



Instituto Federal de Brasília
Campus Brasília
Curso Tecnólogo em Eventos

Denner Lucas Lino Fernandes
Hebert Rafael de Andrade Coelho

Sarrau En Fuego:
Diversidade, Liberdade e Música.

Brasília
2021

Denner Lucas Lino Fernandes
Hebert Rafael de Andrade Coelho

Sarrau En Fuego:
Diversidade, Liberdade e Música.

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso
Tecnólogo em Eventos do campus Brasília do Instituto
Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção de
título de Tecnólogo em Eventos.
Orientador: Danielle Smilay de Almeida Rodrigues

Brasília
2021

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	4
1.1. Referencial teórico.....	5
2 . OBJETIVOS.....	10
2.1. Objetivo geral.....	10
2.2. Objetivos específicos.....	10
3. JUSTIFICATIVA.....	10
4. METODOLOGIA.....	13
5. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE.....	15
5.1. Alimentação.....	15
5.2. Resíduos: separação, gerenciamento e tratamento.....	15
5.3. Decoração.....	17
6. PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	17
7. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA.....	20
7.1. Formas de participação.....	21
7.2. Tabelas de custos.....	22
7.2.1. Planilha de patrocínios, apoiadores e parcerias.....	26
7.2.2. Análise e projeção de receita.....	27
8. PLANO DE SEGURANÇA DO EVENTO.....	31
8.1. Análise de risco.....	31
8.1.1. Ambiente externo.....	31
8.1.2. Ambiente interno.....	32
8.2. Identificação dos riscos.....	33
9. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES.....	36
10. RESULTADOS ESPERADOS.....	39
11.REFERÊNCIAS.....	40
12.ANEXOS.....	42

1. APRESENTAÇÃO

No primeiro semestre de 2019, o Instituto Federal de Brasília (IFB) apresentou sua semana acadêmica intitulada "Tá Chovendo Eventos" para todo o corpo discente do eixo de Turismo, Hospitalidade e Lazer do *campus*. Esta atividade consistiu em fazer com que os estudantes da área produzissem eventos dentro do *campus* Brasília.

A partir dessa demanda, surgiu a proposta do Sarrau, um evento que consistiu em fomentar a cultura do Funk e discutir a criminalização da mesma com os estudantes do IFB e ainda enaltecer a comunidade LGBTQI+¹. Após o evento, os produtores observaram que o Sarrau ganhou visibilidade nas redes sociais com mais de 100 seguidores. Um ótimo resultado, tendo em vista que o evento foi apenas interno. Em 2020 foi realizada a segunda edição do Sarrau, dessa vez com o tema " Pretos têm Voz" com enfoque na questão racial dentro do mercado de turismo e no fomento do turismo de favela. Uma importante inovação do evento deve-se ao fato que a edição foi realizada no formato *online* devido a pandemia. Após cada um desses encontros, foram disponibilizadas e encaminhadas, avaliações de reação aos participantes. A partir das respostas, que demonstraram a satisfação dos mesmos nas duas edições já citadas, percebeu-se uma abertura para a criação de uma nova pauta de projeto.

Este projeto apresenta a terceira edição do evento que tem por expectativa realizar-se em 2021 de forma presencial. Nas edições anteriores o evento foi organizado de uma maneira mais despojada, dispensando liturgias de cerimonial convencional, ainda que na sua programação houvesse palestras e rodas de conversa sobre os temas que rondam a cultura da periferia e evidencia a comunidade LGBTQI+. Não obstante a essa temática, na edição de 2021, o Sarrau incluirá a cultura do *reggaeton* em sua discussão e o evento será realizado no formato de festival, com apresentação de DJs e artistas do mercado nacional representando o Funk.

Segundo Giacaglia (2008), existem inúmeras possibilidades e tipologias de eventos que atendem toda e qualquer necessidade ou demanda de seus realizadores, independente de porte, tempo de experiência ou edição do evento.

Portanto, seguindo o sugerido pela autora, o Sarrau é um evento cultural, pois o intuito dele é impressionar e entreter o público-alvo através de manifestações artísticas. No formato

¹ Nomenclatura característica para o grupo de pessoas nas quais suas orientações de sexualidade e gênero diferem do "padrão" estabelecido socialmente. Na qual em sua sigla "LGBTQI+" significa; lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, *queer*, intersexo e o símbolo "+" aponta que ainda existem mais categorias a serem mencionadas. (Marques, 2019)

de festival, o evento contará com a participação de uma pluralidade de artistas que representarão o funk e o *reggaeton*.

No tocante ao público alvo, por mais que seja um evento aberto para o público em geral, o Sarrau tem como estratégia atrair pessoas jovens na faixa etária de 18 a 35 anos que residam nas regiões periféricas de Brasília.

1.1. REFERENCIAL TEÓRICO

Como especificado anteriormente, um dos objetivos do Sarrau é proporcionar um momento de lazer para as minorias dentro do Distrito Federal. De acordo com Bramante (1998), o lazer é uma experiência que proporciona prazer e sensação de liberdade, adquirida através do acesso do indivíduo ao seus bens culturais.

Ainda nesse eixo, Melo (2003) abordando a evolução do estudo do lazer no Brasil, evidencia a importância de se ater ao lazer para as minorias na sociedade. A ideia do autor sobre minorias também segue a linha de raciocínio sobre pessoas sem acesso a camadas de poder na sociedade. Melo destaca que as atividades de lazer com o tempo têm se limitado a acesso apenas por pessoas com alto poder aquisitivo. O que remete à ilegitimidade dos bens culturais² advindos das comunidades mais pobres, as comunidades periféricas.

Melo (2003) ainda ressalta que um meio de luta por direitos se dá por meio da inclusão de comportamentos e atividades de lazer que tem suas origens através da cultura geradas pelos grupos das minorias.

Segundo Monteiro (2019), ao realizar um breve histórico sobre o Funk e o *Reggaeton*, afirma que estes são gêneros musicais que caíram no gosto popular e também no mercado fonográfico, o *mainstream*. Suas origens se deram nas periferias do Rio de Janeiro, no caso do Funk e de Porto Rico com o *Reggaeton*, assim, é possível encontrar similaridades quanto às suas histórias. Os dois gêneros populares têm suas raízes no *Hip Hop* dos Estados Unidos, estilo musical este que também originou-se nas periferias nas comunidades negras e enfrentou em seus primórdios a discriminação e opressão governamental para sua reprodução.

Monteiro (2019) afirma ainda que o *Reggaeton* vem a ser a mistura da agilidade das letras e batidas do Hip Hop americano com o ritmo dançante latino e que surgiu propriamente

² Bramante. *Lazer: Concepções e Significados*. 1998. p. 9

no Panamá na década de 1980. Contudo, o movimento começou a ganhar força apenas nos anos 1990 ao chegar em Porto Rico, momento em que o estilo musical passou a ser presente em todas as festas da periferia e das comunidades negras, sendo marcadas pelas "batalhas de rimas". Não demorou muito para as fitas cassete começarem a ser comercializadas ainda que mesmo que informalmente, popularizando o novo gênero nos centros e entre os jovens mais abastados na sociedade.

De acordo com Rivera (2016), as massas tradicionais do país junto ao governo porto riquenho não mediram esforços para bloquear o crescimento do gênero no mercado chegando a proibir a reprodução de músicas desse estilo nas rádios e a vendas de materiais midiáticos do mesmo. Tal proibição se deu, de acordo com o governo, devido às controvérsias com as letras por se apresentarem excessivamente violentas e pornográficas. Segundo Monteiro (2019), foram necessárias muitas negociações para que o *Reggaeton* pudesse voltar ao mercado, após discussões chegou-se ao acordo de que o gênero voltaria a ser comercializado a partir de uma "limpeza" do conteúdo excessivamente violento e sexual. A partir de então, o Reggaeton entra em ascensão dentro de Porto Rico até que em 2004 o gênero entra no *mainstream* com o *hit* Gasolina do reggaetonero Daddy Yankee.

Ainda no texto de Monteiro (2019), a autora explica que o funk é considerado o primeiro gênero musical brasileiro de música eletrônica. É um gênero musical híbrido com origem nos ritmos vindos dos Estados Unidos como o *soul* e o *funk* estadunidense nas décadas de 1970 e 1980, posteriormente foram inseridas as batidas de *hip hop*, popularizando o novo estilo nas festas *black* do Rio de Janeiro. O gênero como é conhecido hoje surgiu na virada da década de 1980 para 1990, sendo desenvolvido pelos jovens negros das favelas do Rio de Janeiro.

Com o passar do tempo a mídia tem abordado o funk por diferentes perspectivas. Segundo Essinger (2005), nos anos 80 enquanto as festas do subúrbios eram movimentadas pelas músicas norte-americanas, esses eventos eram chamados de bailes *black* e eram tidos como uma opção de lazer no subúrbio. No entanto, quando as músicas passam a ser cantadas em português com letras de conotação sexual, a mídia muda completamente o tratamento com o gênero, passando a responsabilizá-lo por grandes problemas sociais como a gravidez precoce e a disseminação do Vírus da Imunodeficiência Humana - HIV.

Segundo Facina (2013), essa responsabilização foi o suficiente para que o governo do Rio de Janeiro instaurasse em 1999 um inquérito parlamentar, que ficaria conhecido como "CPI do funk", que investigaria os bailes funk que apresentassem indícios de tráfico e uso de drogas, violência e condutas que deturpam o comportamento do público infanto-juvenil.

A lei 3.410 de 2000, exigia a presença da polícia militar nos bailes funk, além de requerer a permissão por escrito da polícia para a realização de tais eventos e proibir a reprodução de canções que fizessem apologia ao crime.

