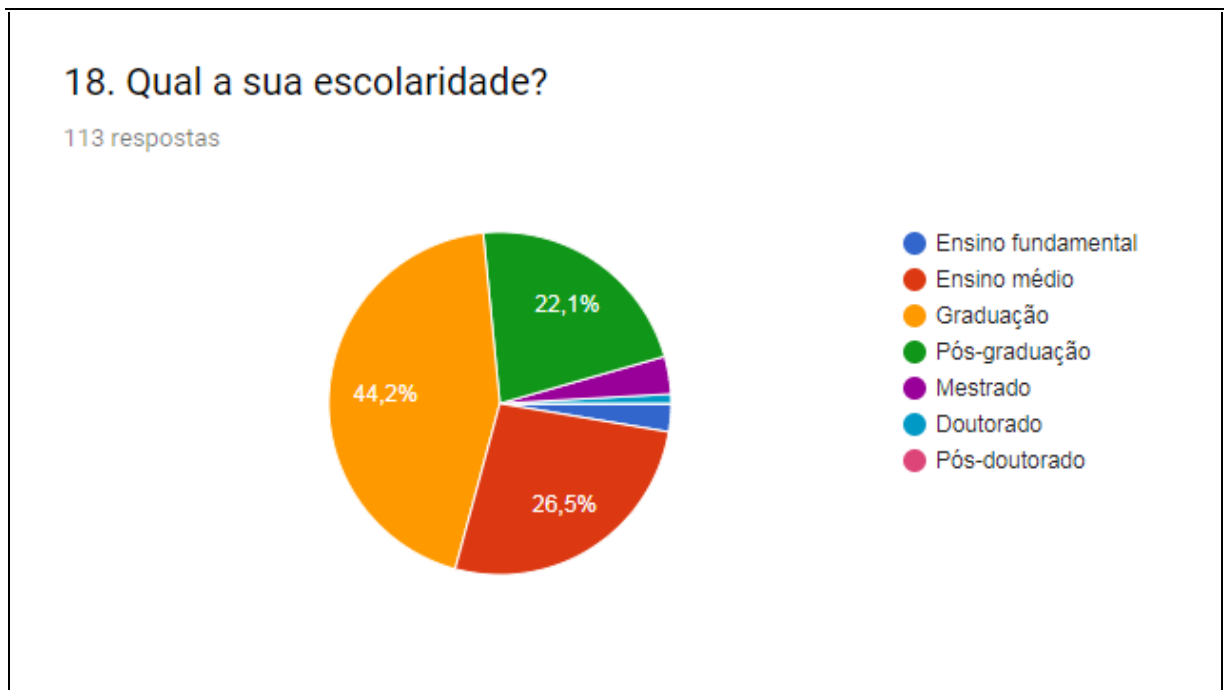


GRÁFICO 3: Percentual de respostas do questionário da pesquisa “Brasília em foco” quanto à escolaridade dos participantes.



Algumas perguntas do questionário tiveram o intuito de conhecer um pouco do perfil dos participantes com relação à área relacionada à fotografia, bem como eventos nesta área. Observou-se que o índice de participação em concursos de fotografia é baixo entre os respondentes. A maior parte dos participantes se considera fotógrafos amadores (Gráficos 4 e 5).

GRÁFICO 4: Respostas ao questionário de pesquisa do Projeto “Brasília em foco” quanto ao hábito de participar de concursos de fotografia.



GRÁFICO 5: Categoria escolhida pelos respondentes do Projeto “Brasília em foco” quanto suas habilidades fotográficas.



A maioria dos participantes do estudo alegou participar de concurso de fotografias

simplesmente por gostar de fotografia. O segundo quesito mais escolhido foi por causa do Prêmio (Gráfico 6).

GRÁFICO 6: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao estímulo para participação de concursos fotográficos.



Para o item outro motivo quanto ao que estimula a participar de concursos de fotografia os respondentes citou como motivo:

Amo foto (2)

Família

Família e eventos pessoais

Trabalho

Divulgar meu nome e reconhecimento do meu trabalho

Experiência

É importante no processo de reconhecimento

Eternizar momentos (3)

São imagens que me envolvem... e me fazem relaxar.

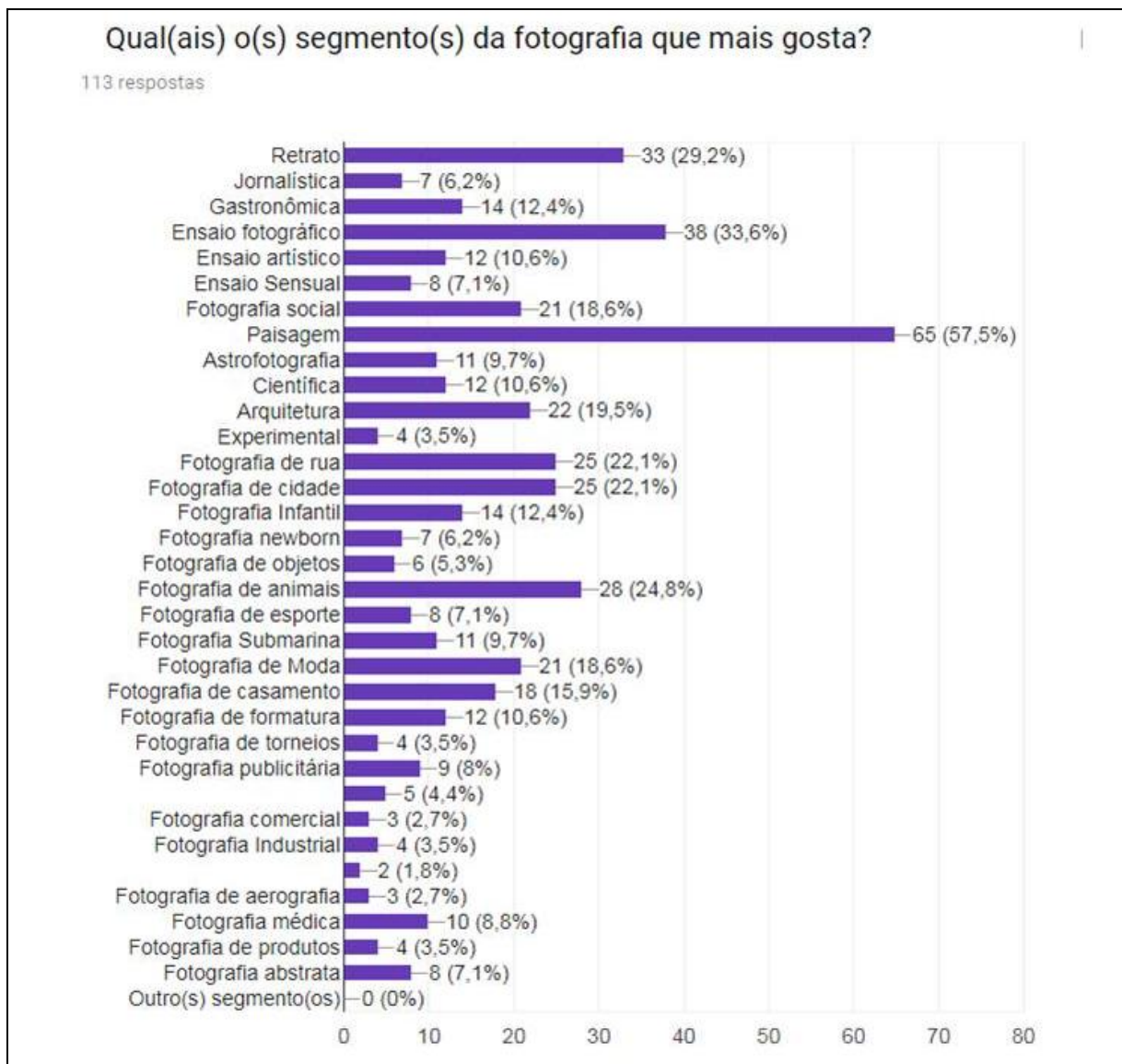
Observação: Os números entre parênteses correspondem ao número de respostas repetidas.

Foi possível perceber que as pessoas gostam de fotos, as veem como registro, como meio

de eternizar momentos pessoais, familiares, para fortalecer experiências. A grande maioria participaria de um concurso de fotografia simplesmente por gostar de fotografia e lazer. Poucos por motivos de trabalho.

Em relação aos segmentos da fotografia que mais gostam, um percentual expressivo escolheu como preferido fotos de paisagem (67,5%), seguido ensaio fotográfico (33,6%) e retrato (29,2%) - Gráfico 7.

GRÁFICO 7: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto aos segmentos da fotografia que mais gostam.

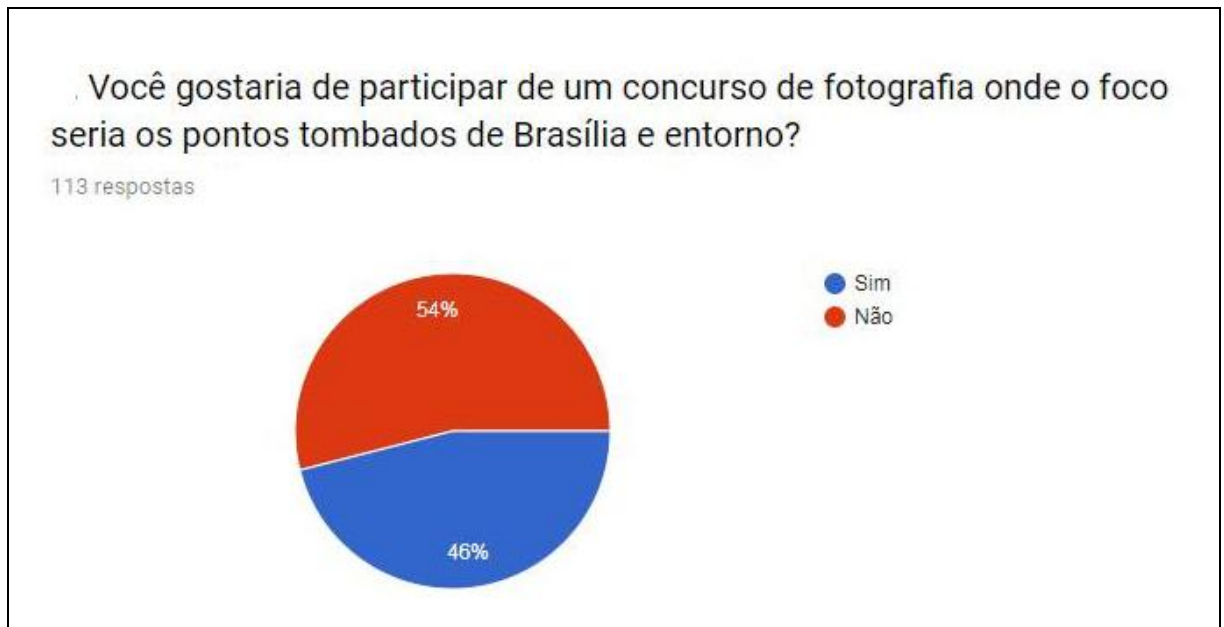


Observou-se que o gosto dos participantes variou bastante quanto aos diversos segmentos da fotografia. Os segmentos mais escolhidos foram: paisagem, ensaio fotográfico, retrato,

animais, cidade e infantil.

Foi interessante observar que apesar de 94% dos entrevistados informaram não terem o hábito de participar de concursos de fotografia, quando questionados se queriam participar de um concurso de fotografia onde o foco seria os pontos tombados de Brasília e entorno, 46% responderam que gostariam de participar (Gráfico 8).

GRÁFICO 8: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” sobre o interesse de participar de um concurso onde o foco seria os pontos tombados de Brasília e entorno.



Um grupo (69%) achou justo à cobrança da taxa para participação no concurso para ajudar na organização do evento (Gráfico 9).

GRÁFICO 9 : Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possibilidade de cobrança de taxa para ajudar na organização do evento.



Na sondagem de possibilidades de doações e atitudes voltadas para a beneficência, observou-se altos níveis de solidariedade entre os respondentes. Percentual expressivo doaria sua fotografia para um leilão beneficente e 1 Kg de alimento para visitar a exposição numa atitude generosa (Gráficos 10 e 11).

GRÁFICO 10 : Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de foto premiada para leilão beneficente.



GRÁFICO 11: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de 1 kg de alimento não perecível para visitar uma exposição fotográfica.



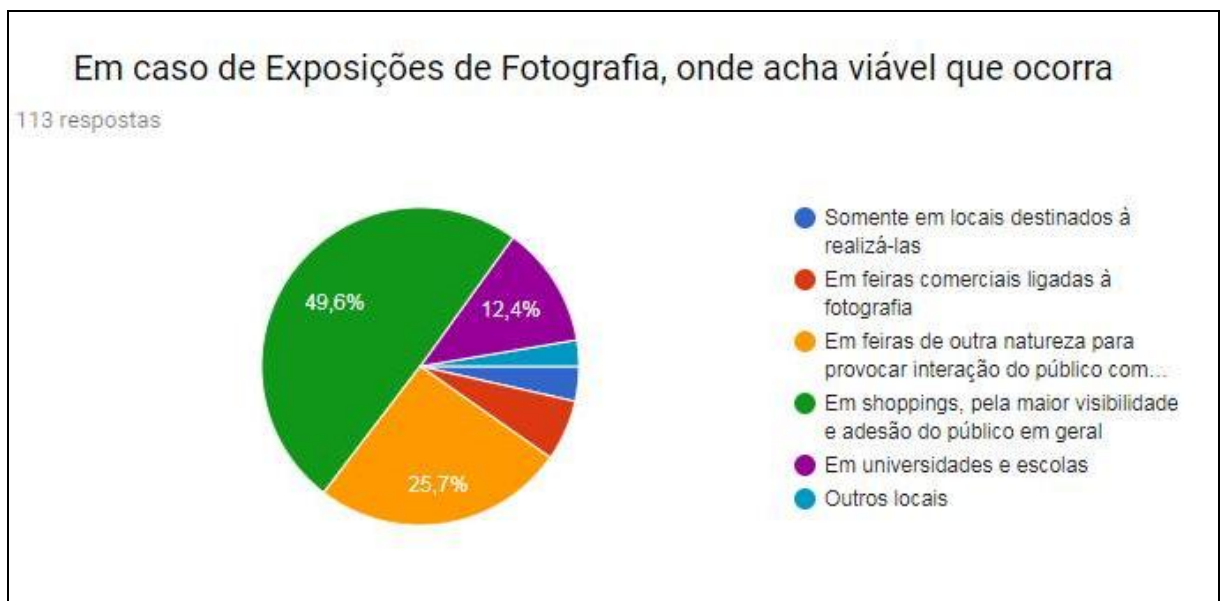
Quanto às opiniões a respeito de eventos envolvendo o segmento da fotografia no DF, observou-se que boa parte dos participantes da pesquisa acha que faltam eventos desta natureza na região. (Gráficos12).

GRÁFICO 12: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à falta de eventos de fotografia no DF.