A partir da lei 5.543 de 2009, o funk é reconhecido como movimento cultural, que ainda proibia o uso de letras com apologia ao crime, mas garantia a execução do gênero, proibindo qualquer tipo de preconceito racial, social ou cultural sobre o movimento. O maior momento de ascensão do funk se dá no final dos anos 90 para o início dos 2000, que passou a contar com a divulgação na televisão e rádio. Como exemplo, na TV aberta do Rio de Janeiro passa a existir um programa voltado exclusivamente para o movimento do funk, intitulado Furacão 2000

A patrimonialização do funk, segundo Lopes, Silva e Facina (2014), foi a legitimação legal do ritmo, servindo de grande impulso para a aceitação do mesmo na grande indústria, mas o que acarretou para que esse som saísse das favelas do Rio de Janeiro e obtivesse projeção nacional, foi funk "Boladona" da funkeira Tati Quebra Barraco na novela "América" de 2005 e posteriormente no filme nacional "Tropa de Elite" de 2007, assim o gênero alcançava a legitimação social, tornando-se hoje um dos ritmos mais ouvidos nas plataformas de *streamings* de música no Brasil. Prova disso são os dados revelados pelo Spotify na retrospectiva 2020³, no qual existe a representação do funk entre os artistas e as músicas mais ouvidas do ano dentro da plataforma.

Assim como o funk, para Rivera-Rideau (2017) em entrevista; "o *reggaeton* é associado a comunidades com estereótipos problemáticos associados a comunidades pobres e não brancas. Ambos os estilos musicais tem uma reputação hipersexualizada, misógina e de estar relacionado às drogas e ao crime."

Estes dois gêneros tem suas origens dentro das comunidades economicamente e socialmente menos favorecidas, assim sofrendo preconceito, sendo censuradas, acobertadas pelos governos, mas que, com o passar dos anos e passando por adaptações de conteúdo, hoje

³ Fonte: Tcnoblog "*Spotify revela músicas, artistas e podcasts mais ouvidos de 2020*" em 01/12/2020

são grandes potências da indústria fonográfica, o funk no Brasil e o reggaeton no mundo e tais movimentos com tamanha proporção atestam que a representatividade é necessária, em todos os cenários. Neste contexto, o Sarrau se propõe a reforçar essa representatividade e dar espaço a estes gêneros musicais outrora marginalizados.

Por outro lado, o evento ainda é voltado especialmente para o público LGBTQI+, visando proporcionar lazer e representatividade para essa comunidade que tem lutado para ganhar mais espaço na sociedade. O público LGBTQI+ está sendo cada vez mais visado como perfil consumidor específico, assim tendo produtos e serviços personalizados e especializados especificamente para tais consumidores.

Segundo Alves (2019), de acordo com dados expressos em 2010 pela revista IstoÉ Dinheiro. A comunidade LGBTQI+ já expressava 10% da população brasileira, e em sua maioria eram pessoas com graduação de nível superior, empregadas e pertencentes à classe A e B. Logo, percebe-se que o público homossexual tem maior poder de compra.

Levando em consideração o mesmo autor, o resultado da observação e expressão dos grupos LGBTQI+, levou as empresas a criar ações de publicidade que levantassem as bandeiras da representatividade e inclusão. Como foi o caso da empresa "O Boticário" que em sua campanha do dias dos namorados incluiu casais homossexuais.

Vale ressaltar que, o resultado positivo dessas ações de inclusão refletiram em outras questões sociais, pois empresas como forma de contrapartida social repassaram parte de seus lucros para instituições que auxiliam pessoas LGBTQI+ que passam por situação de vulnerabilidade social. Como no caso da marca "Doritos" que realizou tal feito com os lucros da campanha "Doritos *Rainbow*".

De acordo com Freitas e Ghiraldello (2014) "A homossexualidade se refere à atração afetiva e sexual por pessoas do mesmo sexo por um período e padrão duradouro". Historicamente, como explicam, as relações homoafetivas eram socialmente oprimidas e condenadas, por vezes como crime, assim também como doença mental ou distúrbio sexual. Apesar de que nos primórdios da convivência política das pessoas, mais diretamente evidenciando a sociedade da Grécia Antiga, as práticas homossexuais eram tidas como comuns, pois o povo acreditava que os sentimentos não eram passíveis de censura independente do gênero. Entretanto, desde a Idade Contemporânea a comunidade gay vem sendo hostilizada por meio de perseguições religiosas, pelos governantes que sancionaram

leis "anti-homossexuais" até mesmo na medicina a homossexualidade era tida como distúrbio mental, deixando de ser assim considerada nos anos de 1970.

O surgimento do movimento pelos direitos das pessoas LGBTQI+, segundo Alves (2019), ainda não se chegou a um consenso sobre data de início ou marco histórico. Alguns autores afirmam que seu início se deu na Europa, no final do século XX com a luta contra a criminalização e a garantia dos direitos civis das pessoas gays. Mas também existem autores que defendem o início do movimento nos Estados Unidos em 1969 quando pessoas LGBTQI+ entraram em confronto com a polícia também em reivindicação por direitos civis.

Ainda seguindo na década de 1970 na Europa e América começam a surgir os movimentos pelas garantias dos direitos dos homossexuais na sociedade. No Brasil, o fenômeno não foi diferente, surge em São Paulo o grupo Somos: Grupo de Afirmação Homossexual - SOMOS de 1978 "com ideais políticos e agressiva crítica social"⁴.

O movimento por garantia de direitos e amparo jurídico para pessoas LGBTQI+ se dá ao observar-se que na história esse grupo passou por duras perseguições como na época no holocausto, durante o regime nazista. No qual haviam prisões e sentenças sem julgamentos, fazendo com que essas pessoas vivessem sob o julgo do medo constante.

Ainda sob a ótica de Alves (2019) é nítido que as lutas do movimento LGBTQI+, logrou em muitas conquistas, como direito ao casamento homoafetivo em diversos países, amparo legal em defesa da vida das pessoas homossexuais, e leis penais para as pessoas que praticarem crimes contra o grupo devido suas orientação sexual ou identidade de gênero.

Salientando também a aceitação que os LGBTQI+ têm garantido na sociedade, podendo expressar livremente suas escolhas e sua identidade. Ainda há muito que se superar e existem locais em é perigoso ser assumidamente gay, mas através do movimento o público LGBTQI+ almeja ser plenamente reconhecido e aceito em todas as esferas sociais.

Como mencionado anteriormente o público LGBTQI+ tem sido abraçado pelo mercado, tendo produtos e serviços pensados em sua inclusão e representatividade. Assim também no mercado de eventos existe essa preocupação e personalização para esse público alvo. Partindo desse princípio surge o projeto do Sarrau En Fuego que além de evidenciar a música de raízes na periferia latina e brasileira, tem a comunidade o LGBTQI+ como seu público.

⁴ Freitas e Ghiradello. Lazer LGBT Em Poços De Caldas/MG: Um Breve Estudo. **Revista do Curso de Administração/Puc Minas**, ed. 2014, n. 2 Poços de Caldas, 2014. p. 6

2. OBJETIVOS:

2.1. GERAL: Promover através de um evento de lazer a inclusão e representatividade LGBTQI+ aliado à cultura das periferias;

2.2. ESPECÍFICOS:

- Proporcionar um ambiente de boa convivência, independente de suas origens, cor, religião, orientação sexual, gênero, etc.
- Evidenciar a importância da cultura advinda das periferias por meio da propagação de artistas destas localidades;
- Proporcionar mais uma opção de lazer e diversão para a noite de Brasília com foco no público LGBTQI+;

3. JUSTIFICATIVA

É notório que está acontecendo no mundo um fenômeno social em que em todas as esferas da sociedade busca-se por inclusão, acessibilidade e representatividade. Este último é considerado o pilar da justificativa desse projeto.

De acordo com Sodré (2005), as minorias não são meros números que surgem em pesquisas. Minoria é uma força na qual um grande grupo se reconhece representado e vai de encontro com pressões sociais que os tiram oportunidade de galgar carreiras ou experiências em todas as esferas da sociedade.

Embora mulheres e negros constituam a grande maioria da população do país, ao se analisar direitos e representações conquistados, assim como indígenas, pessoas com deficiência, homossexuais, travestis e transexuais, são considerados minorias diante a sociedade. Devido à orientação econômica, social, cultural, física ou religiosa, de gênero ou sexual, as minorias sociais são definidas como grupos marginalizados.

Para entender melhor a imagem do público LGBTQI+, é necessário entender suas características, culturas e hábitos. Muitas dessas características podem ser encontradas facilmente na internet, como por exemplo na rede social Twitter, onde as pessoas LGBTQI+ expressam livremente suas experiências, preferências, hábitos, rotinas, etc. Esse público tem

características únicas em termos de personalidade, socialização e consumo de bens e serviços. O grupo LGBTQI+ tem procurado o seu lazer baseado no que ele consome diariamente, como músicas nos estilos Funk e Pop, por exemplo.

Sendo assim, após evidenciar a importância e evolução desse perfil consumo. Percebe-se que Sarrau é um evento que teve como foco, proporcionar representatividade ao público LGBTQI+ e também a todas as minorias citadas acima, proporcionando à cultura da periferia em Brasília, levando em consideração o número pouco expressivo de eventos voltados especialmente para essa comunidade.

É perceptível esse não engajamento no entretenimento gay a partir de uma simples pesquisa na internet sobre "eventos lgbt em Brasília". Certamente será percebido que os sites mais ativos hoje, são os sites Guia Gay Brasília e o De Boa Brasília. No primeiro site é possível encontrar na agenda todas as tipologias de eventos voltados para este público em específico, até mesmo que os eventos religiosos fazem parte dessa programação. Porém, é possível ver que não é muito utilizado nem mesmo pelo próprio público ao qual o site é direcionado, sendo publicado de 1 a 3 eventos diariamente.