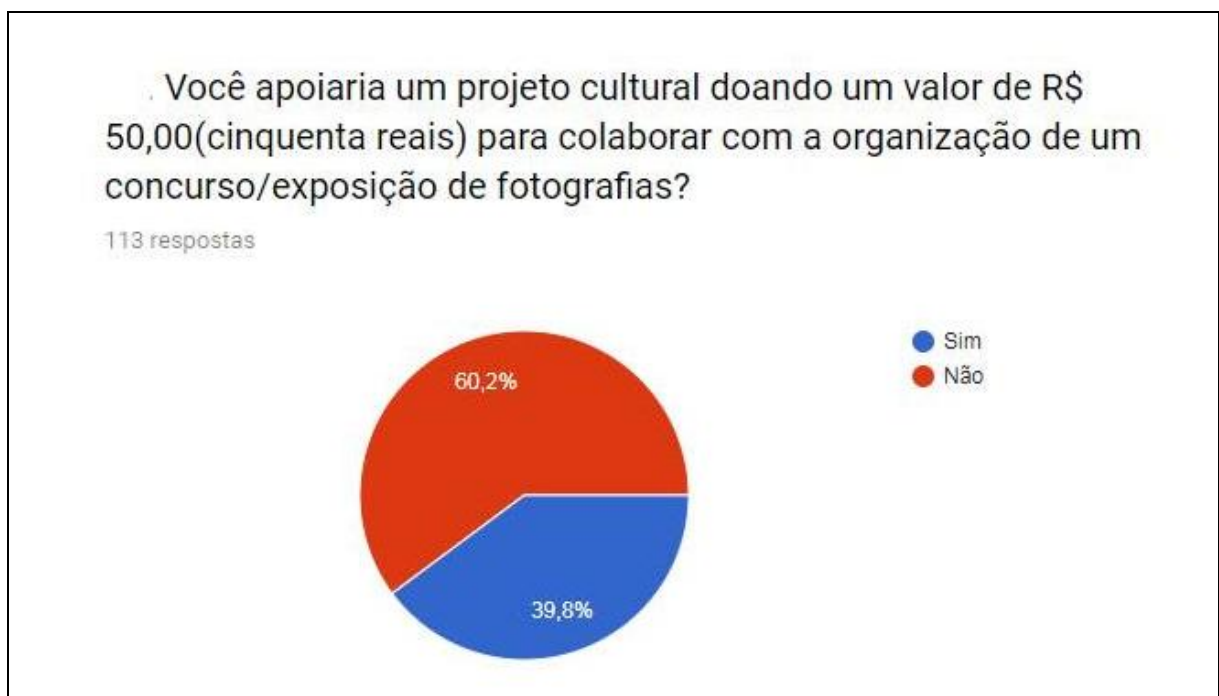
Com relação a local viável para realização de exposição de artes envolvendo o ramo da fotografia as alternativas mais indicadas pelos participantes do estudo foram Shoppings e Feiras. Foram citados no quesito outros locais: Parques, Centros culturais do Banco do Brasil, Galerias de arte e qualquer lugar onde o público possa interagir com a exposição. (Gráfico 13).

GRÁFICO 13: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao local mais viável para ocorrer exposições fotográficas.



De acordo com os autores Barbosa & Freitas Filho (2015) o financiamento cultural perpassa por várias questões entre a esfera pública, privada e individual. De acordo com os autores são necessárias fortes **iniciativas** para ajustar montantes de recursos. Estimular a participação das pessoas a apoiarem projetos culturais pode ser uma alternativa para fomentar eventos culturais, porém isto ainda é uma ideia desafiadora. Se observarmos o resultado deste estudo (Perguntas 13 do questionário, anexo 6) grande percentual na população pesquisada não doaria uma pequena taxa em dinheiro para ajudar na organização de evento aberto para o público em geral. Observa-se (pergunta 16, anexo 6) que a maioria dos respondentes (85%) disse que não gostariam de ser um apoiador cultural do projeto mesmo diante de uma contrapartida (Gráfico 14).

GRÁFICO 14: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possibilidade de colaborar com a organização de um concurso/exposição de fotografias.



Em relação ao olhar fotográfico, observou-se diferentes expressões e os vocábulos foram divididos para melhor visualização em categorias. Conceituar ou traduzir o “olhar fotográfico” não é uma tarefa fácil. De acordo com Diniz e Veiga (2012), entende-se que desde o momento em que a fotografia é concebida pelo fotógrafo, ela sofre influências, visto que o recorte fotográfico é uma interpretação que o mesmo faz da realidade. O receptor da imagem fotográfica, por sua vez, naturalmente inserido em outro contexto social, faz uma

segunda leitura da mesma realidade. Desta forma, discute-se a ambiguidade das imagens por suas múltiplas significações, pois, independente da intenção do fotógrafo ao produzi-las, admite-se que um simples detalhe pode atrair mais atenção do que o todo intencionalmente previsto dentro do campo visível exposto. Observou-se nesta pesquisa uma grande variedade de respostas para o olhar fotográfico. Para melhor análise as respostas foram divididas em categorias (Tabela1).

Tabela 1: Respostas à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” quanto ao olhar fotográfico.

Traduza o “OLHAR FOTOGRÁFICO” com uma palavra (Pessoas).		
CATEGORIA	VOCÁBULO	FREQUÊNCIA DAS RESPOSTAS
ARTES	<b>Beleza (Belo)</b>	4
	Arte	5
	Conhecimento	
	Criatividade	2
	Especial	
	História	
	Singular	
	Vida	3
EMOÇÃO	Amor	
	Admiração	4
	Alma	
	Brilho no olhar Empático	
	Cumplicidade	
	Emoção	
	Empático	
	Encantador	
	Esperança	
	Excepcional	
	Fantástico	
	Fascinação (Fantástico)	3
	Feeling	
	Impulso	
	Incrível	
	Inspirador	
	Instintivo	
	Intenso	
	Lembrança	
	Lúdico	
	Magia (Mágico)	3
	Memórias	
	Necessidade	
	Memórias	
	Paixão	2
	<b>Sensibilidade (sensível)</b>	<b>11</b>
Sentimentos	2	
Tudo		
COMPOSIÇÃO...	A maneira que o fotógrafo vê sua arte	
	Ângulo	
	Cena	

COMPOSIÇÃO	Clique	
	Composissionista	
	Delicadeza	
	Detalhes	4
	Específico	
	Extensão	
	Flash	
	Fotografia	
	Individual	
	Infinito	
	Íris	
	Interessante	
	Instantâneo	
	Leigo	
	Inteligente	
	São janelas da psique	
	Momentâneo (Momento)	2
	Multifacetado	
	Natureza	
	Nítido (Nitidez)	2
	Observador	
	Oportunidade	
	Ótimo	
	Perspectiva	4
	Paisagem	
	Paraíso focal	
	Profundo	
	Realidade	
	Revelador	
	Singularidade	
	Subjetividade (Subjetivo)	2
	Sutil (Sutileza)	2
Único		
Valioso		
Várias leituras de um ponto específico.		
Visão do fotógrafo (Enquadramento)		
HABILIDADE	Ângulo diferente	
	Analítico	
	Autoral	
	Crescimento	
	Dom	3
	Experiência	
	Foco (Enfoque)	
	Interpretação	
	Luz	
	Objetividade	
	Profissional	2
	Reflexo	
	Talento	2
	Técnica (s)	
	Visão (Visionário)	5
Visão de mundo		
AÇÃO...	Expressar (Expressão)	
	Compartilhar (compartilhamento)	
	Contemplan (Contemplação individual)	

AÇÃO	Descobrir (Descoberta)	2
	Diferenciar (Diferente)	
	Observar	
	Perceber	3
	Refletir (Reflexão)	2
	Sentir (Sentido)	2
	Valorizar	
	Vivência	

Ao serem estimulados a traduzir o “**olhar fotográfico**” com uma única palavra, foram utilizados diferentes vocábulos para traduzi-lo. Tabulou-se as expressões dos respondentes em diferentes categorias, para facilitar a análise das respostas. Foi possível perceber, a maioria dos respondentes o associa à sensibilidade, arte, beleza, visão, admiração, perspectiva e detalhes.

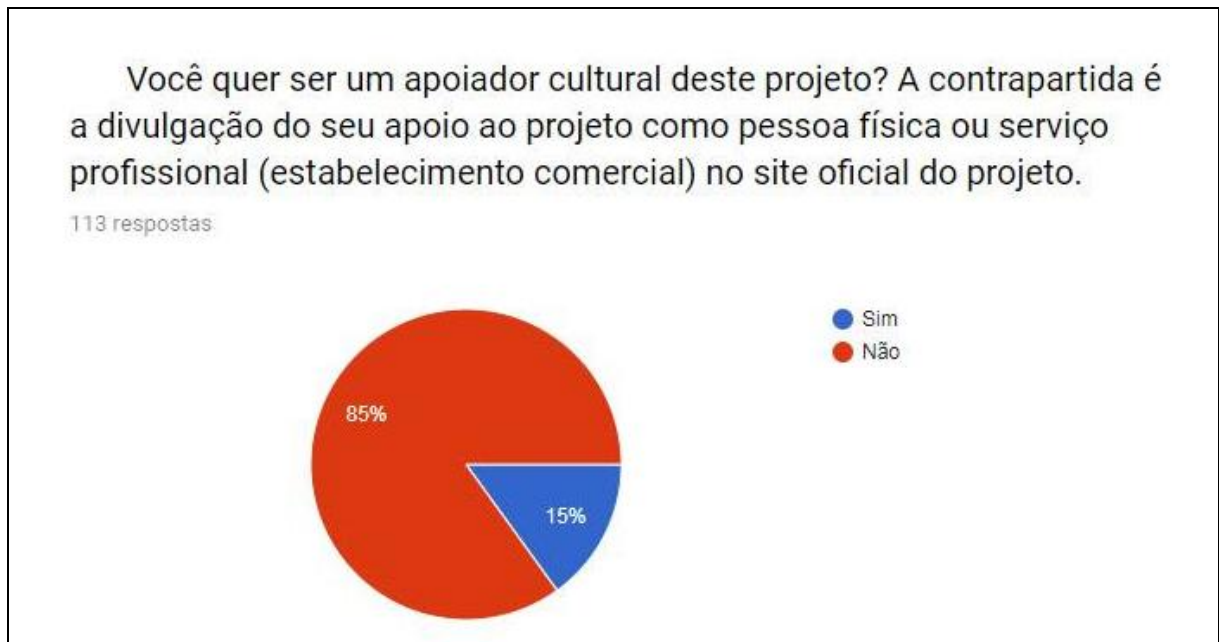
Quanto ao interesse de participar e ser avisado das ações do presente projeto, um percentual considerável de respondentes disse que não (Gráficos 15).

GRÁFICO 15: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à possível participação do concurso/exposição do projeto.



- A respeito de ser um apoiador cultural o segmento populacional entrevistado demonstrou baixa adesão, mesmo diante de uma contrapartida.

GRÁFICO 16: Percentual de respostas dos participantes da pesquisa “Brasília foco” quanto à ser um apoiador cultural do projeto.



- **Respostas do questionário para os fotógrafos.**

Este instrumento visou aferir algumas características dos profissionais fotógrafos de Brasília e entorno como: alguns dados demográficos, Quantos anos já exercem a profissão, setores onde trabalham, segmentos da fotografia que mais apreciam e fazem cobertura, suas expectativas quanto a eventos em sua área e suas colocações sobre o projeto em questão. Participaram do estudo 70 fotógrafos.

**- Dados sociodemográficos:**

GRÁFICO 17: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao sexo.

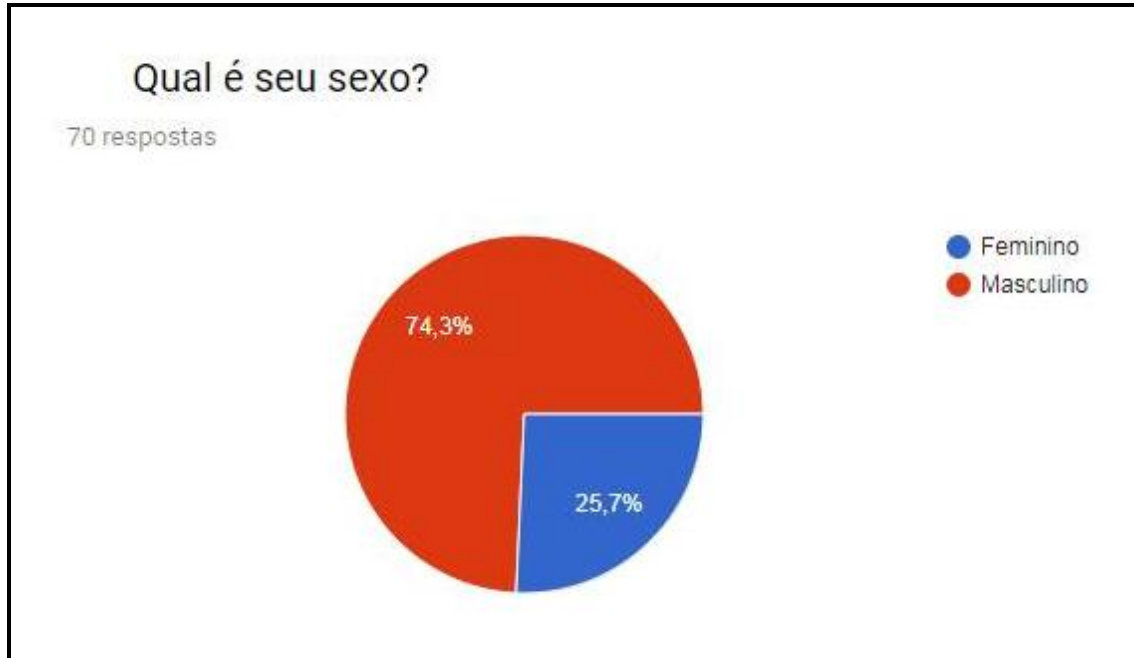
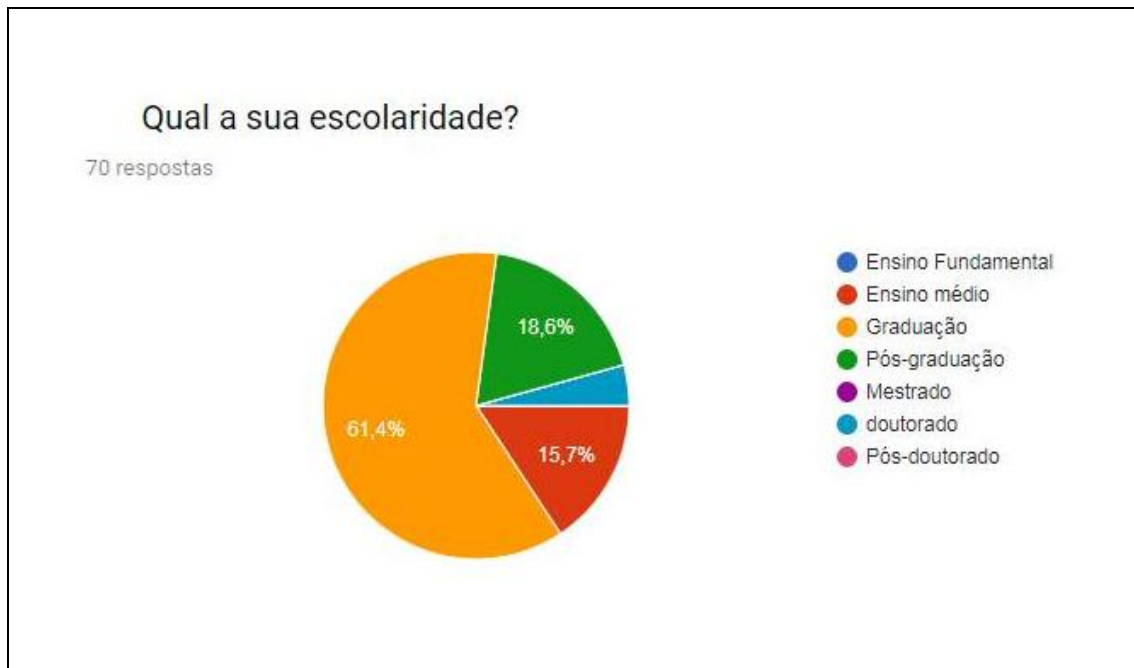


GRÁFICO 18: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à sua escolaridade.



### - Tempo de exercício profissional

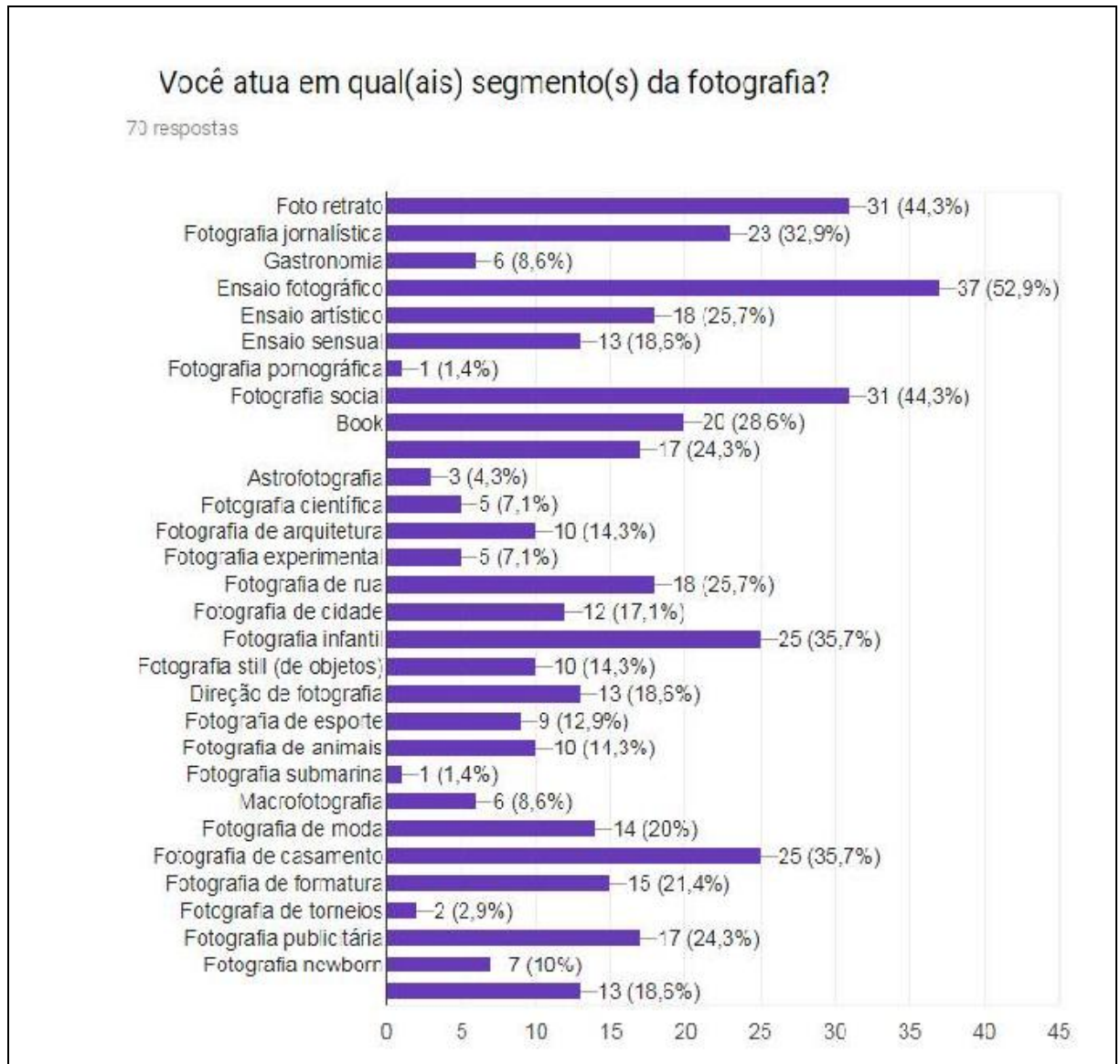
Apesar de diversidade no tempo de exercício profissional, observou-se que um grande percentual já está neste ofício há mais de 5 anos (Gráfico19).

GRÁFICO 19: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao seu tempo de exercício profissional.



Houve relatos de atuação nos diferentes segmentos da fotografia. O segmento de **ensaio fotográfico** foi mais representativo na amostra de fotógrafos, **seguido dos segmentos: foto retrato, fotografia social, jornalística, de casamento, publicitária e de rua** (Gráfico 20).

GRÁFICO 20: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao(s) segmento(s) da fotografia que atuam.



Na apreciação destas respostas foi interessante notar que o número de respondentes que atuam no segmento de fotografia de cidades foi pequeno (17,1%).

Neste quesito alguns fotógrafos optaram pelo item outros segmentos e suas respostas foram elencadas abaixo:

- Hobby
- Aviação (aviões)
- Natureza e pássaros
- Aviação e militar
- Eventos corporativos
- Teatro e gestantes
- [www.the-photoman.com](http://www.the-photoman.com)
- Autoral
- 15 anos
- Editorial
- Ensaio em geral: gestantes, feminino, familiar, eventos, aniversários
- Música/show/beleza
- Fotografia country.

**- Segmento que preferem fotografar.**

Tabela 2: Qual o seu segmento preferido das opções anteriores? Escolha apenas uma categoria anterior. A que mais gosta			
Aniversário e casamento	Ensaio familiar	Fotojornalismo (5)	Quinze anos
Arquitetura(2)	Ensaio sensual (3)	Fotografia experimental	Retrato (2)
Astrofotografia	Ensaio em geral		Retrato dentro da fotografia country
Autoral	Esporte	Infantil, Criança (5)	Rua (2)
Aviação (aviões) (2)	Eventos corporativos	Landscape/Natureza(5)	Sensual (2)
Beleza	Eventos sociais	Moda	Social
Casamento (6)	Formatura	Newborn (2)	Social e macrofotografia
Culinária	Fotografia em geral	Paisagem (3)	Teatro
Direção (2)	Fotografia de Animais	Política	
Ensaio artístico	Fotografia de casamento (3)	Publicitário	
Obs: Os números entre parênteses correspondem às respostas iguais. Dadas por mais de um fotógrafo			

No grupo analisado os segmentos mais representativos como prediletos foram fotojornalismo, natureza e paisagem.

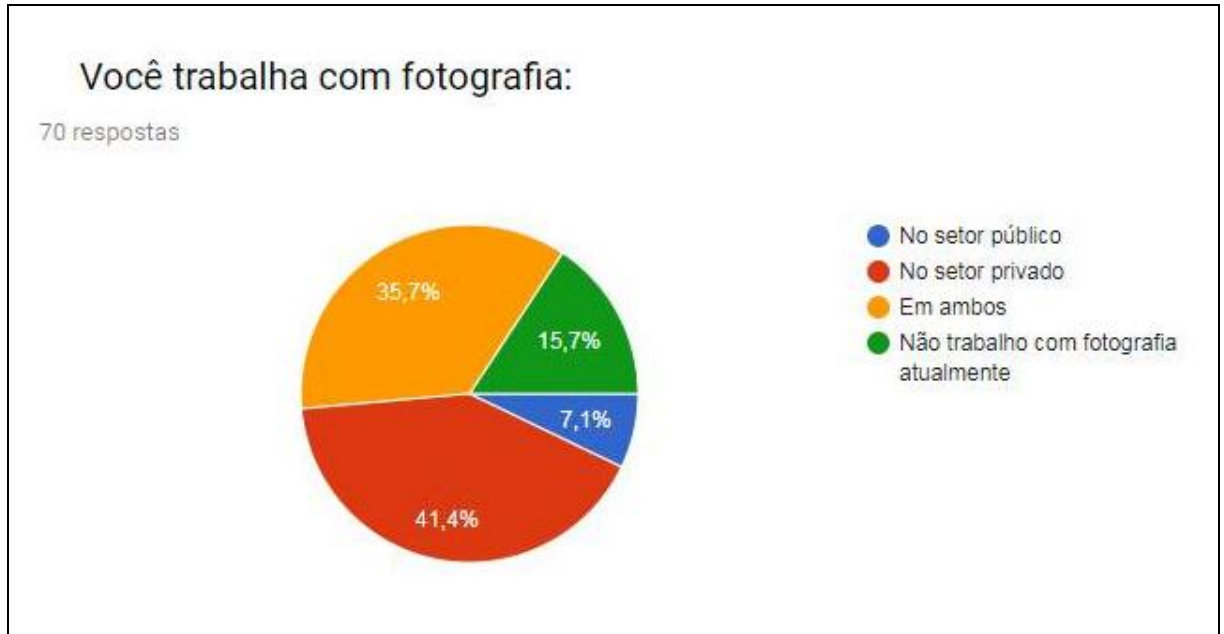
**- Segmentos que menos gostam de fotografar**

Tabela 3: Qual o segmento que menos gosta? Escolha apenas uma categoria anterior. A que menos gosta.			
Book (2)	Formatura (6)	Gastronomia (2)	Nenhum (3)
Casamento (11)	Foto retrato	Infantil (5)	Newborn (6)
Cerimônia	Fotografar pessoas	Jornalística	Newborn (é muito cuidado com a criança)
Direção de fotografia	Fotografia de Animais	Landscape	Nu
Ensaio Fotográfico (2)	Fotografia de arquitetura	Macrofotografia (2)	Pornografia (6)
Esporte	Fotografia de Moda	Moda (3)	
Eventos (2)	Fotografia de rua	Não fotografar	
Família	Fotografia social (3)	Não há	
Obs: Os números entre parênteses correspondem às respostas iguais. Dadas por mais de um fotógrafo			

No grupo de fotógrafos respondentes verificou-se que os segmentos menos apreciados para fotografar foram de casamento, formatura, pornografia, “*newborn*” e infantil.

- Setor que exercem a profissão.

GRÁFICO 21: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao(s) setores onde exercem seu trabalho.



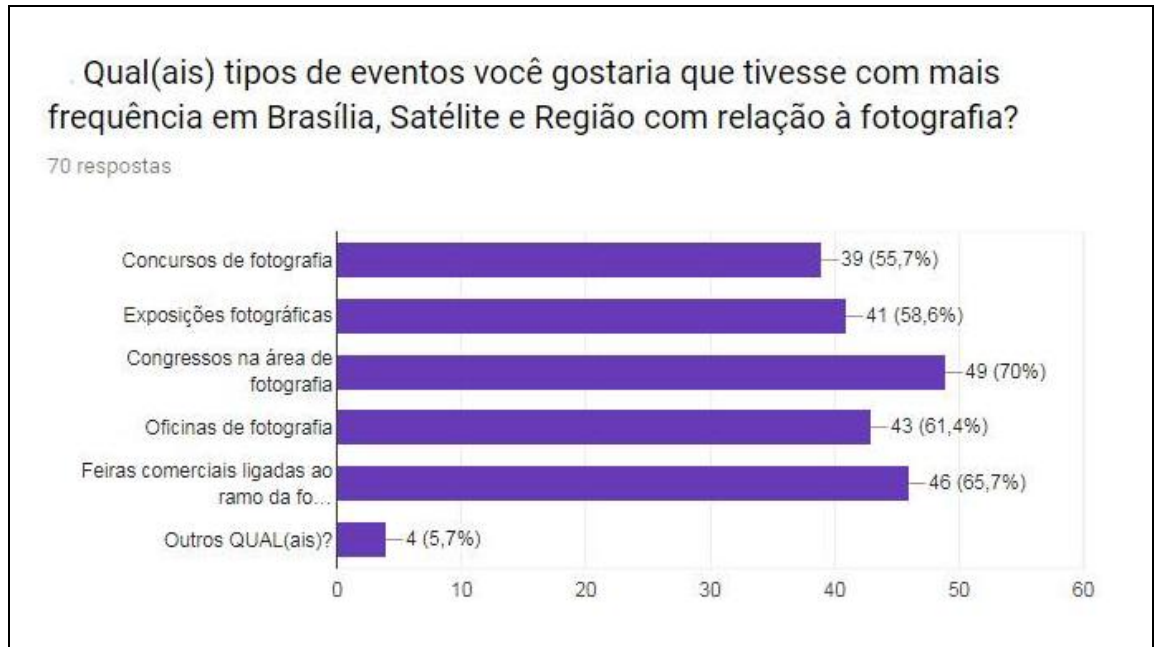
### - Com relação á eventos de fotografia

A maioria dos fotógrafos disse que faltam eventos de fotografia no DF (Gráfico 22) e gostariam que tivesse eventos relacionados à área com mais frequência em Brasília, Satélite e Região. Gostariam que houvesse mais congressos, feiras comerciais e oficinas ligadas ao ramo da fotografia (Gráfico 23).

GRÁFICO 22: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto á falta de eventos de fotografia no DF.



GRÁFICO 23: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa Brasília em foco” quanto aos tipos de eventos de fotografia que gostariam de ter no DF.



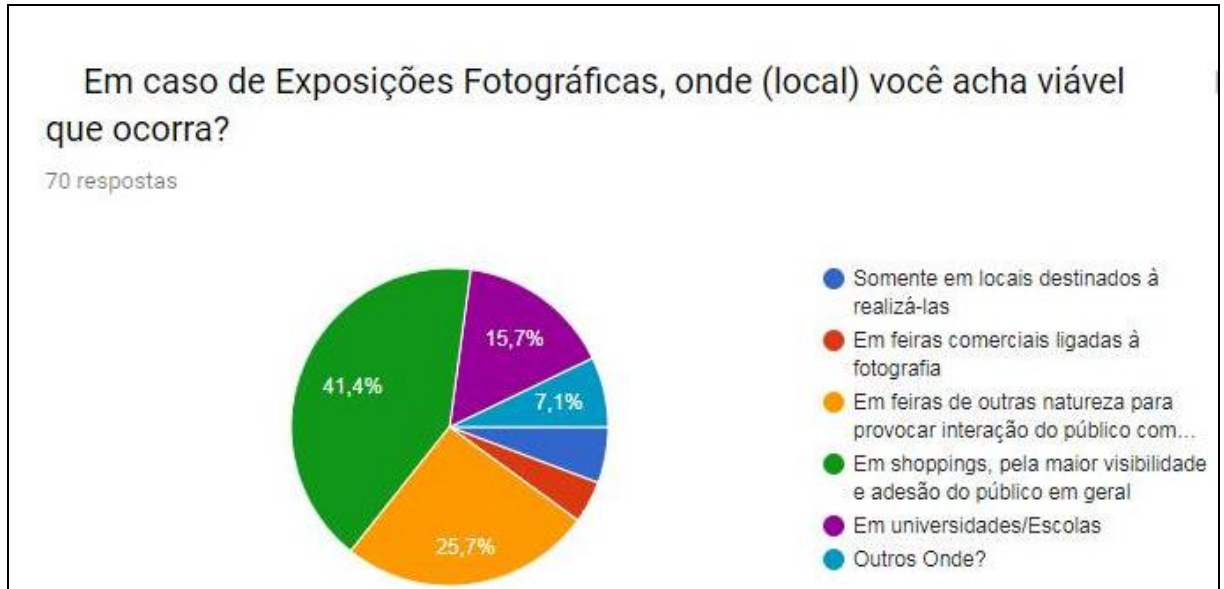
Diante das respostas dos fotógrafos observadas no gráfico acima, diagnosticou-se seus anseios quanto ao tipo de eventos que gostariam de ter na Cidade de Brasília e entorno. As mais almejadas pelo grupo analisado foram: congressos na área de fotografia, feiras comerciais ligadas ao ramo da fotografia, oficinas de fotografia e exposições na área de fotografia. Isto reforça que o evento idealizado neste projeto pode ser concretizado de modo a alcançar seus objetivos.

**Se optou pela opção outros, especifique qual (ais):**

Alguns fotógrafos (4,25) gostariam que houvesse eventos contendo debates, bons cursos no ramo da fotografia e Workshops mais acessíveis.

- Quanto ao local para ocorrência de exposições fotográficos.

GRÁFICO 24: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa Brasília em foco” quanto ao local mais viável para a ocorrência de eventos de fotografia que gostariam de ter no DF.



**Se optou pela opção outros, especifique onde:**

Um percentual de 7,1% dos entrevistados apontaram outras opções de local para a ocorrência das exposições:

- Museu, teatro e demais espaços culturais;
- Instituições públicas;
- Em qualquer lugar;
- Onde tiver que acontecer. Depende do autor;
- Nas ruas;
- Em locais públicos, como rodoviárias e estações de metrô.

**- A respeito de participação em concursos de fotografia e motivação para participar.**

Entre os fotógrafos, observou-se um contingente mediano de participação em concursos. Houve a justificativa de participarem de concursos por simplesmente gostar de fotografar (Gráficos 25 e 26).

GRÁFICO 25: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à participação em concursos de fotografia.