Já no segundo site citado acima existe um campo específico para esse público onde não é possível encontrar nenhum evento publicado. A plataforma mais acessada para a encontrar esses tipos de eventos é o Facebook, onde eventos e páginas são criados e os interessados curtem e interagem para saber mais informações. Em uma pesquisa nessa rede social foi possível a localização de 5 a 8 eventos com foco LGBTQI+, além de uma página intitulada de "Brasília Orgulho" com 9.825 seguidores, onde são postadas informações sobre saúde, direitos e eventos LGBTQI+. Sendo assim, é possível observar que as redes sociais ainda são o melhor veículo para a divulgação de um evento LGBTQI+.

Seguindo pelo mesmo lado dos eventos LGBTQI+, temos a cultura periférica que também traz poucos resultados quando se pesquisa por eventos dessa tipologia. 80% dos eventos de Funk e *Reggaeton* em Brasília, não são divulgados no principal site da capital o "De Boa Brasília" que já foi citado acima.

É possível observar que os eventos que incluem *reggaeton* concentram-se apenas em uma casa de shows, o "CARIBEÑO", que no momento está com a pista de dança fechada por conta da pandemia e só está abrindo no formato de bar com DJs locais que tocam o ritmo.

Alguns eventos no “CALAF” (outra casa de eventos de Brasília) promovem esse ritmo em algumas noites do seu cronograma.

Os eventos de funk, por exemplo, que são divulgados nas plataformas de eventos de Brasília, são eventos com apresentação de artistas de projeção nacional, em locais centralizados do DF, como o Plano Piloto, Nesse caso é possível observar que temos em torno de 3 a 5 eventos anunciados pelo site onde divulgam os locais, preços e horários para essas festas.

Mesmo com o foco de grandes eventos sendo no Plano Piloto, já existe um movimento entre produtores que levam eventos de grande porte para as demais RAs do Distrito Federal, assim facilitando o acesso da população da periferia nestes eventos. Exemplo disso é O Maior São João Cerrado, realizado na Ceilândia, além de eventos voltados à cultura funk e *hip hop*.

Em pesquisa semelhante à citada acima, realizou-se outra pesquisa na internet com o intuito de conhecer os resultados sobre “Eventos Periféricos em Brasília”. A pesquisa aponta algumas informações e sites. O site do Correio Braziliense (jornal local) é o que traz com mais clareza alguns eventos dessa tipologia, não focando somente no centro e sim em todo o DF. Já em uma pesquisa feita no Facebook é possível observar de 10 a 15 eventos de Funk e *Reggaeton* espalhados pela cidade. Trazendo todas as informações necessárias como preços, locais, horários e até mesmo o instagram que o evento está sendo divulgado e os perfis dos organizadores e *promoters*.

Para a realização desta edição do Sarrau, o local pretendido é o Estádio Elmo Serejo, mais conhecido como Serejão ou Boca do Jacaré. Tal escolha foi feita a partir de pesquisa de custo de locação de espaços públicos do GDF e analisando que até 2019 existiu um fluxo de eventos de música periférica, mais especificamente o funk e o *hip-hop* no espaço e ainda levando em consideração que por se tratar de um evento que enaltece a cultura da periferia e a inclusão o local deve estar localizado onde a população habitante se encaixe nas características do público alvo.

A área interna do estádio comporta o *layout* pensado para o evento, no qual existirá um palco e o público será conduzido a passar o evento em espaço de convivência como "mini-camarotes" designados como “quadrinhos”⁵ com até 4 pessoas. Também com o

⁵ Vide anexo A - figuras 1, 2 e 3.

evento acontecendo dentro do estabelecimento, será otimizado o serviço de bar que será desempenhado durante a festa, assim como a organização de pontos de alimentação.

Vale salientar que para o Sarrau En Fuego o público estimado é de 5.000 participantes, número esse que não representa nem 1/3 da lotação do estádio, respeitando as medidas de distanciamento social em virtude do cenário de pandemia.

4. METODOLOGIA

O evento Sarrau já teve duas edições: a primeira em junho de 2019 e a segunda em outubro de 2020, durante a pandemia. A primeira edição foi um evento interno do IFB, voltado para os discentes do *campus* Brasília. Já a segunda edição foi online, no qual foi promovido um *talk show* sobre representatividade, mas com uma temática mais estreita ao turismo. Esse projeto tem por finalidade planejar o evento Sarrau En Fuego, agora no formato de festival para a comunidade geral do Distrito Federal, mas com sua temática e atrações voltadas especialmente para o público LGBTQI+ e abordando a música que tem suas raízes na periferia brasileira e latina. São apresentadas as etapas dos processos necessários para que o evento seja realizado. Desde sua ideia inicial até as iniciativas pós-evento.

No pré-evento será executado um plano de articulação pelas redes sociais, com conteúdos sobre a cultura da periferia latina e brasileira, também do funk e reggaeton, para instigar os seguidores a esperar algo novo do perfil oficial do evento e também provocar o público-alvo a debater sobre o tema do evento. Em continuidade à estratégia de comunicação e captação de participantes serão feitas pesquisas nos stories do perfil do Sarrau quanto à disposição dos seguidores em participar de um evento nessa temática e outras interações que serão feitas nos formatos de caixa de resposta e enquetes.

Após o levantamento e análise de informações será tomado o plano de divulgação do evento em si, com anúncio oficial da data e da aquisição de ingressos. Também serão utilizados outros meios de divulgação, tais como, acordos de parcerias com outros perfis nas redes sociais, e-mail marketing a partir do banco de dados construído na segunda edição do Sarrau, que exigiu endereço de e-mail para realização das inscrições e também contato com centros acadêmicos e ligas de universidades, buscando divulgar o Sarrau En Fuego diretamente aos estudantes do Distrito Federal.

O evento irá perdurar por toda a noite, dividido em 8 momentos. Ao começar na entrada com o *Welcome Drink*⁶ que servido aos participantes que comprarão seus ingressos no lote promocional do Sarrau en Fuego.

Dentro do ambiente do evento, haverá apresentação dos DJs convidados que representarão o *reggaeton*, reproduzindo *sets* totalmente voltados ao gênero musical, e os shows das atrações confirmadas, como Bonde do quadrado, Pabllo Vittar, Mulher Pepita e Mc Rebecca. Os trabalhos serão iniciados às 20h como hora estimada de término às 3h.

Durante o Sarrau en Fuego haverá serviço de alimentos e bebidas. Os alimentos serão comercializados por comerciantes autônomos que adquirirem espaço dentro do estádio a partir de uma taxa que será cobrada. Já na questão das bebidas, serão vendidas pelo bar exclusivo do Sarrau. Logo, será vetada a entrada de participantes portando alimentos e bebidas, assim como a entradas de vendedores ambulantes dentro do evento.

Quanto ao serviço de distribuição de alimentos e bebidas, para evitar a movimentação das pessoas no espaço fora dos quadrados e aglomerações como em filas de bar e praça de alimentação, devido ao cenário pandêmico, serão tomadas as medidas:

No tocante aos alimentos será utilizado o serviço intra eventos da empresa iFood que foi experimentada em eventos no país em 2019, tornando-se um *case* de sucesso. Quanto às bebidas, a estratégia adotada será a de cooperação entre os caixas móveis e a equipe do bar, no qual os caixas móveis ao receberem os pedidos, os entregarão ao bar, onde uma parte da equipe irá preparar as bebidas e outra as levarão ao local que o pedido foi feito.

Para que o evento aconteça atendendo às normas de segurança de saúde devido a pandemia, os lugares para os participantes seguirão dois formatos. O primeiro é por meio de estruturas de espaços de convivência para 4 pessoas que, para o Sarrau, leva a nomenclatura de "quadrado". O segundo será de ocupação de lugares individuais, para as pessoas que preferem ir sozinhas ao evento, comprando um ingresso individual e sentando nas arquibancadas obedecendo as normas de distanciamento.

Como anfitriã do Sarrau En Fuego foi escolhida a *drag queen* brasileira Mary Gambiarra, engajada na causa LGBTQI+, e constantemente presente nos eventos voltados a este público, inclusive esteve presente como convidada na primeira edição do Sarrau. Sua função no evento será apresentar as atrações e animar a festa.

⁶ Serviço de cortesia de bebidas simples e leves na entrada do evento, também conhecido como coquetel de boas-vindas. (FONTE: JW Fotografia)

Para o pós-evento será disponibilizado no Instagram e encaminhado aos e-mails coletados dos participantes um link de avaliação de reação para levantar informações de impressões quanto à realização do evento, sua programação, horário, atrações e demais aspectos, mas principalmente o impacto no que diz respeito à representatividade percebida entre os participantes do Sarrau En Fuego.

Também será disponibilizada no Instagram a galeria de fotos do evento, servindo de portfólio para os produtores, para a marca Sarrau e também para deixar registrados os momentos de diversão das pessoas que compareceram ao evento, influenciando prováveis novos participantes para possíveis futuras edições.

5. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE

Considerando os aspectos de sustentabilidade que os organizadores pretendem incorporar ao evento, cita-se aqui estratégias pertinentes:

5.1 ALIMENTAÇÃO

O evento terá venda de espaços para microempreendedores da área alimentícia que atuem nas mais diversas regiões administrativas e entorno do DF, para que possam apresentar e vender o seu produto. Também será exigido que cada quiosque seja responsável pela comercialização de alimentos em materiais sustentáveis.

O evento contará com a venda dos Eco Copos mas também será viabilizada a opção para que participantes do evento possam levar seus próprios copos ou terão que fazer a compra do mesmo no evento, pois os bares não farão distribuição de copos descartáveis.