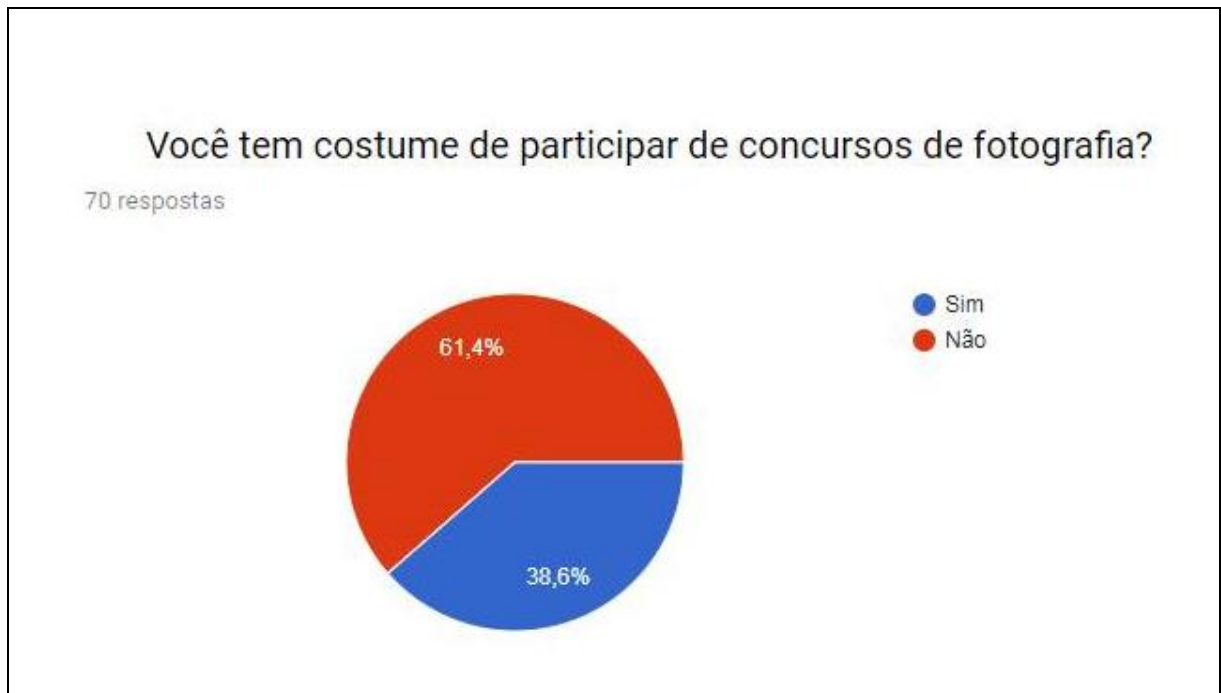
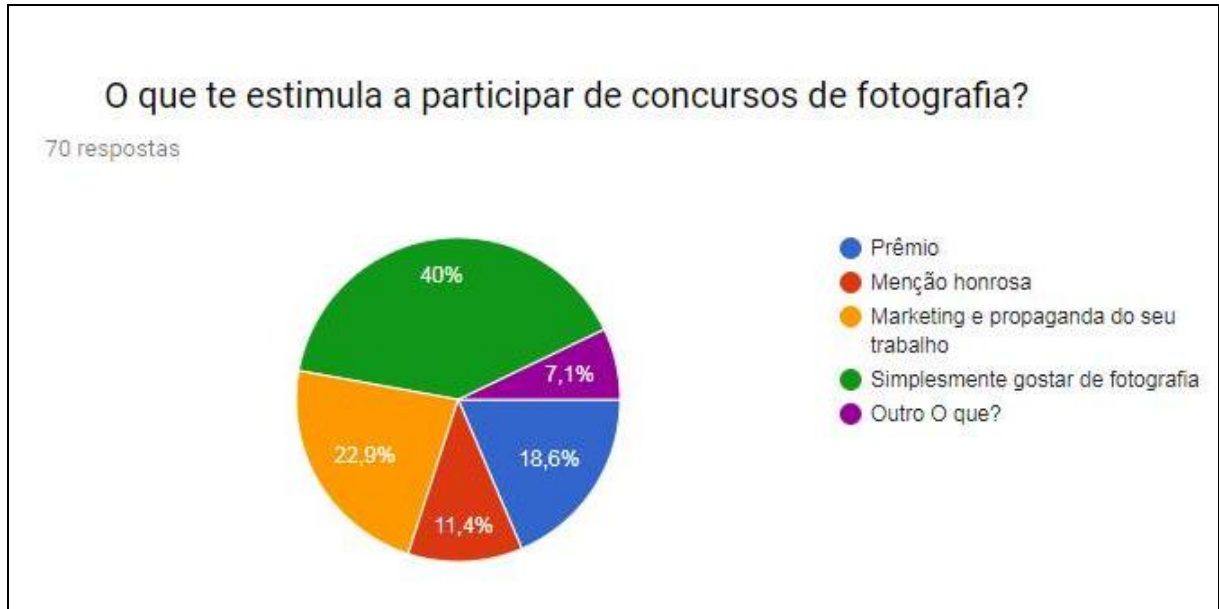


GRÁFICO 26: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao que estimula a participar de concursos de fotografia.



No item outro motivo, houve a alegação de quatro profissionais que participa para mostrar seu trabalho.

**Em relação à possibilidade de participar do presente projeto a maioria dos profissionais mostrou interesse em participar.**

GRÁFICO 27: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à participação em concurso focado nos pontos tombados de Brasília.



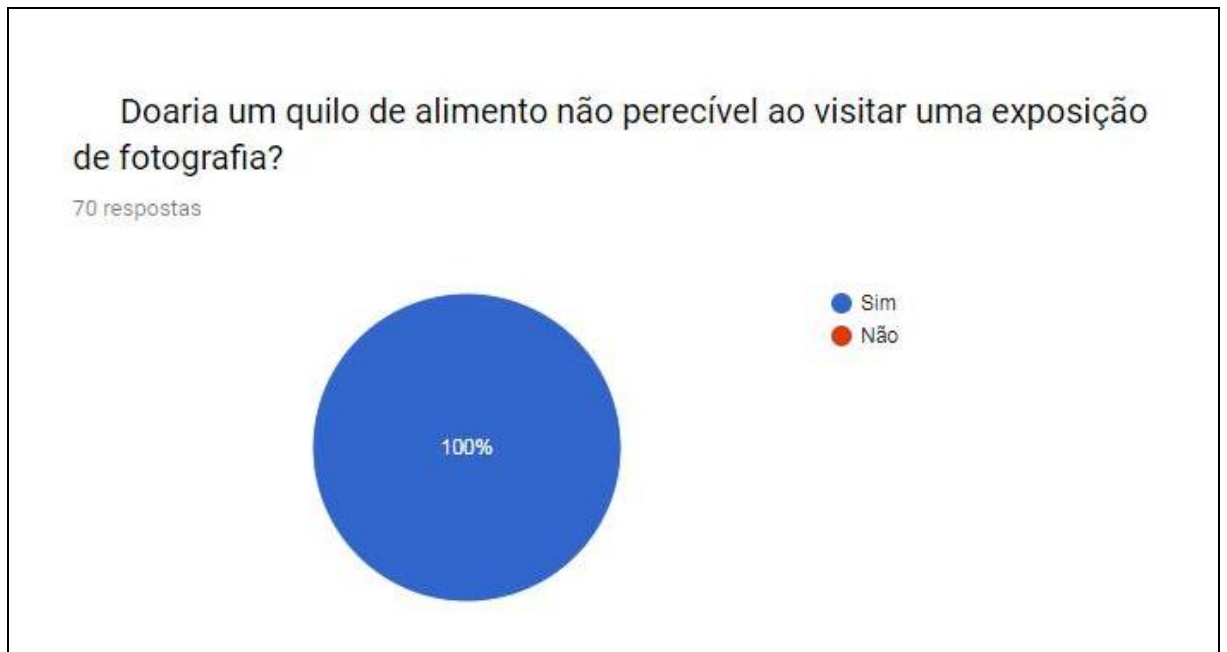
**- Em relação a atitudes beneficentes em relação à eventos culturais no ramo da fotografia.**

Mais de 90% demonstraram adesão à causa beneficente. Um número expressivo de fotógrafos doaria sua foto premiada para leilão beneficente e em unanimidade todos os profissionais doariam 1 kg de alimento para visitarem uma exposição fotográfica (Gráficos 28 e 28).

**GRÁFICO 28:** Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de sua foto premiada para um leilão beneficente.

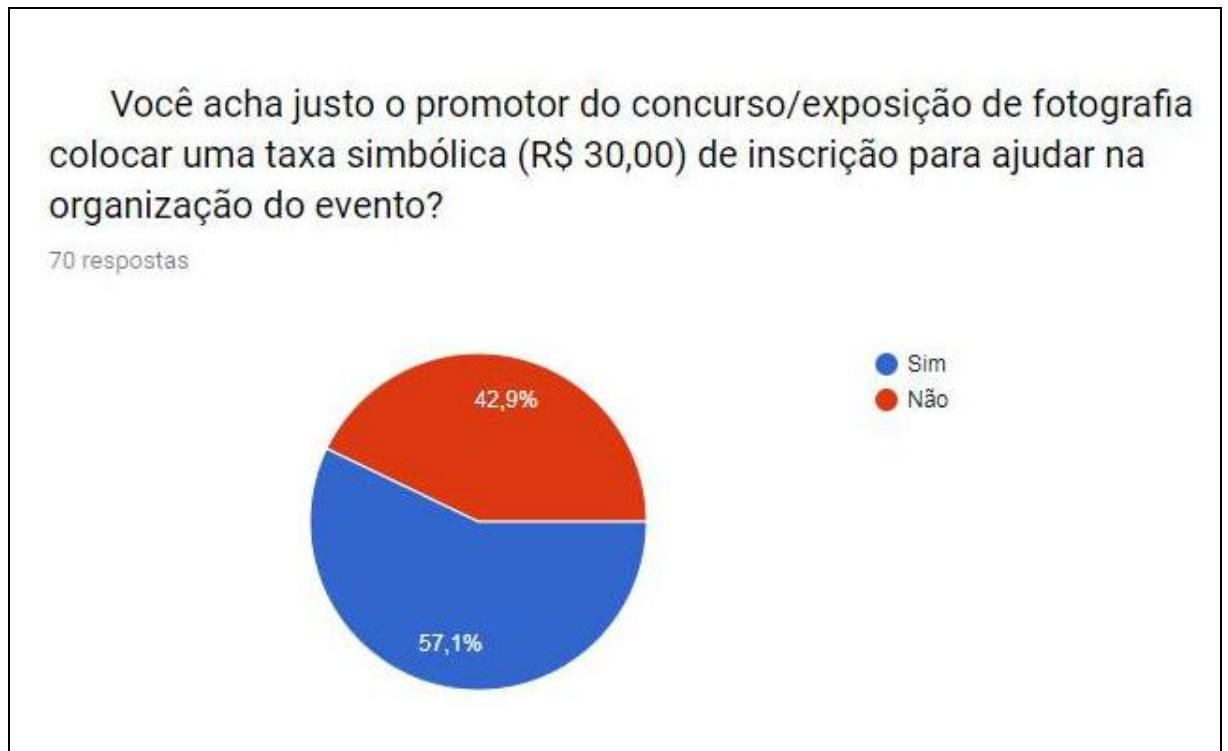


GRÁFICO 29: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à doação de 1 Kg de alimento para visitar uma exposição fotográfica.



- Em relação à valor de inscrição para participação em concursos e apoio a eventos culturais no ramo da fotografia (Gráfico 30).

GRÁFICO 30: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto à valor de inscrição para participação em concurso.



A maioria demonstrou interesse em participar do projeto. Trinta e uma pessoas deixaram seus contatos para ser avisados do concurso (Gráfico 31).

GRÁFICO 31: Percentual de respostas dos fotógrafos participantes da pesquisa “Brasília em foco” quanto ao interesse de participar do concurso do presente projeto.



Para melhor análise da definição de “Olhar fotográfico pelos fotógrafos, as respostas também foram divididas em categorias (Tabela 4).

Tabela 4: Respostas à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” quanto ao olhar fotográfico.

Traduza o “OLHAR FOTOGRÁFICO” com uma palavra (Fotógrafos).		
CATEGORIA	VOCÁBULO	FREQUÊNCIA DAS RESPOSTAS
ARTES	Cultura	2
	Essência	
	Mensagem	
	Vida	
EMOÇÃO	Amor	5
	È como você vê	
	Inspiração	
	Memorial	
	Paixão	
	<b>Sensibilidade</b>	<b>10</b>
	<b>Sentimento</b>	<b>5</b>
COMPOSIÇÃO	Composição	
	Criação	
	Curiosidade	
	Detalhe de perfeição	
	Diferente	
	Imaginário	
	Janela	
	Momento	4
	Pessoal	
	Seu olhar e nada mais, tudo pode ser motivo.	
	Singular	
	Visão do momento	
HABILIDADE	Experiência	
	Foco	2
	Luz	3
	Luz na retina	
	Lente	
	Técnico, Técnicas	
	Visão (2)	
	Vivência	
AÇÃO	È como você vê	
	Eternizar	
	Percepção, Perceptivo	3
	Sentir	2

É importante salientar que também no grupo de fotógrafos houve associação do “Olhar fotográfico” com a categoria das emoções. Os vocábulos mais utilizados para

traduzi-lo foram sensibilidade e sentimento.

Para melhor análise do que representa a fotografia para os fotógrafos, as respostas também foram divididas em categorias (Tabela 5).

Tabela 5: Respostas dos fotógrafos à pesquisa “Brasília em foco- fotografia” à pergunta  
**“Para você fotografia é:”**

Para você fotografia é: - (Respostas dos Fotógrafos)		
CATEGORIA	VOCÁBULO	FREQUÊNCIA DAS RESPOSTAS
<b>ARTES</b>	<b>Arte</b>	<b>5</b>
	Autoral	
	<b>Beleza, Belo</b>	<b>3</b>
	Encantador	
	Expressão	
	História	
	Interessante	
	Memórias	
<b>EMOÇÃO</b>	Admiração (2)	
	Alma	
	Amor	
	Cumplicidade	
	Emoção	
	Esperança	
	Instinto	
	Intenso	
	Lembrança	
	Lúdico	
	Magia	
	Paixão	2
	<b>Sensibilidade</b>	<b>7</b>
	Sensível	
	Sentido	
Sentimento (s)	2	
Vida		
	Ângulo	
	Ângulo diferente	
	Cena	
	<b>Detalhe Detalhes</b>	<b>4</b>
	Diferente	
	Enfoque	
	Especial	
	Fantástico	

COMPOSIÇÃO	Flash	
	Individual	
	Instante	
	Leigo	
	Momento	
	Natureza	
	Ótimo	
	Janelas da psique	
	Singelo	
	Singular	
	Subjetividade	
	Sutil	
	Tudo	
	Único	
HABILIDADE	Analítico	
	Criatividade	
	Dom	3
	Experiência	
	Inteligente	
	Interpretação	
	Luz	
	Nitidez	
	Objetividade	
	Profissional	
	Talento	3
	Técnica	
	Várias leituras de um ponto específico	
	Vivência	
AÇÃO	Compatilhamento	
	Contemplação Individual	
	Descoberta	
	Observador	
	Oportunidade	
	Percepção, Perspectiva	7
	Reflexão	
	Visão de mundo	
	Visionário	

Para definirem a fotografia os vocábulos mais utilizados foram: sensibilidade, percepção, arte, detalhes e beleza.

## 8. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

### 8.1 ESCOLHA E DEFINIÇÃO DO LOCAL/JUSTIFICATIVA

Como o projeto será realizado com apoio e patrocínio, foi realizado contato com vários lugares e suas respectivas administrações, para chegar à viabilidade de conseguir o espaço para exposição gratuitamente. Na pesquisa de mercado foi sondado o público geral e de profissionais fotógrafos quanto o lugar ideal para a realização da exposição fotográfica. Ao serem questionados: **Em caso de Exposições Fotográficas, onde (local) você acha viável que ocorra?** Houve dois segmentos mais representativos: **em Shoppings** (justificativa de ter mais visibilidade e adesão do público em geral) e **em Feiras de outra natureza** (justificativa de provocar interação com o público em geral). Desta forma pleiteia-se o apoio para que a exposição ocorra em um Shopping de Brasília.