5.2 RESÍDUOS: SEPARAÇÃO, GERENCIAMENTO E TRATAMENTO

Ao todo, 140 lixeiras alugadas pela empresa EcoPlast serão espalhadas pelo evento, sendo 100 lixeiras localizadas e distribuídas na área em que os quadradinhos estão localizados, sendo assim, uma lixeira para resíduo orgânico e outra para resíduos inorgânicos.

Os materiais que compõem o lixo inorgânico não possuem origem biológica, são produzidos por meios não-naturais, ou seja, produzidos pelo homem, como o plástico, alumínio, vidro e outros materiais. Já o lixo orgânico pode ser coletado sem a necessidade de separação de seus resíduos (UNIVASF, 2020). Portanto, é necessário separá-los para reduzir os impactos que o evento pode gerar em relação ao meio ambiente.

Outras 15 lixeiras também de lixos orgânicos e inorgânicos serão espalhados em pontos estratégicos do evento: entradas, saídas e também próximo aos banheiros. Mais 25 lixeiras serão distribuídas nas arquibancadas inferiores do estádio, que também serão utilizados como uma área do evento. E 5 lixeiras serão distribuídas nos pontos de alimentação. O local do evento irá contar com sinalizações e desenhos feitos pela empresa Safe Park, explicando cada tipo de resíduo para que a coleta seja feita corretamente.

Todo o resíduo gerado durante o evento será recolhido pela empresa EcoPetro de Aparecida de Goiânia, especializada na coleta de lixos sólidos e líquidos, incluindo óleo utilizado para o preparo dos alimentos.

Latinhas de refrigerantes e de sucos, garrafas (vidro) de vodka, garrafas Pet (águas e refrigerantes) serão coletados pela empresa parceira e indicada pela Ambev, conforme é exigido no contrato de patrocínio, para que a mesma dê continuidade no seu projeto de reciclagem, onde os materiais reciclados são transformados em lixeiras e distribuídas em algumas cidades brasileiras. A empresa indicada pode ter vínculo ou não com o Sistema de Limpeza Urbana - SLU que também faz essa coleta seletiva.

Será feita também parceria com a empresa Reciclus que faz a reciclagem de lâmpadas caso algum objeto da iluminação seja obstruído e lixos eletrônicos. As reciclagens dessa empresa tem parceria com 2179 lojas pelo Brasil, como: Carrefour, Hipermercado Extra, Supermercado BIG, ASSAÍ e Leroy Merlin. Onde os resíduos poderão ser descartados em uma dessas empresas ou a própria empresa oferece um contêiner de coleta para o evento.

A empresa EcoPetro e a empresa indicada pela Ambev tratarão os resíduos segundo seus objetivos. A primeira vai fazer a coleta dos resíduos sólidos e líquidos como já foi citado, levando todo o material para a própria empresa, onde serão feitos os descartes corretos dos mesmos, o óleo por exemplo será utilizado para confecção de sabão. E a segunda vai fazer o descarte das latinhas e garrafas Pet, transformando todo o resíduo plástico em lixeiras para cidades de todo o Brasil

5.3 DECORAÇÃO

Para a realização do evento existe a intenção da contratação da profissional de decoração de eventos Julia Hormann, que já fez decoração em eventos como PicNik e Green Move Festival para a montagem dos *lounges*, cenografia e do evento em geral. Julia Hormann é de Brasília e essa é uma característica que o Sarrau preza em manter, que é honrar a maior parte da mão de obra qualificada local, assim fortalecendo as empresas da capital federal e demonstrando que no Distrito Federal pode ser construída uma sólida corrente de parcerias e cooperação.

6. PLANO DE COMUNICAÇÃO

Para desenvolver o plano de comunicação do projeto, foi levado em consideração o mix de marketing, ferramenta utilizada no mercado que dispõe de estratégias de ação no intuito de proporcionar benefícios e agregar valor ao evento, a partir do estudo das necessidades e desejo do público alvo (Peñaloza, 2005). Tais estratégias são regidas com base no "conjunto de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para alcançar seus objetivos" (Silva, 2009), os 4Ps (produto, preço, praça e promoção).

Para Silva (2009), o produto é um resultado de entrega de bens e serviços atendendo as expectativas do mercado-alvo e vai além que o fator tangível. O produto transmite uma mensagem que é captada pelo cliente e passado às outras pessoas. No caso do projeto, o produto é o evento em si, sua operacionalização. E o Sarrau En Fuego, além de uma festa, transmite a mensagem de representatividade e inclusão na sociedade.

Segue a programação e as atrações do Sarrau en Fuego:

Tabela 1- Atrações e Programação

Atrações e Programação		
20h	Abertura dos Portões	<i>Welcome Drink</i> para os 10 primeiros quadradinhos adquiridos no lote promocional
20h	DJ Sista L	Abertura
21h	DJ Santa Cruz + Bonde do Quadradinho	Show + Animação
22h	MC Rebecca	Show (funk)
23h20	DJ Fael da CH + Bonde do Quadradinho	Show + Animação
00h30	Pablo Vittar	Atração principal (show completo)
2h	Mulher Pepita	Show (funk)
3h	Encerramento	
Obs: Entre as atrações haverá apresentação e animação da <i>drag queen</i> Mary Gambiarra		

Fonte: Elaboração própria, 2021.

O preço é o valor em moeda que se estipula para obter um produto. Para chegar ao valor do preço são somadas uma série de fatores que permeiam o produto, como seu custo, legislação do comércio, políticas de concorrência e ainda questões subjetivas dos fornecedores do produto.

No caso do Sarrau En Fuego o preço do ingresso é calculado a partir dos custos equivalentes à sua produção e logística, além da expectativa de lucro. Já os preços do bar seguirão à seguinte regra: soma de custo das bebidas, transporte, refrigeração e lucro.

Para a venda dos ingressos, a produção do evento seguirá a estratégia de venda de ingresso por categorias e lotes. Para as categorias, haverá apenas duas: os quadradinhos e as pulseiras individuais. Os quadradinhos são estruturas de praticáveis de 4m² para convivência de 4 pessoas, e levam esse nome em analogia ao passo de dança conhecido do funk e também ao formato do Distrito Federal, que inclusive é apelidado pela sua população por essa forma geométrica. As pulseiras individuais serão vendidas para as pessoas que preferem ir sozinhas ao evento.

Ainda sobre os ingressos, seguindo a exigência de contrapartida social do edital FAC, que será um dos meios de captação de recursos para o Sarrau En Fuego, será distribuído de forma gratuita para pessoas em situação de vulnerabilidade social ingressos para participação no evento.

Segue o planejamento de preço de ingressos para o Sarrau En Fuego:

Tabela 2- Valor dos Ingressos

Valor dos ingressos			
Categoria	Lote	Valor	Observação
Quadrado	Promocional	R\$ 190,00	12 horas + <i>Welcome drink</i> para os 10 quadrados disponíveis
Quadrado	1º lote	R\$ 210,00	
Quadrado	2º lote	R\$ 230,00	
Quadrado	3º lote	R\$ 250,00	
Quadrado	Venda no local	R\$ 300,00	
Pulseira individual	Promocional	R\$ 30,00	12 horas
Pulseira individual	1º lote	R\$ 40,00	
Pulseira individual	2º lote	R\$ 50,00	
Pulseira individual	3º lote	R\$ 60,00	
Pulseira individual	Venda no local	R\$ 80,00	

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A distribuição do produto dentro dos 4Ps é conhecida como praça (Silva, 2009). É a forma na qual o produto chegará ao consumidor-alvo, como por exemplo, a exposição de mercadorias em lojas. Para o evento a distribuição será feita a partir da aquisição de ingressos. Os ingressos poderão ser adquiridos pela plataforma Sympla e estarão disponíveis no site da plataforma, além de no perfil oficial do Sarrau, de perfis de lojas que firmarem parceria com o evento e no dia da realização do evento haverá bilheteria física na entrada do mesmo.

No que se refere à promoção, considera-se como o artifício mais eficaz de comunicação com o consumidor-alvo, e é feita através de ações de publicidade e propaganda

até cortesias e benefícios que venham tornar as pessoas em consumidoras fiéis do produto oferecido.

Para o Sarrau en Fuego as estratégias adotadas serão divulgação em massa em redes sociais, através de peças de comunicação promocionais do evento e conteúdos que abordam assuntos de representatividade e inclusão, assim como também lâminas para *stories*, que além de utilizados pelo perfil oficial, serão distribuídos para todos os perfis parceiros do evento. Também serão utilizados sites e fóruns para divulgação de eventos.

Em questão de benefícios para o público interessado no evento será disponibilizado o lote promocional de ingresso que além do desconto contará com a cortesia do *Welcome Drink*. Além dos seguintes sorteios:

1) Um quadradinho junto com 1 combo de bebida no Instagram para os seguidores do Sarrau.

2) Dois combos de bebidas dentro do evento para os participantes ou os quadradinhos que tenham consumido a partir de 200 reais dentro do evento, tal levantamento será possível a partir dos banco de dados da empresa NUGO que será o apoiador responsável pela operacionalização dos caixas móveis do evento.

7. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EVENTO

Para obter um recurso financeiro para o evento será necessário o envio de carta patrocínio para grandes empresas que abracem a temática do evento a ser realizado, como a Vodka Absolut que é uma grande marca notabilizada pelas publicidades voltadas para o público LGBTQI+ desde 1989.

Também serão enviadas cartas convite para empresas de pequeno e grande porte nos locais das Regiões Administrativas - RA da Ceilândia, Taguatinga, Samambaia e outras RAs mais próximas do estádio Elmo Serejo com diferentes valores e permutas que possam ter interesse em fazer parcerias ou apoiar o evento a ser realizado. E também tenham interesse em divulgar sua marca junto ao evento para um grande número de pessoas.

Serão feitas vendas de espaços para até cinco empresas do ramo alimentício que tenham interesse em estar dentro do evento divulgando a marca e fazendo com que os participantes os conheçam, podendo assim ser feita uma futura parceria com o Sarrau para os

próximos eventos. Todo capital adquirido será para a melhoria do evento para que possamos fazer do mesmo o mais acolhedor e divertido possível.

7.1 FORMAS DE PARTICIPAÇÃO

A empresa Absolut entrará com o patrocínio da vodka, trazendo todo o estoque da mesma e sendo assim a única bebida destilada do evento. A Ambev entrará com o patrocínio das bebidas para o bar com o interesse de intensificar o reconhecimento de suas marcas para o público, e trazendo a marca Skol, como a principal cerveja do evento, assim como suas variantes, que são: Skol Beats e Skol Beats GT.

A parceria com a empresa Eco Petros fará toda a coleta dos resíduos sólidos e líquidos do evento, no qual iremos arcar apenas com o transfer onde todo o resíduo será armazenado separadamente para que tudo seja feito de forma correta. A empresa Reciclus, atuará como parceria, podendo descartar todas as lâmpadas e demais lixos eletrônicos que foram danificados durante o evento no Hipermercado Extra ou do Atacadista Assaí, ambos localizados na Ceilândia.

Para os quadradinhos e pontos estratégicos nas arquibancadas para os lugares individuais, a empresa VIVO, constantemente presente no evento em Brasília, disponibilizará como meio de patrocínio, totens de álcool gel para a garantia da segurança dos participantes do Sarrau en Fuego.

A NUGO conhecida por estar nos grandes e principais eventos do Distrito Federal também é patrocinadora do Sarrau en Fuego, oferecendo todas as máquinas de cartões para os caixas móveis, fixos e bilheterias. O Hotel Imperial Plaza, que possui localização estratégica para o evento, entrou com parceria e fornecimento de toda a alimentação dos artistas e suas equipes durante a sua estada, sendo assim, o gasto ficará, portanto, com as diárias das estadas dos mesmos.

O Deputado Fábio Félix do PSOL, o primeiro deputado LGBTQI+ eleito no Distrito Federal, entrará em parceria com a boate Victoria Haus, uma das baladas mais conhecidas do Distrito Federal, fornecerá toda a estrutura de palco, painéis de LED, microfones, som e iluminação do evento.

O gerador de energia será patrocinado pela Castelo Forte, empresa de materiais de construção que tem filiais em Ceilândia, Recanto das Emas, Samambaia e Vicente Pires.

A participação no Edital da Fundação de Apoio à Cultura - FAC que tem como objetivo, o apoio à cultura no Distrito Federal. Para que através do mesmo seja possível obter recursos para o financiamento do evento e em contrapartida, oferecer uma carga de ingressos cortesia, nomeados de ingressos sociais para pessoas de baixa renda que não teriam condições de ir ao evento.

Todas essas empresas participantes terão suas marcas associadas ao evento desde a fase do pré-evento até o pós-evento, sendo divulgadas nos telões do festival, bem como serão citadas nos agradecimentos pelas atrações. Também serão feitos dois camarotes com visão estratégica do palco para os parceiros, apoiadores e patrocinadores para que eles possam desfrutar do evento.

7.2 TABELAS DE CUSTOS

Para controlar custos e despesas durante o planejamento e execução de todo o evento, será produzida uma planilha na qual os preços, patrocinadores, apoiadores, quantidade e o destino de recebimento dos recursos serão feitos para evitar problemas como descontrole com os gastos e perda de dados importantes para o custeio do evento, e melhorar todo o processo de organização.

Tabela 3- Planilha orçamentária: planilha de estrutura

Planilha orçamentária				
Planilha de estrutura				
Descrição	Valor unitário	Quantidade	Valor Total	Observações
Gradil / Alambrado	R\$ 4,00	7.200	R\$ 28.000,00	M2
Placas informativas para coleta de resíduos	140,00	50	R\$ 7.000,00	Safe Park
Gerador	3.500,00	1	3.500,00	Patrocínio, Castelo Forte
Palco, som e iluminação.	27.300,00	1	27.300,00	Patrocínio, Victoria Haus e Dep. Fábio Félix
Estrutura para bar	R\$ 2.000,00	2	R\$ 4.000,00	
Lixeira	R\$ 44,90	140	R\$ 6.282,00	Separação de lixo orgânico e inorgânico
Estádio	R\$ 8.000,00	3	R\$ 24.000,00	Diária
Caixa registradora	R\$ 200,00	5	R\$ 1.000,00	
Piso de proteção do gramado	R\$ 17,00	48	R\$ 80.000,00	M2
Decoração	R\$ 15.000,00	1	R\$ 15.000,00	
ECAD	R\$ 80,92	1	R\$ 80,92	Valor mínimo
Total: R\$ 196.162,92				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 4- Planilha orçamentária: recursos humanos

Recursos Humanos				
Descrição	Valor unitário	Quantidade	Valor total	Observações
Mary Gambiarra	800,00	1	800,00	Apresentação
Pablo Vittar	R\$ 80.000,00	1	R\$ 80.000,00	Show
MC Rebecca	R\$ 20.000,00	1	R\$ 20.000,00	“
Mulher Pepita	R\$ 10.000	1	R\$ 10.000,00	“
Bonde do quadradinho	R\$ 100,00	4	R\$ 400,00	Animação
DJ	R\$ 300,00	3	R\$ 900,00	
Apoio de palco	R\$ 100,00	4	R\$ 400,00	
Caixa móvel	R\$ 130,00	40	R\$ 5.200,00	Cartão
Caixa fixo	R\$ 100,00	5	R\$ 500,00	Dinheiro
Bar	R\$ 150,00	20	R\$ 3.000,00	
Bilheteria	R\$ 100,00	5	R\$ 500,00	
Brigadistas	R\$ 160,00	10	R\$ 1.600,00	
Vigilantes	R\$ 150,00	15	R\$ 2.250,00	
Fotografia	R\$ 2.500,00	2	R\$ 5.000,00	
Filmagem	R\$ 2.500,00	1	R\$ 2.500,00	
Ecopetro	R\$ 600,00	2	R\$ 1.200,00	Transfer + Gasolina
Equipe de montagem	R\$ 100,00	20	R\$ 2.000,00	
Equipe de limpeza	R\$ 110,00	10	R\$ 1.100,00	
Total: R\$ 137.350,00				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 5- Planilha orçamentária: serviços e materiais extra

Planilha de serviços e materiais extras				
Descrição	Valor Unitário	Quantidade	Total	Observações
Hospedagem dos artistas	R\$ 157,00	6	R\$ 942,00	3 quartos individuais + 3 quartos com 4 camas (diária + café da manhã + alimentação)
Transporte terrestre	R\$ 250,00	2	R\$ 500,00	Vans
Transporte aéreo	R\$ 748,00	14	R\$ 10.472,00	Passagens ida e volta
Eco Copo	R\$ 9,30	800	R\$ 7.440,00	Meu Copo Eco
Alimentação dos funcionários	R\$ 8,00	80	R\$ 640,00	Marmitas
Total geral: R\$ 19.994,00				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Total geral de custos: R\$ 353.506,92

7.2.1. PLANILHA DE PATROCÍNIOS, APOIADORES E PARCERIAS

Tabela 6 - Patrocínios, Parcerias e Apoios

Patrocínios, Parcerias e Apoios	
Vodka Absolut	Patrocínio
NUGO	Parceria
AMBEV	Patrocínio
Reciclus	Parceria
Eco Petro	Parceria
Castelo Forte	Patrocínio
Imperial Plaza Hotel	Patrocínio
Dep. Fábio Félix	Apoio
Distrito Drag	Apoio
Victoria Haus	Patrocínio
VIVO	Patrocínio
iFood	Parceria
Edital FAC	Recurso Federal

Fonte: Elaboração própria, 2021.

As fontes de geração de recursos financeiros do evento estão alocadas nas seguintes formas de adesão e de recurso:

Formas de adesão:

- Bilheteria no local;
- Venda de ingresso Sympla;
- Comissários oficiais;
- Parceiros lojistas.

Fontes de Recursos:

- Edital FAC;
- Patrocínio de empresas engajadas pela causa LGBTQI+, exemplo: a marca de vodka Absolut;
- Patrocínio de marcas destaques nos eventos de Brasília, exemplo: VIVO;
- Lucro arrecadado na bilheteria;
- Lucro do bar;
- Locação para os quiosques de alimentos;
- Parcerias com empresas que fornecerão produtos e serviços como Meu Copo Eco, iFood, NUGO, entre outras.

7.2.2 - ANÁLISE E PROJEÇÃO DE RECEITA

Analisando as planilhas de custo e levando em consideração os cenários otimista, realista e pessimista consideram-se as tabelas a seguir

Tabela 7 - Cenário otimista

Cenário otimista				
Ingresso / lote	Valor unitário	Qtd. disponível / qtd. vendida	Valor total	Consumo no bar
Quadrado / promocional	R\$ 190,00	10/10	R\$ 1.900,00	R\$ 40,00 per capita / total: R\$ 1.600,00
Quadrado / 1º lote	R\$ 210,00	100/100	R\$ 21.000,00	R\$ 40,00 per capita / total: R\$ 16.000,00
Quadrado / 2º lote	R\$ 230,00	200/200	R\$ 46.000,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 24.000,00
Quadrado / 3º lote	R\$ 250,00	100/100	R\$ 25.000,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 12.000,00
Quadrado / venda no local	R\$ 300,00	90/90	R\$ 27.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 7.920,00
Pulseira individual / promocional	R\$ 30,00	250/250	R\$ 7.500,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 7.500,00
Pulseira individual / 1º lote	R\$ 40,00	600/600	R\$ 24.000,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 18.000,00
Pulseira individual / 2º lote	R\$ 50,00	800/800	R\$ 40.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 17.600,00
Pulseira individual / 3º lote	R\$ 60,00	600/600	R\$ 36.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 13.200,00
Pulseira individual / venda no local	R\$ 80,00	250/250	R\$ 20.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 5.500,00
Total Geral: R\$ 371.720,00				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Levando em consideração o cenário otimista, a receita total do evento resultaria em R\$ 371.720,00, assim tornando viável a realização do evento mesmo sem lograr na captação de recursos através de patrocínios e parcerias, além de render o lucro de R\$ 18.213,08 aos produtores do evento. Já obtendo sucesso em todas as parcerias e patrocínios solicitados o lucro seria de aproximadamente 70% da receita gerada.