**8.2 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES DO EVENTO “BRASÍLIA EM FOCO” - A FOTOGRAFIA COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL DE BRASÍLIA, DEMAIS REGIÕES ADMINISTRATIVAS DO DF E RIDE, BRASIL.**

<b>Descrição das atividades</b>	<b>Mai/2018</b>	<b>Jun/2018</b>	<b>Jul/2018</b>	<b>Ago/2018</b>	<b>Set/2018</b>	<b>Out/2018</b>	<b>Nov/2018</b>	<b>Dez/2018</b>	<b>Jan/2018</b>	<b>Fev/2019</b>	<b>Mar/2019</b>	<b>Abr/2019</b>	<b>Mai/2019</b>	<b>Jun/2019</b>
<b>PRÉ-EVENTO (Pré- produção)</b> Levantamento bibliográfico e pesquisa exploratória de eventos já realizados em Brasília, ...	X													
Construção das normas do concurso.		X												
Delimitação do conceito do Evento, Construção da marca do evento e site oficial do evento.		X	X	X	X									
Construção de lista de possíveis apoiadores e patrocinadores do evento. Construção de lista de possíveis avaliadores das fotos vencedoras. Plano de Marketing e planejamento estratégico do evento (ações)		X	X											
Captação de recursos			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Construção de lista de possíveis voluntários para trabalhar no evento.					X	X	X	X	X					
Lançamento das normas do concurso e abertura das inscrições na plataforma Symppla para a participação no evento									X					
Divulgação do concurso nas mídias sociais, planfletos da marca, escolas de fotografia, etc. Encerrado o tempo para o envio das fotos será realizada a análise das fotos e									X					





## **9. PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO: PROJETO BRASÍLIA EM FOCO**

Por questões didáticas o Plano de Marketing será dividido em etapas:

### **1ª ETAPA: PLANEJAMENTO**

#### 9.1 Justificativa para elaboração do Plano de Marketing.

Qualquer evento necessita para seu sucesso de um excelente plano de marketing. Fazer marketing envolve o trabalho conjunto de todas as funções responsáveis por tornar possível que um produto ou serviço seja adquirido pelo público final. Buscar ferramentas para influenciar e conquistar o público é fundamental para obtenção de resultados positivos. Todo produto tem que ser bem ofertado de modo atraente para sensibilizar o consumidor. Verificou-se com a pesquisa de mercado que o público relatou ter interesse por eventos ligados ao ramo da fotografia e especificamente pelo evento específico proposto no presente projeto. Pensar em maneiras de fazer com que o público alvo tome conhecimento da existência de um determinado evento é primordial. Idealizar a promoção das estratégias de divulgação nos canais mais apropriados para o evento a ser realizado faz parte de um planejamento efetivo.

Neste contexto o projeto Brasília em Foco abordará possíveis apoiadores e público alvo com a justificativa de que ele se refere a um Concurso de fotografia culminando numa Exposição fotográfica das fotos premiadas e com menção honrosa. Mencionará seus objetivos de modo claro visando à valorização do projeto a ser desenvolvido. Será realizado pela promotora do evento que vislumbrou na cidade de Brasília, Regiões Administrativas adjacentes e Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE) um nicho carente de produções culturais ligadas à fotografia.

Foi possível verificar nas respostas aos questionários do presente projeto que embora Brasília tenha competentes e renomados profissionais, a grande maioria não utiliza da comunidade local para expor seus trabalhos em mostras fotográficas que favoreçam a apreciação da população local. Há queixa geral entre o público de profissionais fotógrafos que falta apoio e subsídio, de eventos locais para fomentar trabalhos existentes e busca de novos talentos no ramo da fotografia. Valorizar os encantos naturais, culturais, ecológicos, cívicos, arquitetônicos, turístico Brasília, demais regiões administrativas e RIDE será gratificante, uma vez que estas regiões têm excelente potencial para documentários por meio da fotografia. O projeto pretende realizar um evento que coloque em evidência talentos regionais na área da

fotografia. Demonstrar o rico patrimônio histórico da comunidade local ainda pouco valorizado. Em sua primeira edição, o projeto contemplará primeiramente a cidade de Brasília e nas próximas as Regiões Administrativas e RIDE.

## 9.2 ANÁLISE DE AMBIENTE

Brasília, demais regiões administrativas e RIDE são ricas em atrativos com grandes potencialidades para documentários por meio da fotografia (Figura 1).

Figura1 - Análise do ambiente



Fonte: Figura elaborada pela autora do projeto

### 9.2.1 Definição do posicionamento de mercado

Eventos isolados de fotografia. Boa adesão a esse tipo de evento.

## 9.3 DEFINIÇÃO DA MARCA DO EVENTO

“Brasília em Foco” em sua filosofia central, visa promover a descoberta de novos nomes no vasto mundo fotográfico, a evidenciação de nomes já existentes e a interação entre todos. Usando de Eventos temáticos (concurso de fotografia e exposição fotográfica das fotos premiadas) para propiciar meios de união da classe fotográfica, inclusão social no meio e

propagação da atividade fotográfica com o objetivo de popularização da atividade. Para atingir estes objetivos **a marca veicula a filosofia do incentivo a prática fotográfica e ao gosto habitual pela prática da fotografia, comum de quem adere à atividade e compartilhado por quem já pratica.** O Slogan que traduz essa filosofia é a frase: **“Curvas e ângulos que contagiam!”**

## 9.4 DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS E PEÇAS DE COMUNICAÇÃO (Tabela 6)

Tabela 6: ESTRATÉGIAS E PEÇAS DE COMUNICAÇÃO DO EVENTO BRASÍLIA EM FOCO		
AÇÃO	PEÇA DE COMUNICAÇÃO	JUSTIFICATIVA
1- Construção do conceito da marca (MANUAL DA MARCA)	A marca será utilizada no site nas mídias, impressos, cartazes, livros, cartões de visitas, banners, flyers, etc (Figuras 2, 3, 4, 5, 7, 8)	Um evento pode ficar mais reconhecido de tiver uma identidade visual que o identifique em todas as suas ações.
2- Construção do SITE da marca e evento/aquisição de domínio próprio	<a href="https://www.brasiliaemfoco.com/">https://www.brasiliaemfoco.com/</a> (Figura 9)	O site é um excelente recurso para divulgar a marca, fazer propaganda da marca, divulgar ações do evento, subsidiar vários tipos de ação do mesmo, estabelecer conexão com o público, publicar e dar visibilidade aos resultados de concurso e exposições de fotografia. Firmar curadoria de conteúdo na área de fotografia e estabelecer elos de contrapartida com profissionais do ramo e apoiadores culturais.
3- Divulgação nas Mídias sociais...		O mundo atual vive plugado nas redes sociais. De acordo com a “Pesquisa Brasileira de Mídias de 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira” anúncios nas redes sociais é um recurso de grande impacto em todas as faixas etárias. Excelente para comunicação com patrocinadores e expositores
	Facebook	De acordo com a “Pesquisa Brasileira de Mídias de 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira” o facebook é a plataforma de interação mais utilizada no Brasil em todas as faixas etárias

Divulgação em Mídias sociais	Instagram	Pessoas gostam de registrar momentos. Esta peça de comunicação é bastante utilizada para flash de lugares e acontecimentos. É a preferida dos jovens.
	<i>BLOG</i> (ação contínua)	Excelente para produção de conteúdo frequente. É dinâmico, leve e pode fidelizar o público consumidor se bem elaborado.
	<i>Twiter</i>	Bom para criar seguidores.
	<i>YOUTUBE</i> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BkjFLYvV2Ik">https://www.youtube.com/watch?v=BkjFLYvV2Ik</a> (Figura 10)	É um excelente canal de comunicação para vídeos feitos para valorizar e registrar documentários do evento principalmente de exposições fotográficas
4- Envio de mensagens rápidas, imagens criativas	Aplicativo “ <i>Whats app</i> ”	Excelente para divulgação em grupos sociais e informações rápidas. Atinge rapidamente grande contingente de pessoas
5- Elaboração de Vídeos e áudios	<i>Lumem 5 Tem</i> (Figura 11)	Podem ser ser construídos rapidamente e postados em sites, facebook, instagram e enviados por celular.
6- Aquisição de E-mail corporativo	contato@brasíliaemfoco.com	Excelente para formalizar a comunicação entre usuários e promotores de evento
7- Elaboração de impressos	<i>Folders/ Flyers/catálogos/livro/cartão de visitas</i>	São peças úteis para divulgação da marca e evento orientação e curadoria em exposições fotográficas
8- Impressão de Banners	Painel de apoiadores	Fácil manuseio e excelente para captação de apoiadores
9- Construção de “Livro online”	<i>Site</i>	Excelente para divulgação de resultados de exposições e gerar registros.
10- Produção de livro impresso	Livro com fotos vencedoras e com menção honrosa	Gerar registros e também podem ser vendidos para angariar fundos para outras edições do concurso
11- Abordagens do público alvo e Profissionais fotógrafos	Pesquisa de Mercado Entrevistas	A pesquisa de mercado tem intuito de sondar as forças, fraquezas oportunidades e ameaças do ambiente. E as entrevistas poderão ser utilizadas para dar visibilidade ao evento e público abordado.

Figura 2: Manual de Identidade da marca



Figura 3: Apresentação da marca



Figura 4: Slogan e Filosofia

**SLOGAN E FILOSOFIA:**

**CURVAS E ÂNGULOS QUE CONTAGIAM!**

O projeto "Brasília em foco", em sua filosofia central, visa promover a descoberta de novos nomes no vasto mundo fotográfico, a evidência de nomes já existentes e a interação entre todos. Usando de eventos temáticos para propiciar meios de união da classe fotográfica, inclusão social no meio e propagação da atividade fotográfica com objetivo de popularização da atividade.

Para atingir estes objetivos a marca veicula a filosofia do incentivo à prática fotográfica e ao gosto habitual pela prática da fotografia, comum de quem adere à atividade e compartilhado por quem já pratica. O slogan que traduz essa filosofia é a frase: curvas e ângulos que contagiam!.



Fotografe e com amor!

Figura 5: Versões do logotipo

**VERSÕES DO LOGOTIPO:**



Versão principal simples em fundo branco. Uso Geral ou para impossibilidade de uso de cor, como xerox e impressões PB



Para fundos pretos sem possibilidade de fundo de cor. Versão de alto contraste. Para se obter basta remover a saturação e inverter a versão colorida.



Versão Secundária colorida em fundo preto. Uso com intenção de cor e layouts chamativos. (Pode ser metalizado).



Marca d'água. Para marcação de conteúdos privados. Para se obter essa versão basta aplicar 18% de opacidade à versão básica

**ATENÇÃO:**  
**Nenhuma outra versão além destas mostradas acima deverá ser criada em tentativa de representação da marca sob qualquer hipótese!**  
**As versões apresentadas devem estritamente serem usadas em suas respectivas funções e sem nenhum tipo de desfiguração ou efeito.**

Figura 6: Exemplo de aplicação da marca para uso *online*.



Figura 7: Exemplo de aplicação da marca para uso impresso 1



Figura 8: Exemplo de aplicação da marca para uso impresso 2



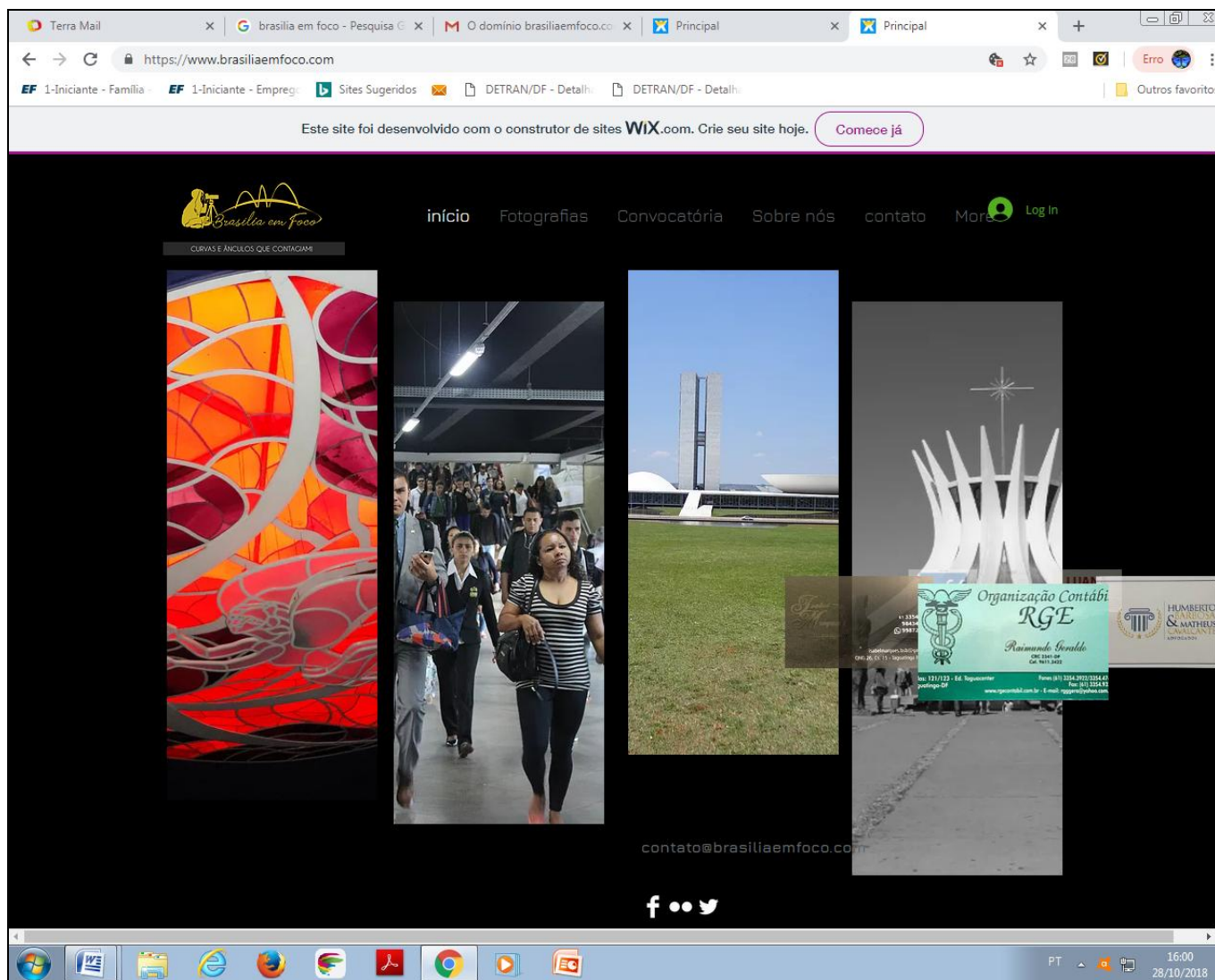
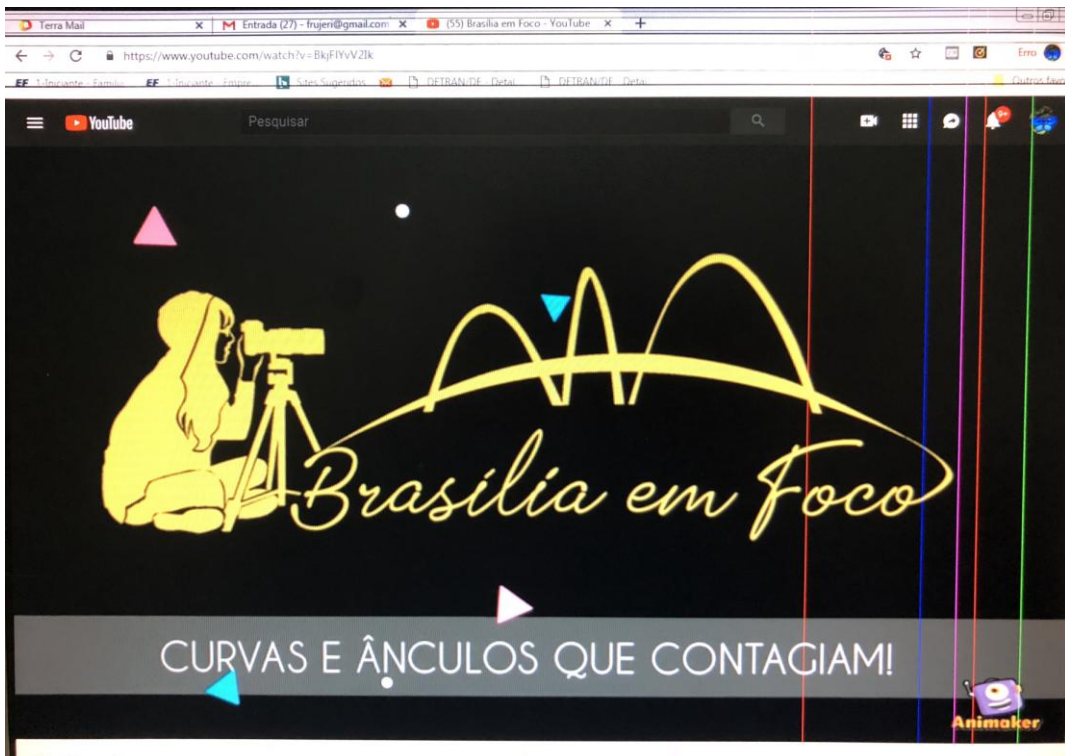
Figura 9: Página inicial do site - <https://www.brasiliaemfoco.com>

Figura 10: Vídeo criado a plataforma *Lumen 5*Figura 11: Vídeo Criado no *Animaker* para *Youtube*

## **2ª ETAPA: IMPLEMENTAÇÃO**

### 9.5 PLANO DE *MARKETING* E COMUNICAÇÃO PARA O EVENTO BRASÍLIA

EM FOCO (Tabela 7).

<b>TABELA 7: PLANO DE <i>MARKETING</i> E COMUNICAÇÃO PARA O EVENTO</b>			Evento:	<b>Brasília em Foco</b>			
			Data:	<b>MAIO/2018 à JUNHO/2019</b>			
			Descrição:	<b>Concurso de fotografia culminando em Exposição Fotográfica das fotos premiadas e com menção honrosa.</b>			
Estágio	Semana	Mensagem	Canais				
			Blog & Email	Redes Sociais	Parceiros	Mídia Paga	TELEFONE
Pré-evento	Semana 1	Desenvolvimento do conceito do evento	x		x		x
	Semana 2	Construção das redes sociais	x	x			x
	Semana 4	Pesquisa perfil de público	x	x	x		
	Semana 5	Aplicação pesquisa	x	x			
	Semana 6	Aplicação pesquisa	x	x	x		x
Construção do Relacionamento com a Comunidade	Semana 7	<i>Blog post</i> (1)	x	x			
	Semana 8	Entrevista (1)	x	x			
	Semana 9	Curadoria de conteúdo (1)	x	x			
	Semana 11	<i>Blog post</i> (2)	x	x			
	Semana 12	Entrevista (2)	x	x			
	Semana 13	Curadoria de conteúdo (2)	x	x			
	Semana 15	<i>Blog post</i> (3)	x	x			
	Semana 16	Entrevista (3)	x	x			
Semana 17	Curadoria de conteúdo (3)	x	x				

	Semana 19	<i>Blog post</i> (4)	x	x			
	Semana 20	Entrevista (4)	x	x			
	Semana 21	Curadoria de conteúdo (4)	x	x			
Planejamento	Semana 22	" <i>Save the date</i> " - reserve a data	x	x	x		
	Semana 23	<i>Blog post</i> (5)	x	x			
	Semana 24	Entrevista (5)	x	x			
	Semana 25	Curadoria de conteúdo (5)	x	x			
	Semana 26	Confirmação do local/destino	x	x	x	x	
	Semana 27	<i>Blog post</i> (6)	x	x			
	Semana 28	Entrevista (6)	x	x			
	Semana 29	Curadoria de conteúdo (6)	x	x			
	Semana 30	Principal nome confirmado	x	x	x	x	
	Semana 31	<i>Blog post</i> (7)	x	x			
	Semana 32	Entrevista (7)	x	x			
	Semana 33	Curadoria de conteúdo (7)	x	x			
Pequenas Amostras do Evento	Semana 34	Proposta de Valor	x	x			
	Semana 36	Temas-chave	x	x	x		
	Semana 37	Anúncios nas redes sociais	x	x			
Véspera	Semana 38	Programa Detalhado	x	x			

	Semana 39		x	x			
		Entrevista ou artigo (8)					
Último esforço de marketing (promoção e divulgação)	Semana 40	Curadoria de conteúdo (8)	x	x			
	Semana 41	Comunicado para patrocinadores e expositores	x	x	x	x	
	Semana 42	<i>Blog post</i> (8)	x	x			
	Semana 43	Entrevista ou artigo (9)	x	x			
	Semana 44	Curadoria de conteúdo (9)	x	x			
	Semana 45	Curadoria de conteúdo	x	x	x		
	Semana 46	Onde ficar e o que fazer	x	x			
	Semana 47	Programa final (ou prévia) + Grande nome confirmado / Entrevista	x	x	x	x	
	Semana 48	Por que participar? 5 benefícios	x	x	x	x	
	Semana 49	Perguntas Frequentes:	x	x			
Última Chamada	Semana 50	O que fazer e quem encontrar no evento	x	x	x	x	
	Semana 51	Última chamada para visitar o evento	x	x	x	x	

Realização do Evento	Semana 52	Principais horários da programação Amplificação da conversa <i>online</i> Melhores momentos	x	x		x	
----------------------	-----------	---	---	---	--	---	--

## 9.5 JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DAS AÇÕES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

**Obrigada por sua presença:** Agradecer o público participante gera aproximação para as próximas edições. A aplicação de questionários de avaliação final ajuda a ver pontos fortes e fracos do evento.

**Resumo dos melhores momentos nas redes sociais:** Para dar visibilidade ao evento. Isto fortalece as próximas edições.

**Relatório Final:** Fazer e entregar relatório do evento com seus resultados para patrocinadores, apoiadores, parceiros, etc. Este detalhe gera credibilidade para novas edições fidelizando este segmento de pessoas.

**Vídeos:** De acordo com a pesquisa "Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira." vídeos pequenos publicados nas mídias sociais aumentam a visibilidade dos eventos. São memoráveis.

**Principais conclusões da pesquisa:** “*Feed back*” do público participante é interessante para medir o impacto do evento e orientar novas edições do evento.

**Blog post:** *Blogs* é um ótimo recurso visual para publicações de fotografias.

**Entrevista:** Entrevistas pessoas da comunidade traz familiaridade com o público em geral. Pessoas gostam de depoimentos.

**Curadoria de Conteúdo:** A curadoria de conteúdo é uma estratégia segmentada de divulgação. Aprimora, desenvolve, edita e adéqua à voz da marca e a linguagem que melhor conversa com público-alvo.

O “*Save The Date*” é um impresso enviado antes para que os convidados reservem esta data em suas agendas. Gera impacto e expectativa no público em geral.

**Principal nome confirmado:**

Se for possível atrair um fotógrafo famoso para visitar a exposição, divulgação da presença de pessoas de expressão no segmento do evento gera impacto no público alvo.

**Proposta de Valor:** Evento Cultural + Registro de Patrimônio Histórico + Realizado em 100% com apoio + Descoberta de novos talentos no ramo da fotografia + Evidencia de talentos + Gratuito.

**Temas-chave:** Patrimônios culturais, Fotografia, Vernissage, Exposição fotográfica, Brasília.

**Anúncios nas mídias sociais:** De acordo com a "Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira." anúncios em redes sociais nos dias atuais é um recurso de grande impacto em todas as faixas etárias. **Comunicado para patrocinadores e expositores:** Para ser ético com os apoiadores e gerar fidelização.

**Por que participar? 5 benefícios:** Cultura + beleza + lazer (público em geral) Evidenciar seu trabalho (Classe de fotógrafos) + Atrair apoio cultural à missão da empresa (apoiadores/patrocinadores).

**O que fazer e quem encontrar no evento/ Última chamada para visitar o evento:**

Publicação no site e mídias sociais de anúncios e vídeos no *Animaker*.

### 3ª ETAPA: AVALIAÇÃO E CONTROLE

Durante todo o desenvolver do projeto serão anotadas as dificuldades na execução da primeira edição do projeto. Reflexões do que podia ter sido diferente. Dos pontos fortes e fracos do projeto para melhoria das próximas edições. Será elaborado um relatório final de cada edição. Será elaborado instrumento de avaliação baseando-se no modelo do relatório de avaliação de eventos da plataforma *Eventbrite*.

## **10. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO PROJETO**

A captação de recursos será realizada por meio do painel de tijolinhos, onde os apoiadores e patrocinadores poderão colaborar com dinheiro e/ou serviços. Já foram contatados vários apoiadores que foram favoráveis a ajudar o projeto. As inscrições somente serão anunciadas quando a captação de recursos for suficiente para a execução das demais etapas.

### 10.1 PLANILHA DE CUSTOS FINANCEIROS.

Nº	DISCRIMINAÇÃO	Out	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Março	Abr	TOTAL
<b>RECURSOS MATERIAIS</b>											
1	Material Gráfico										
2	Material de Escritório										6.000,00
3	Equipamentos										500,00
4	Matéria Prima / Material Permanente										6.000,00
5	Material de Consumo										1.000,00
6	Despesas com Manutenção										1.200,00
7	Outros (Recursos Materiais)										300,00
	<b>Sub-Total Recursos Materiais</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>15.000,00</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>											
8	Coordenação do Projeto										2.000,00
9	Equipe Técnica										
9.1	- Profissionais Liberais										3.000,00
9.2	- Voluntários										1.500,00
9.3	- Técnicos Especializados/consultoria										5.000,00
9.4	- Assistentes										600,00
10	- Apoio técnico										300,00
	<b>Sub-Total Recursos Humanos</b>										<b>12.400,00</b>
<b>DESPESAS DIVERSAS</b>											
11	Viagens / Transporte / Passagens										200,00
12	A&B										4.000,00
13	Locação de Equipamentos										2.000,00
14	Produtos de Merchandising										1.000,00
15	Refeições, lanches										1.000,00
16	Evento Exposição										6.000,00
	Material de Divulgação										1.000,00
19	Outras (Despesas Diversas)										5.000,00
	<b>Sub-Total Despesas Diversas</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20.200,00</b>
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>47.600,00</b>

**Observações:** A captação de recursos será realizada por meio do painel de tijolinhos, onde os apoiadores e patrocinadores poderão colaborar com dinheiro e/ou serviços. Naturalmente esta planilha poderá sofrer ajustes e alterações nos valores.

## 11. PLANO DE SEGURANÇA DO EVENTO BRASÍLIA EM FOCO

Na organização de qualquer evento, faz-se necessário pensar na sua segurança. Prever possíveis acidentes ou incidentes que podem ocorrer durante todo o processo de montagem, execução e desmontagem é fundamental. Tomar atitudes para evitá-los, garantindo a segurança e bem-estar de todos os envolvidos é condição primordial. Problemas ocorrem e suas soluções durante todas as etapas de um evento precisam ser previstos pelo organizador do evento. Só assim estará preparado para lidar com qualquer tipo de situação, imprevistos evitando surpresas desagradáveis e de difícil resolução. A segurança deve ser pensada desde os momentos iniciais do planejamento do evento. Na escolha do local a ser realizado o evento, existem fatores que influenciam em sua execução e, por isso, devem sempre ser considerados e discutidos. Segundo a ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos), dentre esses fatores estão: transporte, acesso, iluminação, estacionamentos, criminalidade do bairro, etc. Os fatores externos também devem ser avaliados. Ao escolher um local, é importante observar: capacidade para alocar o evento, infraestrutura suficiente, tipos de acesso ao local e a documentação necessária para sua realização. Tomar as providências legais para a autorização do evento diante dos órgãos oficiais é essencial, pois a falta das autorizações exigidas ocasionará pagamento de multas ou até o cancelamento do evento.

É de responsabilidade do patrocinador e/ou produtor, definir a política de segurança do evento. Segundo Pípolo (2010), o conjunto de diretrizes influenciará diretamente no modo como os recursos humanos, técnicos e organizacionais serão utilizados e determinarão as providências e recursos que serão adotados para garantir que o evento transcorra com um mínimo de incidentes.

Três etapas são importantes para a elaboração do plano de segurança: **a análise de riscos**, a justificativa da proteção o investimento para evitá-lo.

Após a análise do ambiente externo e interno do local escolhido para ocorrer o evento, é necessário identificar os tipos de risco. Também segundo a ABEOC, existem quatro tipos de riscos: **os humanos**, que são aqueles decorrentes de ações intencionais e não intencionais, diretas ou indiretas de pessoas, como furtos e roubos, vandalismo, sabotagem, etc; **os técnicos**, ligados ao mau uso ou deficiência na manutenção de instalações ou equipamento; **os naturais**, ou seja, os fenômenos da natureza; e **os biológicos**, que são aqueles que expõem os envolvidos no evento a intoxicação ou

contaminação.

Diante a identificação dos riscos, é necessário analisá-los por meio da matriz de risco que “é um dos estudos contidos na metodologia de análise de risco, usado para ajudar a justificar os investimentos das ações de prevenção e proteção, de acordo com a influência que cada risco irá exercer sobre as atividades desenvolvidas no evento.” (PÍPOLO,2013).

Com a identificação de todos esses riscos, cria-se então o plano de contingências, que trará a resposta de como minimizar os danos de qualquer ocorrido. Os procedimentos padrões desse plano são desempenhados normalmente pela equipe de segurança contratada e o corpo de bombeiro, com ações como: isolar e sinalizar o local; preservar o local e bem-estar do público; acionar órgãos públicos, etc.

Nesse contexto, é necessário que o organizador tenha a capacidade de olhar o evento de forma abrangente, tenha competências de planejamento, gestão e coordenação, e uma postura de analista para ser capaz de criar e executar um plano operacional funcional e eficaz, fazendo o uso dos recursos disponíveis (humanos, técnicos o organizacionais) e garantindo ao público um evento seguro e de alta qualidade.

Os recursos humanos e técnicos, segundo Pípolo (2010), nessa ordem: profissionais qualificados e treinados, bombeiros, policiais, guardas, etc; controle de acesso, câmeras, detectores de metais e fumaça, alarmes, entre outros. Já os organizacionais são os itens já disponíveis no local.

Tão importante quanto à segurança durante o evento, é a segurança após o evento, na saída do público do local, por exemplo. É importante preocupar-se com o conforto dessas pessoas até nesses momentos, preservando a imagem do evento, organizadores e patrocinadores, e prezando pela vida, acessibilidade e bem-estar de todos os envolvidos.

Pode-se concluir que no planejamento de um evento, existem muitas coisas a serem pensadas para que ele tenha sucesso, e segurança. Ainda assim, evitando tais situações, vai existir alguma que não foi pensada, e é preciso que o organizador esteja preparado para lidar com ela de forma coerente e eficaz.

Eventos são palcos de acidentes e incidentes que infelizmente podem causar ferimentos e até morte. Por isso, não se deve medir gasto quando se trata da segurança e

bem-estar do público de um evento. Afinal um evento seguro tem muito mais qualidade, pois a vida vem sempre em primeiro lugar.

## **11.1 OBJETIVO DO PLANO DE SEGURANÇA**

Prevenir com o Plano de Segurança o evento Brasília em foco, possibilitando o gerenciamento dos riscos humanos, técnicos, naturais e biológicos.

## **11.2 DIAGNÓSTICO DE SEGURANÇA**

### **Análise do Ambiente Externo**

O evento ocorrerá no Brasília Shopping, localizado na região central de Brasília. O perfil socioeconômico da população local é considerado alto. O bairro possui comércio e residências em suas imediações. Tem excelentes estruturas emergenciais e de serviços de saúde em suas cercanias. Apresenta baixo nível de criminalidade na região. Possui excelente acesso (táxi, ônibus, uber, metrô), oferecendo diversas formas de locomoção para o evento.