Tabela 8 - Cenário realista

Cenário realista				
Ingresso / lote	Valor unitário	Qtd. disponível / qtd. vendida	Valor total	Consumo no bar
Quadrado / promocional	R\$ 190,00	10/10	R\$ 1.900,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 1.200,00
Quadrado / 1º lote	R\$ 210,00	100/100	R\$ 21.000,00	R\$ 30,00 per capita / total: R\$ 12.000,00
Quadrado / 2º lote	R\$ 230,00	200/100	R\$ 23.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 8.800,00
Quadrado / 3º lote	R\$ 250,00	100/50	R\$ 12.500,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 4.400,00
Quadrado / venda no local	R\$ 300,00	90/50	R\$ 15.000,00	R\$ 15,00 per capita / total: R\$ 3.000,00
Pulseira individual / promocional	R\$ 30,00	250/250	R\$ 7.500,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 5.500,00
Pulseira individual / 1º lote	R\$ 40,00	600/400	R\$ 16.000,00	R\$ 22,00 per capita / total: R\$ 8.800,00
Pulseira individual / 2º lote	R\$ 50,00	800/600	R\$ 30.000,00	R\$ 15,00 per capita / total: R\$ 9.000,00
Pulseira individual / 3º lote	R\$ 60,00	600/400	R\$ 24.000,00	R\$ 15,00 per capita / total: R\$ 6.000,00
Pulseira individual / venda no local	R\$ 80,00	250/200	R\$ 16.000,00	R\$ 15,00 per capita / total: R\$ 3.000,00
Total Geral: R\$ 228.600,00				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

No cenário realista percebe-se que a receita acumulada ainda não atinge a quantia necessária dos custos para realizar o evento, fazendo-se necessária a captação de recursos externos como patrocínios e parcerias para a viabilização do Sarrau En Fuego, bem como, uma margem de lucro para seus produtores.

Tabela 9 - Cenário pessimista

Cenário pessimista				
Ingresso / lote	Valor unitário	Qtd. disponível / qtd. vendida	Valor total	Consumo no bar
Quadrado / promocional	R\$ 190,00	10/5	R\$ 950,00	Não haveria
Quadrado / 1º lote	R\$ 210,00	100/50	R\$ 10.500,00	Não haveria
Quadrado / 2º lote	R\$ 230,00	200/50	R\$ 11.500,00	Não haveria
Quadrado / 3º lote	R\$ 250,00	100/10	R\$ 2.500,00	Não haveria
Quadrado / venda no local	R\$ 300,00	90/00	R\$ 0,00	Não haveria
Pulseira individual / promocional	R\$ 30,00	250/150	R\$ 4.500,00	Não haveria
Pulseira individual / 1º lote	R\$ 40,00	600/200	R\$ 8.000,00	Não haveria
Pulseira individual / 2º lote	R\$ 50,00	800/300	R\$ 15.000,00	Não haveria
Pulseira individual / 3º lote	R\$ 60,00	600/100	R\$ 6.000,00	Não haveria
Pulseira individual / venda no local	R\$ 80,00	250/00	R\$ 0,00	Não haveria
Total Geral: R\$ 58.950,00				

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Em relação ao cenário pessimista, pressupõe-se que não haveria investimento externo no evento, passando a total responsabilidade orçamentária aos produtores e a baixa adesão aos erros de divulgação, o que impossibilitaria a realização do mesmo..

8. PLANO DE SEGURANÇA

Para o desenvolvimento e execução de um evento de qualidade que traga toda a segurança necessária para a equipe, colaboradores e participantes, é necessária a elaboração do plano de segurança. Esse recurso vem para assegurar que os produtores estão cientes de quaisquer situações e danos, de maneira a prever como tais acidentes ou prejuízos podem ser tratados ou prevenidos.

Para que os participantes tenham total confiança quanto ao evento, toda a segurança será feita de acordo com a LEI Nº 5.281, de 24 de Dezembro de 2013, para que os eventos no Distrito Federal tenham mais responsabilidade e garantam mais segurança para seus participantes. A lei vem regada de normativas e documentos de responsabilidade para o evento, documentos esses que serão o norte dos prazos de entregas; bem como, dos órgãos responsáveis e locais para qual deve-se solicitar autorizações para a realização do Sarrau En Fuego.

8.1 ANÁLISE DE RISCO

A análise dos riscos tende a visar toda a área em torno do evento uma vez que o local do mesmo seja associado a diversos fatores, como: perfil socioeconômico, comércios, vias de acesso, hospitais, delegacias, entre outros. E esta análise é feita sob a perspectiva do ambiente externo e do ambiente interno.

8.1.1. AMBIENTE EXTERNO

Segundo Pinto (2019) a análise do ambiente externo inclui o mapeamento do ambiente em torno do local desejado nas perspectivas sobre ameaças e oportunidades oferecidas fora do evento. A análise pôde ser feita por meio de mapas e visitas já feitas no local que permitem a compreensão e visualização na análise dos futuros riscos a serem evitados nos pontos pesquisados.

Nos riscos externos, por exemplo, foi possível detectar que área ao redor do estádio o ambiente é envolto de empresas de serviços dos mais diversos, portanto, não é uma área

residencial, mas vale lembrar que há a presença de alguns moradores de rua. É uma área com grande movimento por conta da rodoviária, paradas de ônibus e estação do metrô que ficam próximos ao estádio. Além de ser um lugar com fácil acesso e localidade para os participantes que irão se locomover por carros de aluguel (táxis e aplicativos).

Para a segurança dos participantes e também do evento, o estádio está localizado próximo a II Delegacia da Criança e do Adolescente, da 17ª delegacia de Polícia em Taguatinga Norte, do 2º e 12º Grupamento de Bombeiro Militar. As mesmas serão acionadas para que policiais possam fazer a segurança externa do evento, assim como o Detran que também está localizado nas redondezas do evento, será acionado para uma possível organização no trânsito do evento para que isso não cause congestionamentos para a população. Quanto a serviços médicos de emergência, a localização do estádio está em um ponto estratégico de hospitais de três regiões administrativas, sendo eles: os hospitais de Ceilândia, Taguatinga e Samambaia, que em uma possível situação de emergência, poderão atender com mais agilidade os participantes que necessitarem de cuidado médico.

8.1.2 AMBIENTE INTERNO

Já a análise do ambiente interno trata-se da observação de condição na função do evento e do seu espaço, destacando os pontos positivos e negativos do mesmo. O local escolhido atualmente se encontra em perfeitas condições para o recebimento do evento, já que em 2019 o Estádio Elmo Serejo contou com uma reforma na área interna do estádio para receber o Campeonato Brasileiro de Futebol, mais conhecido como Candangão. Banheiros, arquibancadas, gramado, alambrados, vestiários e outras áreas internas do estádio fizeram parte desta reforma.

A parte Interna contará com todas as normas de responsabilidades recomendadas pela da Secretaria de Saúde para que não coloque em risco os nossos participantes, eles terão que estar de máscaras protetoras. Para os que forem participantes dos quadradinhos poderão retirar a máscara somente no ambiente que estiver com as 4 pessoas do seu âmbito social, caso seja necessário a saída do participante do quadradinho para ir ao banheiro ou jogar seus resíduos no lixo, por exemplo, o mesmo deve estar de máscara.

Os quadradinhos seguirão as instruções sobre distanciamento social, alocados em uma distância de pelo menos 1,5m de um para o outro, para que um quadradinho não tenha contato com o outro. Além de ser proibida qualquer troca entre os quadradinhos, seja de bebida, alimento ou qualquer outro material ou substância. A mesma regra será válida para os participantes das arquibancadas, enquanto estiverem nos seus lugares poderão permanecer sem máscara, para circulação no espaço do evento os mesmos serão obrigados a circular de máscara.

Sabendo que pode ocorrer roubos e furtos, e que a produção do evento terá responsabilidade com seus participantes no ambiente interno do evento, serão contratados 15 vigilantes para garantir a segurança no evento, ambos estarão circulando pelo evento, principalmente entre os quadradinhos na intenção de alertar os participantes que estiverem sem máscaras circulando pelo local. E com autorização na retirada de participantes que causem transtornos aos demais, como brigas e até mesmo que estejam no local para cometer roubo e/ou furto.

Os brigadistas também estarão presentes no evento, em um total de 10 colaboradores para toda e qualquer ajuda. Caso seja preciso um atendimento completo, os mesmos estarão de prontidão até a chegada dos bombeiros ou SAMU. Sabendo que os extintores terão que estar dentro do prazo de validade e também visíveis com placas indicativas, assim como a saída de emergência tem que estar com fácil acesso para os participantes e claramente sinalizada. Os produtores do evento assumem e estão cientes dessas responsabilidades para o maior conforto e segurança dos participantes. Todos os colaboradores estarão utilizando Equipamentos de Proteção Individual - EPI 's.

8.2 IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS

Segundo Pípolo (2013), após feita a análise de condições dos ambientes externos e internos, é importante fazer também a identificação dos riscos que são classificados em quatro categorias: humanos, técnicos, naturais e biológicos.

Os riscos humanos são aqueles de ações intencionais ou não intencionais, diretos ou indiretos de pessoas, ocorridos que podem ser executados não só durante o evento, mas também antes ou depois do mesmo, como: furto, roubo, vandalismo e uso de drogas. Os

riscos técnicos são aqueles ligados ao mau uso ou deficiência nas instalações ou manutenções de equipamentos, por exemplo: queda do palco, más instalações elétricas e equipamentos de luz/som. Os riscos naturais são aqueles ocasionados por fenômenos da natureza como: deslizamento de terra, enchentes, terremotos e tempestades. Já os riscos biológicos são os que expõe os participantes do evento à contaminação ou intoxicação através da alimentação, bebidas, lixeiras ou sistema de esgoto (Pípolo, 2013).

Pípolo (2013) segue suas recomendações dizendo que para evitar tais riscos podem ser feitas a partir da classificação dos verbos assumir, tratar e transferir. Esses são métodos e medidas que um produtor usa para identificar e evitar os riscos identificados no seu evento. As tabelas a seguir, demonstram os riscos que podem ocorrer no evento segundo a cartilha de Pípolo (2013), as mesmas serão feitas de acordo com nossa formação e experiência. Todos os riscos estão enumerados segundo os quadrantes pertencentes à Matriz de Vulnerabilidade.

Tabela 10 - Riscos Humanos

I. Furto e roubo	Tratar
II. Assédio (artistas / participantes)	Assumir / tratar
II. Vandalismo	Assumir / tratar
III. Uso de drogas	Tratar

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Caso aconteça algum desses riscos, o evento contará com o apoio de vigilantes e policiais para que tudo seja resolvido sem causar transtornos aos demais participantes, seja dentro do espaço do evento ou nos arredores. Quanto ao uso de drogas, a organização do evento informará em suas regras aos participantes que é expressamente proibida a entrada no evento com substâncias ilícitas ou similares, sendo os portadores sujeitos a não entrarem no evento, caso não os descartem nos locais destinados a isso, já previamente dispostos pela organização.

Tabela 11 - Riscos Técnicos

II. Queda de palco	Tratar / transferir
II. Falha de som / iluminação	Tratar / transferir
III. Instalações elétricas	Tratar / transferir
IV. Gerador	Tratar/Transferir
II. Estrutura do estádio	Tratar
II. Tendias	Tratar

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Quanto aos riscos técnicos, o evento contará com um gerador caso tenha queda de luz ou falha no som/iluminação, e também uma equipe especializada e de total confiança para lidar com tais riscos. Testando todo o equipamento antes do evento para que seja evitado quaisquer danos ou acidentes. Será feita também a vistoria no estádio juntamente a Defesa Civil e o Corpo de Bombeiros que são pré requisitos para a obtenção da licença.

É preciso ressaltar que toda a estrutura será erguida e acompanhada por profissional de engenharia que assinará a Anotação de Responsabilidade Técnica - ART dos espaços do evento e acompanhará as vistorias necessárias legais, bem como, fazer as devidas alterações quando requeridas.

Tabela 12 - Riscos Naturais

IV. Chuvas	Assumir
II. Raios	Tratar

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Em relação aos riscos naturais, sabendo que novembro é um período em que as chuvas estão retornando ao centro-oeste, depois de um longo período de seca, não são registradas chuvas fortes que causem enchentes ou quaisquer danos. O risco dos participantes estarem dentro do local do evento e a chuva começar e ter raios que possam atingi-los é baixo mesmo,

com os cercados feitos de aço, próximo ao local existem pára-raios, pois todas as estruturas metálicas serão aterradas.

Tabela 13 - Riscos Biológicos

II. Intoxicação alimentar	Transferir
II. Contaminação nos banheiros	Assumir / tratar
I. Contaminação do novo coronavírus	Assumir / tratar

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Visto que os riscos biológicos podem ocorrer no nosso evento, o mesmo foi pensado em um formato diferente por conta do cenário sobre o novo coronavírus. Os vigilantes do evento estarão responsáveis por aferir a temperatura dos participantes, assim como, a equipe de limpeza contratada ficará responsável para a higienização e desinfecção dos banheiros, e do local do evento, como: camarins, palcos e camarotes.

Sabendo que existe um plano de vacinação no Distrito Federal, é informado que até a data do evento 80% da população já esteja imunizada, também será obrigatório o uso de máscaras aos participantes, será disponibilizado álcool em gel 70° INPM, podendo ser retirada apenas no momento em que estiverem nos seus devidos lugares. A alimentação do evento será terceirizada e, portanto, toda a responsabilidade a respeito de intoxicações será transferida para essas empresas.

9. MATRIZ DE RESPONSABILIDADE (CRONOGRAMA)

O evento contará com uma série de atribuições em diferentes setores, para isso será montado um staff robusto, buscando suprir as necessidades dos participantes. Para tanto a produção do Sarrau dentro do que lhe tange para seleção de pessoas, contará com um grupo inclusivo de colaboradores, optando pela representatividade, selecionará pessoas LGBTQI+, pessoas com deficiência, de todas as etnias, e etc, pessoas das mais diversas características, prezando pelo seu profissionalismo e competência. Essas pessoas estarão trabalhando em todos os setores cabíveis, como recepção, bar, *backstage*, entre outros. Para os parceiros que

fornecerão serviços e produtos que precisarem selecionar pessoas também serão sinalizados quanto a premissa da representatividade e inclusão. A partir dessa ação procura-se demonstrar que é possível e necessário propiciar um ambiente organizacional eficiente e acolhedor.

A tabela a seguir demonstra as atividades tomadas no pré, trans e pós evento, quais seus responsáveis e a data na qual a atividade será desenvolvida.

Tabela 14 - Cronograma: pré-evento

Pré evento													
Atividade	Responsável	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	O u t	Nov	Dez
Confecção do projeto	Produtores	X	X	X									
Submissão ao edital FAC	Produtores						X						
Captação de patrocínio	Produtores			X	X	X							
Captação de parcerias	Produtores			X	X	X							
Contratação das atrações	Produtores							X	X				
Visita técnica ao local do evento	Produtores				X								
Aquisição de documentos para realização de eventos no Distrito Federal	Produtores				X								
Aluguel do espaço do evento	Produtores							X					
Aquisição de documentos para realização de eventos no Distrito Federal	Produtores							X	X				
Aluguel de equipamentos e estruturas	Produtores									X			
Seleção e contratação de staff	Produtores e empresas parceiras										X	X	
Visita precursora	Produtores										X		
Divulgação do evento	Parceiros					X	X	X	X	X	X	X	
Venda de ingressos	Produtores						X	X	X	X	X	X	
Sorteios no Instagram	Produtores										X		
Treinamento das equipes	Produtores e empresas parceiras											X	

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 14 - Cronograma: trans-evento

Trans evento													
Atividade	Responsável	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Supervisão e Coordenação geral	Produtores											X	
Bilheteria local	Staff											X	
Recepção (welcome drink)	Staff											X	
Acomodação dos participantes	Staff											X	
Orientações de segurança	Equipe técnica (Áudio e vídeo/ Telão)											X	
Atendimento de caixa a pedidos do bar	Caixas móveis											X	
Abertura do evento	DJ											X	
Atrações	Artistas Convidados e DJs											X	
Encerramento	Artista convidado											X	
Sorteios durante o evento	Apresentador											X	
Pedidos e entrega de alimentos	Equipe iFood											X	
Atendimentos de emergência	Equipe de brigada e socorrista											X	

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 16 - Cronograma: pós-evento

Pós evento													
Atividade	Responsável	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Fechamento de caixa	Produtores											X	
Desmontagem do evento	Equipe técnica											X	
Pagamento de pessoal	Produtores											X	
Entrega do local	Produtores											X	
Pesquisa de reação	Produtores											X	
Galeria de fotos	Produtores												X

Fonte: Elaboração própria, 2021.

10. RESULTADOS ESPERADOS (IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES)

Em termos econômicos espera-se que os lucros reflitam sobre as expectativas empregadas no projeto desenvolvido. A partir do bom desempenho as chances de uma outra edição nesse formato crescem exponencialmente. Além de transmitir às pessoas que elas têm a sua disposição mais uma opção de lazer próximo às suas habitações, considerando uma alternativa de lazer em outra Região Administrativa do DF.

No que se refere ao contexto social da proposta do Sarrau, como dito anteriormente, pretende-se fazer com que a comunidade LGBTQI+ e das periferias sintam-se representados e abraçados pelo mercado de eventos de Brasília. Ainda procura-se transmitir a importância da inclusão e representatividade nas equipes de trabalho em eventos, evidenciando que o serviço de pessoas é importante para a realização do evento e não a vendas de corpos ou atributos físicos.

O Sarrau é um projeto que serve para que pessoas se amem mais e não se envergonhem de suas origens, com o Sarrau en Fuego espera-se que todos possam se divertir sem esconder quem são, que não precisem sentir medo de se expressarem livremente.

11. REFERÊNCIAS

ALVES, M. F. Olhares cruzados: o Pink Money e o Movimento LGBT. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2019.

BRAMANTE, A. C. Lazer: Concepções e Significados. **Licere**, v. 1, n. 1, Belo Horizonte 1998

ESSINGER, Silvio. Batidão: uma história do funk. Rio de Janeiro e São Paulo: **Record**, 2005.

FACINA, Adriana. **Quem tem medo do “proibidão”?** In: FACINA, Adriana et al. Tamborzão: olhares sobre a criminalização do funk – Criminologia de Cordel 2. Instituto Carioca de Criminologia, Rio de Janeiro: Revan, 2013.