### **Análise do Ambiente Interno**

É um Shopping bastante frequentado, com acessibilidade, excelente infraestrutura, praças de alimentação, banheiro, estacionamento pago, entre outras funcionalidades. Seus espaços são amplos, podendo facilmente abrigar uma exposição fotográfica.

Tem seguranças e câmeras de monitoramento e apresenta poucas vulnerabilidades. A administração do Shopping define as colaborações possíveis com seus expositores, deixando claro no fechamento do apoio, patrocínio e contrato as responsabilidades das partes envolvidas (diretoria do shopping/expositor). As instalações elétricas, hidráulicas, de ar condicionado são bem monitoradas, com circuito de prevenção e combate a incêndios.

### **Identificação dos riscos**

Riscos Humanos:

- **Furto;**
- **Multidão.**

### 11. 3 Equipamentos e instalações necessárias para a realização do evento (Tabela 8)

Tabela 8: Equipamentos e instalações necessárias para a realização do evento

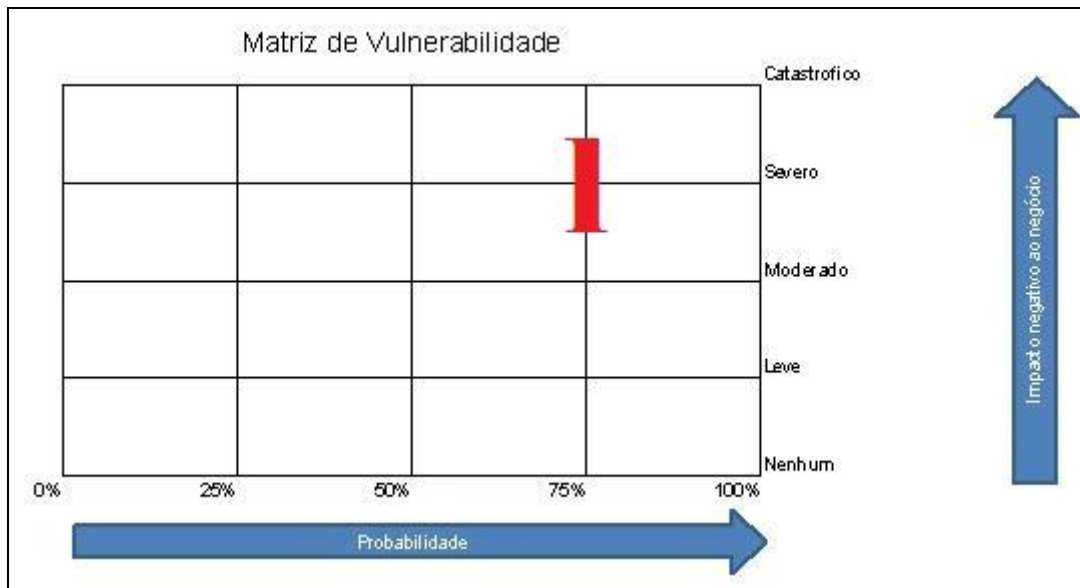
Quantidade	Descrição de material
<b>ESTRUTURA</b>	
100 suportes	Suportes para fotografia
100 metros de correntes	Para marcação do local da exposição
1 Placa ou <i>banner</i> com a logo da exposição e sua descrição	Para sinalização e explicação do evento
Mesa/cadeira na entrada da exposição	Para a colocação do livro de visitação ao evento com presença de recursos humanos (informações sobre o evento).
Mesa/cadeira no final da exposição	Com presença de recursos humanos (agradecimento pela presença no evento).

## 11. 4 MATRIZ DE VULNERABILIDADE

### RISCOS HUMANOS

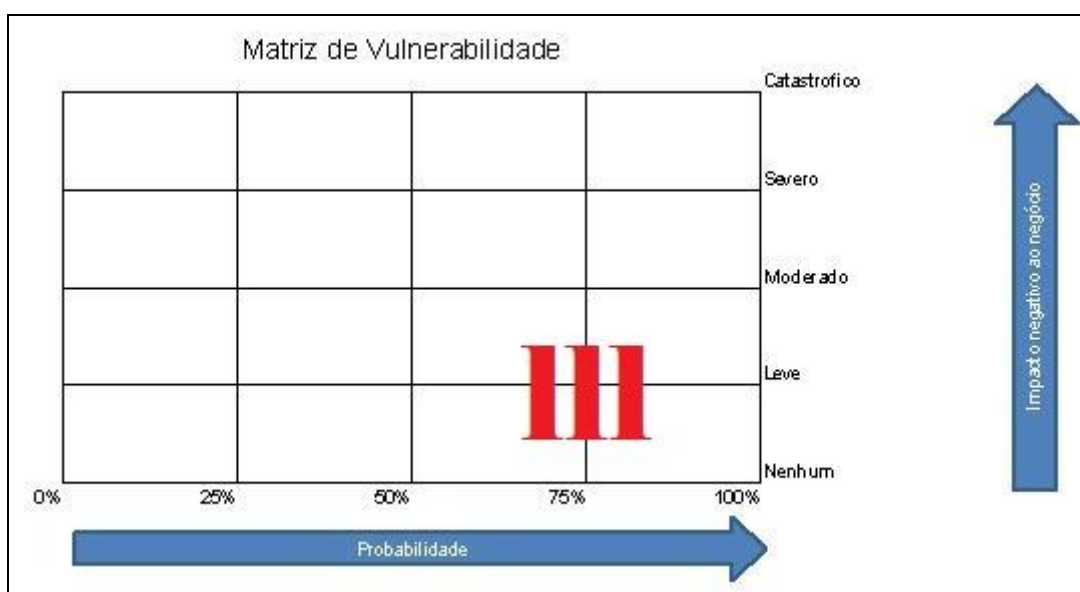
#### Roubo e Furtos:

Riscos com alta probabilidade de ocorrência e que podem resultar em impactos severos.



#### Multidão:

Riscos com baixa probabilidade de ocorrência, mas que causam pouco dano.



## RECOMENDAÇÕES

<b>RISCOS HUMANOS:</b>	
<b>I. Roubo e Furto</b>	Assumir
<b>III. Multidão</b>	Tratar

Necessidade de segurança para o evento e coordenadores na entrada do evento para controlar o fluxo de pessoas.

## EQUIPE DE TRABALHO RELATIVO À SEGURANÇA

04 Seguranças, 10 recepcionistas voluntários.

**12 MATRIZ DE RESPONSABILIDADE (Cronograma/Plano de ações detalhada abaixo)**







Alimentar o site com comentários dos pontos turísticos e curiosidades sobre eles. Curiosidades e entrevistas com profissionais da área	Produtor Geral Equipe de comunicação										X	X	X
Início da divulgação da nova edição													X

### **13. RESULTADOS ESPERADOS (Impactos e Contribuições)**

- Aspira-se que o evento seja um sucesso, cumprindo seus objetivos (geral e específico).
- Que ele seja relevante do ponto de vista pessoal, acadêmico e social (impactando de modo positivo a comunidade local e nacional, principalmente nas áreas de lazer e cultura).
- Tem-se anseio que a exposição fomente o lado social e beneficente com leilão beneficente de uma obra doada e coleta de alimentos não perecíveis a serem doados a instituições carentes.
- Almeja-se a continuidade do projeto com localidades e temáticas diferentes.

## REFERÊNCIAS

ABNT NBR 16004: 2016 – Eventos – Classificação e terminologia.

ABNT NBR 6023:2002 – Informação e documentação - Referências – Elaboração.

ANUÁRIO DO DF- ADF. Brasília - Destino cultural. Disponível em: <<http://www.anuariododf.com.br/turismo/indices/destinos-prioritarios-para-a-copa/brasil>>. Acesso em: 20 abril 2018.

BARBOSA, F.; FREITAS FILHO, R. Financiamento cultural: uma visão de princípios. RJ: Rio de Janeiro: Ipea 2015, 54 p. Disponível em: <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4220/1/td\\_2083.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4220/1/td_2083.pdf)>. Acesso em: 12 out. 2018.

BRASÍLIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Bras%C3%ADlia> Acesso em: 23 out. 2018.

BRASIL, LEI Nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/lei-no--771-de-17-de-setembro-de-2008.html>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

BRASIL, L. K. Tempos modernos: fotografia e imaginário social. **Historiæ**. Rio Grande, v. 2, n.1, p. 37- 48, 2011.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: **Secom**, 2016. 120 p.

CHIODETTO, E. **Curadoria em fotografia [livro eletrônico]: da pesquisa à exposição** / Eder Chiodetto. São Paulo: Prata Design, 2013. 10.8 Mb; PDF. Disponível em: < <http://ederchiodetto.com.br/download-do-livro/>>. Acesso em: 21 maio 2018.

CODEPLAN (NOTA TÉCNICA). A área de influência de Brasília e proposta de ampliação da ride do DF e entorno, p. 1- 8, 2014. Disponível em: < <http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/03/%C3%81rea-de-Influ%C3%Aancia-de-Bras%C3%ADlia-e-Proposta-de-Amplia%C3%A7%C3%A3o-da-RIDE-do-DF-e-Entorno.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2018.

DINIZ, L. G. S.; VEIGA, A. I. M. **Formas de Ver: A Imagem Fotográfica como Construção Social e Cultural**. Subprojeto intitulado "**Formas de ver: A imagem fotográfica como construção social e cultural**" vinculado ao projeto de pesquisa - No

**Campo da Visualidade: Criação e Manifestação Imagética.** 10p, 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 18 out. 2018.

DYER, G. **O instante contínuo: uma história particular da fotografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

EDITAL Nº 01/ 2017 DO CONCURSO BIENAL DAS ARTES - EDIÇÃO 2018, SESC-DF. Disponível em: <https://sescdf.com.br/wp-content/uploads/2017/03/Edital-Bienal-das-Artes-2018.pdf> . Acesso em: 04 maio 2018.

GDF. PLANO DIRETOR DE TRANSPORTE URBANO E MOBILIDADE DO DISTRITO FEDERAL E ENTORNO. Relatório técnico n.º 7, Cenários de Desenvolvimento (Cenários territoriais e demográficos para o Distrito Federal e entorno revisão para 2010 e 2020), 2010. Disponível em: < [http://editais.st.df.gov.br/pdtu\\_1/tecnico/relatorio\\_tecnico\\_7.pdf](http://editais.st.df.gov.br/pdtu_1/tecnico/relatorio_tecnico_7.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2018.

GOMES, I. M. Manual Como Elaborar um Plano de Marketing. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. 92 p. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-plano-de-marketing,084b6484b071b410VgnVCM1000003b74010aRCRD> >. Acesso em: 04 set. 2018.

**IBGE.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasil/panorama>. Acesso em: 20 out. 2018.

LACERDA, A. L. A fotografia nos arquivos: produção e sentido de documentos visuais. **História, Ciências, Saúde** – Manguinhos, Rio de Janeiro, v.19, n.1, jan.-mar., p. 283-302, 2012

KAWAKAMI, T. T.; VEIGA, A. I M. A popularização da fotografia e seus efeitos: Um estudo sobre o a disseminação da fotografia na sociedade contemporânea e suas consequências para os fotógrafos e suas produções. **Projética Revista Científica de Design**, Londrina, v.3, n. 11, Jul., 2012.

LEMES, D. W. **Mercado Turístico de Brasília e sua principal vocação turística.** Monografia apresentada ao CET-UNB, Especialização em gestão de Negócios e Turismo, Brasília, 2009, 94 p.

MERLO, F. & KONRAD, G. V. R. Documento, história e memória: a importância da preservação do patrimônio documental para o acesso à informação, **Inf. Inf.**, Londrina,

v. 20, n. 1, p. 26 - 42, jan./abr., 2015. Disponível em:  
<[http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/18705/pdf\\_43](http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/18705/pdf_43)>,  
Acesso em 19 abr. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO - Lei nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008. Disponível em:  
< <http://www.turismo.gov.br/lei-no-11-771-de-17-de-setembro-de-2008.html> > Acesso  
em: 20 out.2018.

**PÍPOLO, I. M. Segurança de eventos: novas perspectivas e desafios para a produção.** São Paulo: Reino editorial, 2010.

**PÍPOLO, I. M. Evento Seguro – Orientações sobre segurança em eventos.**  
Disponível em: <[http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/02/cartilha\\_evento-seguro\\_web.pdf](http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/02/cartilha_evento-seguro_web.pdf)> Acesso em: 04 maio 2018.

PLANO NACIONAL DO TURISMO 2018-2022. Mais emprego e renda para o Brasil.  
Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/images/mtur-pnt-web2.pdf>>. Acesso em 20  
abr. 2018.

PORTAL DO INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO  
NACIONAL - IPHAN. Bens tombados e processos de tombamento em andamento-  
Goiás. Disponível em:  
<[http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Goiias\\_bens\\_tombados\\_novembro\\_2017.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Goiias_bens_tombados_novembro_2017.pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2018.

**RAMOS, A. D. A função social dos vernissages no campo da arte.** 2012. 300 f. Tese  
(Doutorado em Artes Visuais) - Programa de pós- graduação em Artes Visuais, Instituto  
de Artes, Universidade do Rio Grande do Sul.

**VAZ, T. A. O olhar do arquiteto sobre Brasília.** 2012. 274 f. Dissertação (Mestrado  
em Arquitetura e Urbanismo) - Programa de Pós Graduação em arquitetura e Urbanismo  
da Universidade de Brasília, Brasília.

VIANA, M., Brasília e o patrimônio mundial - 2017: 80 anos do IPHAN, 30 de Brasília  
com “patrimônio cultural da humanidade”. Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/BRASILIA%20E%20O%20PATRIMONIO%20MUNDIAL%20artigo%20MARCIO%20VIANNA.pdf>>. Acesso em: 20  
abr. 2018.

**ZANELLA, L. C. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** São Paulo: Atlas, 2003.

## ANEXOS



### ANEXO 1

## NORMAS DO CONCURSO DE FOTOGRAFIA: “BRASILIA EM FOCO”

### CAPÍTULO I

#### Do Objeto

Art.1º “**BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2018)**, tem como objetivo promover, incentivar e divulgar a produção de expressões artísticas e culturais relacionadas à fotografia profissional e amadora. Visa também oportunizar a descoberta de novos talentos no segmento da fotografia.

Art. 2º. Constitui-se objeto do Concurso “**BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2018)**, premiar os três primeiros fotógrafos classificados nas duas categorias de fotógrafos (Profissional e Amadora). Será conferido um prêmio de Hum mil reais para os primeiros lugares das duas categorias, Quinhentos reais para os segundos lugares e Duzentos e cinquenta reais para os terceiros lugares.

Art.3º Constitui-se também objeto do Concurso “**BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2018)** a exposição pública das primeiras 50 (cinquenta) fotografias classificados do concurso e selecionadas dentre as duas categorias especificadas no artigo anterior (50 na categoria profissional e 50 na categoria amadora).

Art.4º. A seleção das obras dar-se-á por meio de Comissão Curadora especialmente constituída e designada pelos organizadores do Concurso.  
Os artistas cujas obras forem selecionadas pela Comissão Curadora receberão **Certificado de menção honrosa de participação no concurso** em cerimônia a ser previamente definida pelos coordenadores. A entrega destas menções será realizada no dia do evento da exposição das fotografias classificados.

### CAPÍTULO II

#### Das Inscrições

Art.5º. Poderão ser inscritas no Concurso “**BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2018)** obras que se enquadrem no seguinte quesito: “**Fotografia de Pontos turísticos, arquitetônicos e áreas tombadas da cidade de Brasília**”.

Os artistas devem ser maiores que 18 anos e residentes em Brasília, Demais regiões administrativas do DF E RIDE. Antes da entrega da premiação, os classificados devem enviar à comissão organizadora a comprovação de residência em Brasília, demais regiões administrativas do DF E RIDE.