FREITAS, A. A. S. GHIRALDELLO, L. Lazer LGBT Em Poços De Caldas/MG: Um Breve Estudo. **Revista do Curso de Administração/Puc Minas**, ed. 2014, n. 2 Poços de Caldas, 2014.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

JORNAL NH. *O triunfo do reggaeton, da marginalização ao ‘Despacito’*. Novo Hamburgo, 2017. Disponível em <<https://www.jornalnh.com.br/2017/06/entretenimento/2125176-o-triunfo-do-reggaeton-da-marginalizacao-ao-despacito.html>> . Acesso em 07 dez. 2020

LOPES, Adriana Carvalho; SILVA, Daniel do Nascimento; FACINA, Adriana. **Letramentos de ruptura: as escritas do funk carioca**. 2014.

MARQUES, P. V. **Uni: aplicativo de acolhimento e assessoria para a comunidade LGBTQ+**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Visual - Design) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

MELO, V. A. **Lazer e Minorias Sociais**. São Paulo: IBRASA - Instituição Brasileira de Difusão Cultural LTDA, 2003.

MONTEIRO, C. M. Funk e reggaeton: uma periodização histórica comparativa. **Revista Extraprensa**, v. 12, n. esp, São Paulo, 2019.

PEÑALOZA, Marlene. El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. **Actualidad Contable Faces**, v. 8, n. 10, Merida, 2005.

PINTO, C. R. **Segurança em eventos**: apontamentos acerca do plano de segurança. Fortaleza: 28º Congresso Brasileiro das Empresas e Profissionais de Eventos, ABEOC, Brasil, 2019.

PÍPOLO, I. M. **Evento Seguro**: orientações sobre segurança em eventos. Florianópolis: 22º Congresso Brasileiro das Empresas e Profissionais de Eventos, ABEOC, Brasil, 2013.

RIO DE JANEIRO. Lei nº 3.410 de 29 de maio de 2000. Dispõe sobre a realização de bailes Funk no território do estado do Rio de Janeiro e dá outras providências. Disponível em <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/contlei.nsf/b24a2da5a077847c032564f4005d4bf2/756831a75d413aa4032568ef005562d8?OpenDocument&Start=1.14&ExpandView>>. Acesso em 15 jan. 2021

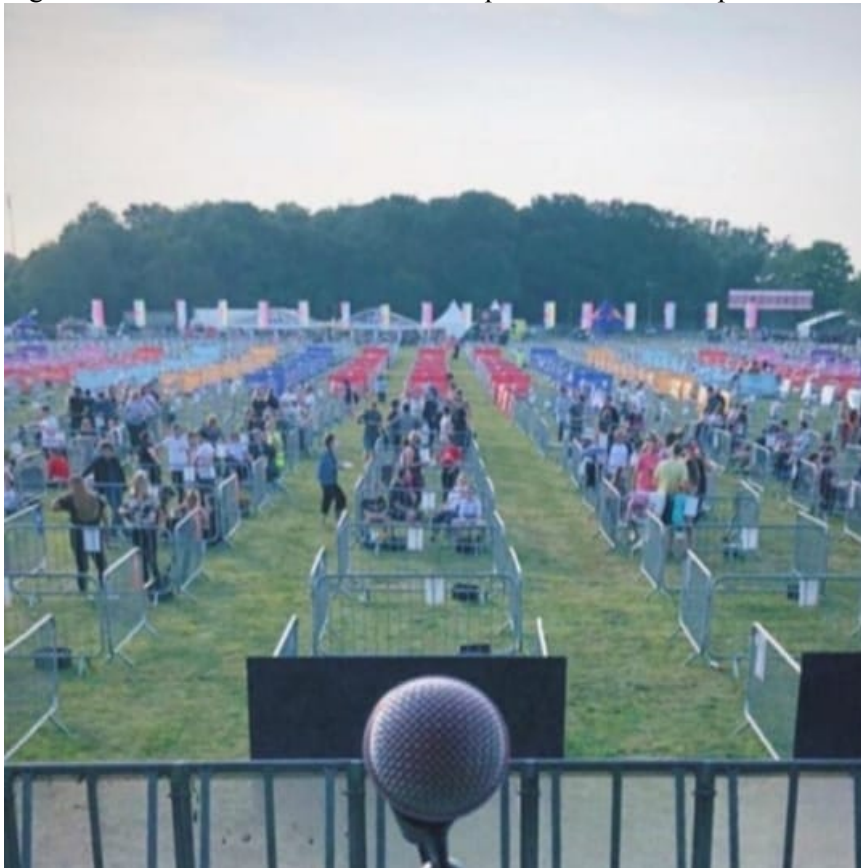
RIO DE JANEIRO. Lei nº 5.543 de 22 de setembro de 2009. **Define o Funk como movimento cultural e musical de caráter popular**. Disponível em <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/contlei.nsf/f25571cac4a61011032564fe0052c89c/78ae3b67ef30f23a8325763a00621702?OpenDocument>>. Acesso em 25 jan. 2021.

SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTE E LAZER. *Locação de espaços*. Brasília, 2017. Disponível em <<http://www.esporte.df.gov.br/locacao-de-espacos/>>. Acesso em 04 fev. 2021.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

12. ANEXOS

Figura 1 - Estrutura de mini camarotes "quadrados" exemplo 1



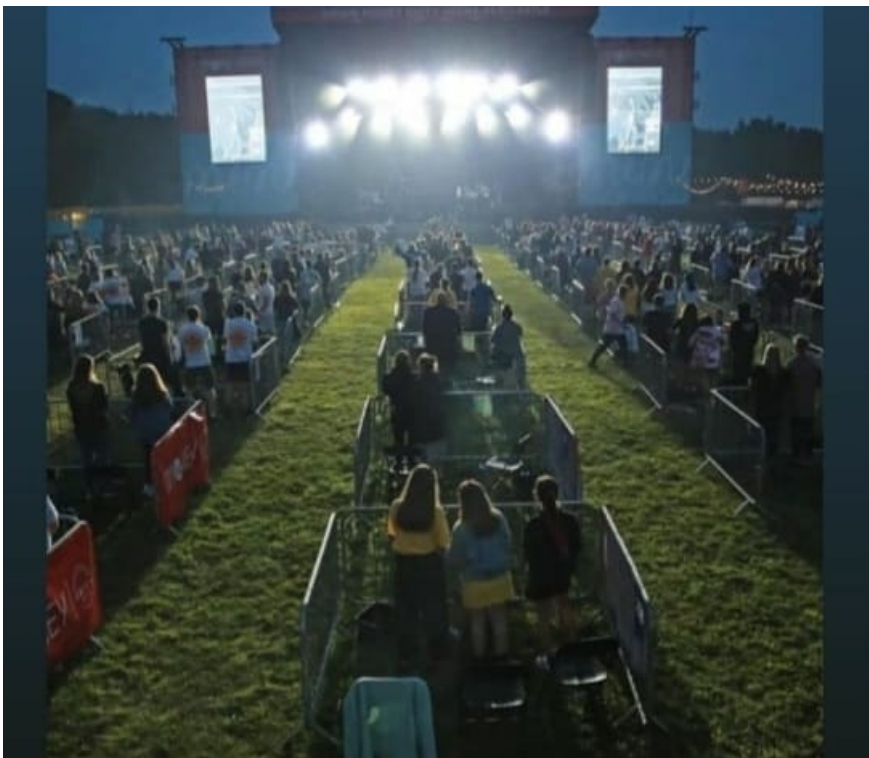
Fonte: Pesquisa Google, 2021

Figura 2 - Estrutura de mini camarotes "quadrados" exemplo 2



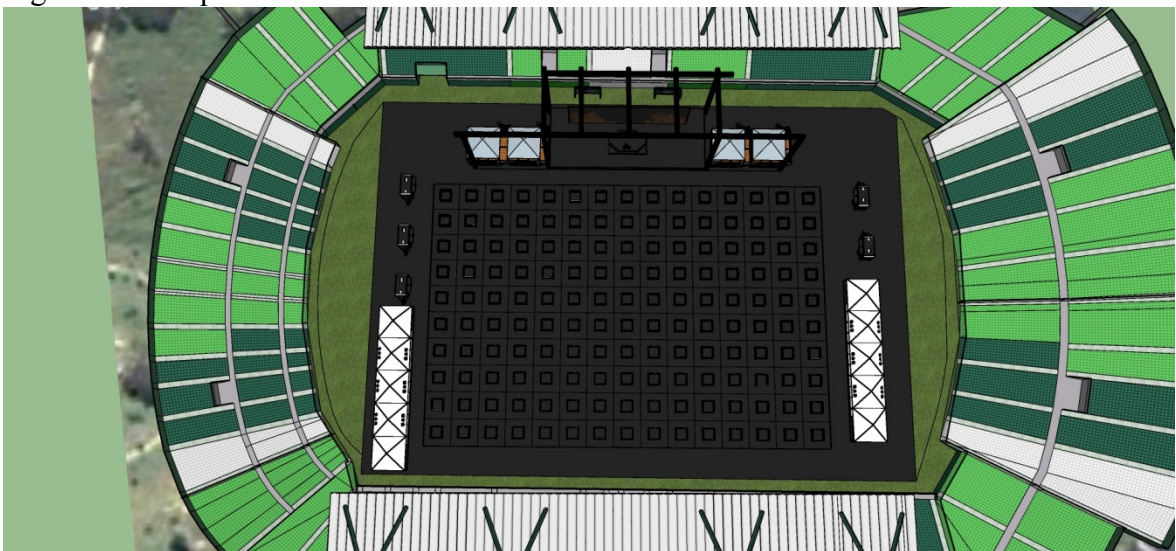
Fonte: Pesquisa Google, 2021

Figura 3 - Estrutura de mini camarotes "quadrados" exemplo 3



Fonte: Pesquisa Google, 2021.

Figura 4 – Croqui do evento



Fonte: Elaboração própria, 2021

Figura 5 - Layout do evento



Fonte: Elaboração própria, 2021

Figura 6 - Modelo de camarotes dos patrocinadores