§ 1º Cada artista pode concorrer em qualquer categoria com uma **única obra** de arte,

**inédita e original, de sua exclusiva autoria e propriedade**, sendo condição indispensável que as dimensões da obra não excedam: 1,50m de altura por 2,50m de largura;

§ 2º. Não será aceita, em nenhuma hipótese, a inscrição de obras pertencentes a acervos de terceiros, seja pessoa física ou jurídica, sob pena de desclassificação.

§ 3º.. É vedada a participação de membros da Comissão Curadora, bem como de seus cônjuges e parentes até o terceiro grau civil.

§ 4º. As inscrições estarão abertas no período de ... de ... a ... de 2018. (A definir)

§ 5º. Ao inscrever-se, o candidato estará automaticamente concordando com os termos e condições deste Concurso. As obras vencedoras deverão ser licenciadas pelos autores para os coordenadores do concurso, para serem expostas no evento de premiação do Concurso, no catálogo das obras classificadas na 1ª Edição do Concurso no site do Evento (online), no livro impresso das fotografias vencedoras da 1ª Edição do concurso, bem como em outros eventos que os organizadores queiram realizar para divulgação do concurso. Naturalmente, nestas exposições a foto sempre estará identificada com o título da obra e autoria.

§ 6º. Os fotógrafos classificados devem enviar uma análise própria de sua foto (mais ou menos um parágrafo). Uma espécie de chamado de atenção do público para o seu olhar fotográfico da foto classificada.

§ 7º. A inscrição dar-se-á pela plataforma Sympla. O *link* para inscrição na Plataforma Sympla será divulgado no site do evento. Posteriormente a inscrição na Plataforma Sympla deve ser realizada o encaminhamento de envelope lacrado contendo os seguintes documentos e materiais:

- a) Ficha de inscrição original assinada (formulário disponível no site [www.brasiliaemfocofotografia.com](http://www.brasiliaemfocofotografia.com));
- b) Fotografia revelada/impressa da obra selecionada pelo artista para participar do Concurso de Fotografia “**BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2019)** no tamanho 20x30 cm ou fotografia digital com resolução mínima de 200 dpi (arquivo em formato TIFF ou JPEG) gravada em mídia digital;
- c) Declaração de autoria e propriedade da obra (formulário disponível no site [www.brasiliaemfocofotografia.com](http://www.brasiliaemfocofotografia.com));
- d) Termo de cessão de direitos autorais para os coordenadores do concurso “**BRASILIA EM FOCO”, 1ª - Edição (2019)** para exposição da foto inscrita no concurso no evento de premiação, outras exposições de divulgação relacionadas ao evento, site oficial do concurso (catálogo *Online*) e livro de fotografia do evento (formulário disponível no site: [www.brasiliaemfocofotografia.com](http://www.brasiliaemfocofotografia.com));
- e) Descrição textual da obra contendo título da obra, nome do autor e dimensões da fotografia;
- g) Currículo resumido do artista.

§ 8º. O envelope deverá ser lacrado e endereçado à: (**Brasília em Foco Edição 2019** Endereço: AEC Setor G Norte Edifício Taguacenter Sala 116, Taguatinga Norte, Brasília DF, CEP: 72139-900). Não se esquecer de colocar a identificação e endereço do remetente.

§ 9º. O envelope lacrado deverá ser encaminhado por correio na modalidade AR. (Aviso

de Recebimento) ou entregue pessoalmente, de 2ª a 6ª feira, das 9h às 17h, durante o período de inscrição, no endereço acima citado para envio de correspondência.

§ 10º. Para fins de cumprimento de prazo de inscrição, serão consideradas as datas de postagem ou de protocolo, em caso de entrega diretamente ao endereço citado.

§ 11º. **As inscrições que não cumprirem com os requisitos constantes deste artigo serão automaticamente desclassificadas.**

### CAPÍTULO III

#### **Da Comissão Curadora**

Art.6º. A Comissão Curadora será constituída por membros apreciadores da arte de fotografia.

Art.7º. Caberá à Comissão Curadora proceder à seleção das obras, adotando como critérios de julgamento a técnica, estética, originalidade e criatividade, sem prejuízo de outros que porventura julgar pertinentes.

Parágrafo único. As decisões da Comissão Curadora serão soberanas e inquestionáveis. A Comissão poderá deixar de conferir diploma de menção honrosa, caso constate qualquer descumprimento do presente concurso.

### CAPÍTULO IV

#### **Da Seleção**

Art.8º. Até o dia ... de ... de ... 2018 (A DEFINIR), serão divulgadas no site ([www.brasiliaemfocofotografia.com](http://www.brasiliaemfocofotografia.com)) as obras selecionadas, que farão parte da exposição Concurso **“BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2019)**.

Art.9º. Até o dia ... de ... 2019 (A DEFINIR), os artistas/autores das obras selecionadas serão formalmente comunicados com as devidas instruções para encaminhamento das respectivas obras, que deverão ser enviadas para ... ( A DEFINIR).

Art.10º. O Organizador do evento outorgará aos autores das obras selecionadas **certificado de menção honrosa alusiva ao Concurso “BRASILIA EM FOCO, 1ª - Edição (2018)**, em cerimônia solene de abertura da exposição, em data a ser previamente definida e comunicada pela organizadora.

Parágrafo único. Excepcionalmente, no caso de falecimento do autor no decurso do período de realização do concurso, o diploma de menção honrosa poderá ser concedido *“in memoriam”*. Neste caso, a entrega será realizada a procurador legalmente constituído para esse fim dentre os herdeiros legais do artista.

### CAPÍTULO V

#### **Da Propriedade e do Licenciamento**

Art.11º. Os artistas cujas obras forem selecionadas estarão licenciando para os coordenadores do concurso, sem ônus e sem necessidade de autorização prévia, seus direitos patrimoniais de autor.

§ 1º. As obras ou suas imagens poderão ser utilizadas para:

- I. Reprodução parcial ou integral em qualquer suporte, incluindo digitalização;
- II. Distribuição nos espaços do Evento “**BRASILIA EM FOCO**”, 1ª - Edição (2019);
- III. Divulgação ao público por quaisquer meios e formas, tais como exposições temporárias ou permanentes, exposições itinerantes – inclusive quando em parceria com outras instituições, livros, catálogos, folders, cartazes e exposições;
- IV. Colocação à disposição do público por intermédio do site ([www.brasiliaemfoco.com](http://www.brasiliaemfoco.com)) na rede mundial de computadores (internet) e outras modalidades de divulgação e suportes existentes ou que venham a ser criadas.
- V. A utilização da imagem da obra e do autor deverá obedecer ao exposto da Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

Art.12º. As obras participantes do Concurso poderão ser expostas em mostras temporárias ou permanentes, em exposições itinerantes – inclusive quando em parceria com outras instituições, e suas imagens poderão ser utilizadas conforme previsto no parágrafo 1º do art. 18.

## CAPÍTULO VI

### **Das Disposições Finais**

Art.13. O coordenador do Concurso arcará com os custos relativos à divulgação do concurso e à produção da folheteria correspondente ao evento.

Art.14º. Ao final do Concurso os coordenadores poderão produzir, editar e publicar catálogo fotográfico contendo as imagens das obras expostas no evento final do concurso e currículo resumido dos respectivos artistas.

Art.15º. As obras selecionadas no Concurso poderão constar numa galeria virtual no site oficial do evento ([www.brasiliaemfoco.com](http://www.brasiliaemfoco.com)).

Art.16º. A participação do autor no concurso implica a plena aceitação prévia dos termos e condições constantes deste edital, e o descumprimento de qualquer um deles acarretará a desclassificação de sua obra.

Art.17º. Competirá à Comissão Curadora e à Direção do concurso responder eventuais dúvidas de interpretação do presente edital.

Art.18º. No caso de edição do catálogo, ou livro impresso, organizador poderá vendê-los para angariar fundos que fomentem novas edições do Concurso/exposição.

Art.19º. Durante o período de exposição do Evento **Brasília em Foco** o organizador do evento poderá promover seminários, palestras e oficinas com artistas, historiadores e críticos de arte do Brasil e do exterior.

Art.20º. A participação do autor no Concurso/exposição **Brasília em Foco** implica a plena aceitação prévia dos termos e condições constantes deste edital, e o descumprimento de qualquer um deles acarretará a desclassificação de sua obra.

Art.21°. Competirá à Comissão Curadora e ao Organizador do Concurso/Exposição **Brasília em Foco** dirimir eventuais dúvidas de interpretação do presente edital.

Art.22°. Casos resultantes de denúncias de cópias, plágios ou falsidades ideológicas somente serão acatados por decisão judicial.

Art.23. Elege-se o foro de Brasília/DF para dirimir as questões oriundas deste edital.

**ANEXO 2**

Concurso de fotografia: **Brasília em Foco , 1ª edição (2019)**

**DECLARAÇÃO DE AUTORIA E PROPRIEDADE DA OBRA**

Eu \_\_\_\_\_,  
portador do RG nº \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_,  
declaro ser autor e proprietário da obra apresentada para seleção no Concurso/  
Exposição **BRASILIA EM FOCO**, 1ª Edição (2019), referente ao Edital n. 001/2018  
do Concurso.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Artista

**ANEXO 3**Concurso de fotografia: **Brasília em Foco, 1ª edição (2019)****FICHA DE INSCRIÇÃO DO CONCURSO**

NOME DO AUTOR: \_\_\_\_\_

ENDEREÇO

COMPLETO:

\_\_\_\_\_

CIDADE: \_\_\_\_\_ ESTADO: \_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_

TEL. RESIDENCIAL: \_\_\_\_\_ TEL. COMERCIAL: \_\_\_\_\_

CELULAR: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

CARTEIRA DE IDENTIDADE Nº \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

FICHA TÉCNICA DA OBRA: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Artista

**ANEXO 4**

Concurso de fotografia: **Brasília em Foco, 1ª edição (2019)**

**TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DA OBRA**

Pelo presente instrumento, eu, \_\_\_\_\_  
RG nº \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, na qualidade de autor e titular dos direitos de autor e de imagens da obra apresentada no Concurso de fotografia : **Brasília em Foco, 1ª edição (2019)**, referente ao Edital n. 001/2017, cedo permanentemente, sem ônus, ao organizador do evento, os direitos relativos à edição, publicação e distribuição desse trabalho, montagem de exposição, bem como autorizo a veiculação em mídia digital ou eletrônica, inclusão no site do evento inclusive em peças de divulgação e promoção de eventos por meio da Rede Mundial de Computadores (Internet), tanto no Brasil como no Exterior, da íntegra ou de partes.

Declaro expressamente que o trabalho artístico realizado é de minha exclusiva responsabilidade e que a publicação da obra não viola direitos de terceiros.

Renuncio ao recebimento de qualquer remuneração pertinente aos direitos autorais e patrimoniais ora cedidos.

Por ser a expressão da verdade, dato e assino o presente termo de cessão.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Artista



## ANEXO 5

Concurso de fotografia : **Brasília em Foco, 1ª edição (2019)**

### TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS PARA O USO DE IMAGEM

Eu, \_\_\_\_\_,  
 inscrita no CPF sob o nº. \_\_\_\_\_ e portadora do RG nº.  
 \_\_\_\_\_, residente e domiciliada na Rua/Av.  
 \_\_\_\_\_, nº. \_\_\_\_\_, cedo, total e  
 definitivamente, a utilização de meu nome, e as fotografias enviadas para o Concurso  
 “Prêmio **Brasília em Foco, 1ª edição (2019)** que também poderão ser publicados em  
 exposição, site do evento, catálogo online e/ou impresso e livro impresso do evento,  
 assumindo exclusiva responsabilidade pela autoria, titularidade e respeito aos direitos de  
 imagem/autorais, me responsabilizando por tal declaração e todas as suas  
 consequências. Declaro, ainda, que a cessão de direitos de uso do meu nome, da minha  
 imagem aqui ajustada tem caráter definitivo, autorizando a sua veiculação.

Declaro, ainda, que o faço sem qualquer onerosidade, ou seja, de forma gratuita.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

---

Nome e assinatura



## ANEXO 6

### QUESTIONÁRIO PARA AS PESSOAS EM GERAL RESIDENTES NO DF (Público visitante)

#### Projeto de TCC: "Brasília em foco"

Esta é uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de curso - TCC (IFB, Campus Brasília). Visa conhecer as expectativas com relação à eventos de fotografia realizados em Brasília, Regiões Administrativas e Rides. Você não será identificado em nenhum momento. As expectativas do grupo de respondentes do questionário serão apresentadas em gráficos gerais da categoria participante da pesquisa. Conto com seu precioso apoio a esta pesquisa! Gratidão por sua resposta!

1. Qual a sua faixa etária?
2. Você tem costume de participar de concursos de fotografia?
3. Se respondeu sim na pergunta anterior, você se considera um fotógrafo amador ou profissional?
4. O que te estimula a participar de concursos de fotografia? Especifique qual motivo:
5. Qual(ais) o(s) segmento(s) da fotografia que mais gosta?  
Se optou pela opção outro(s), especifique qual(ais) outro(s) segmentos:
6. Você gostaria de participar de um concurso onde o foco seria os pontos tombados de Brasília e entorno?
7. Se você fosse premiado ou contemplado com menção em um concurso de fotografia, teria dificuldade para imprimir a foto para a exposição presencial do evento?
8. Você acha justo o promotor do concurso/exposição de fotografia cobrar uma taxa simbólica (R\$ 30,00) de inscrição para ajudar na organização do evento?
9. Doaria sua fotografia vencedora ou com menção honrosa do concurso para um leilão beneficente?

10. Doaria um kg de alimento não perecível ao visitar uma exposição de fotografia?
11. Você acha que falta eventos de fotografia no DF?
12. Em caso de Exposições Fotográficas, onde (local) você acha viável que ocorra?  
Se optou por outros locais, especifique onde:
13. Você apoiaria um projeto cultural doando um valor de \$50,00 (cinquenta reais) para colaborar com a organização de um concurso/exposição de fotografias?
14. Traduza o " OLHAR FOTOGRÁFICO" com uma única palavra.
15. Este projeto tem vistas a realização de um concurso seguido de exposição fotográfica das fotos premiadas. Você quer participar do concurso de fotografia deste projeto?  
Se quer participar digite aqui seu e-mail para ser avisado
16. Você quer ser um apoiador cultural deste projeto cultural? A contrapartida é a divulgação do seu apoio ao projeto como pessoa física ou serviço profissional (estabelecimento comercial) no site oficial do projeto.  
Se quer ser um apoiador cultural, digite aqui seu e-mail para ser contatado e receber mais explicações sobre os objetivos do projeto.
17. Qual o seu sexo?
18. Qual a sua escolaridade?

## ANEXO 7



## QUESTIONÁRIO PARA FOTÓGRAFOS DO DF

**Projeto de TCC: "Brasília em foco"**

**Esta é uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de curso – TCC (IFB, Campus Brasília). Visa conhecer um pouco do perfil dos profissionais fotógrafos de Brasília, Regiões Administrativas e Rides. Você não será identificado em nenhum momento. As expectativas do grupo de profissionais que responderem o questionário serão apresentadas em gráficos gerais da categoria participante da pesquisa. Conto com seu precioso apoio a esta pesquisa! Gratidão por sua resposta!**

1. Você é fotógrafo amador ou profissional?
2. Há quanto tempo exerce a profissão de fotógrafo?
3. Você atua em qual (ais) segmento(s) da fotografia?  
Se optou por outro(s), especifique qual (ais)
4. Qual o seu segmento preferido das opções anteriores? Escolha apenas uma categoria anterior. A que mais gosta.
5. Qual o segmento que menos gosta? Escolha apenas uma categoria anterior. A que menos gosta.
6. Você trabalha com fotografia:
7. Você acha que falta eventos de fotografia no DF?
8. Qual (ais) tipo (s) de eventos você gostaria que tivesse com mais frequência em Brasília, Satélite e Região com relação à fotografia?  
Se optou pela opção outros, especifique qual (ais):
9. Em caso de Exposições Fotográficas, onde (local) você acha viável que ocorra?  
Se optou pela opção outros, especifique onde:
10. Você tem costume de participar de concursos de fotografia?
11. O que te estimula a participar de concursos de fotografia?  
Se optou pela opção outros, especifique o que te estimula: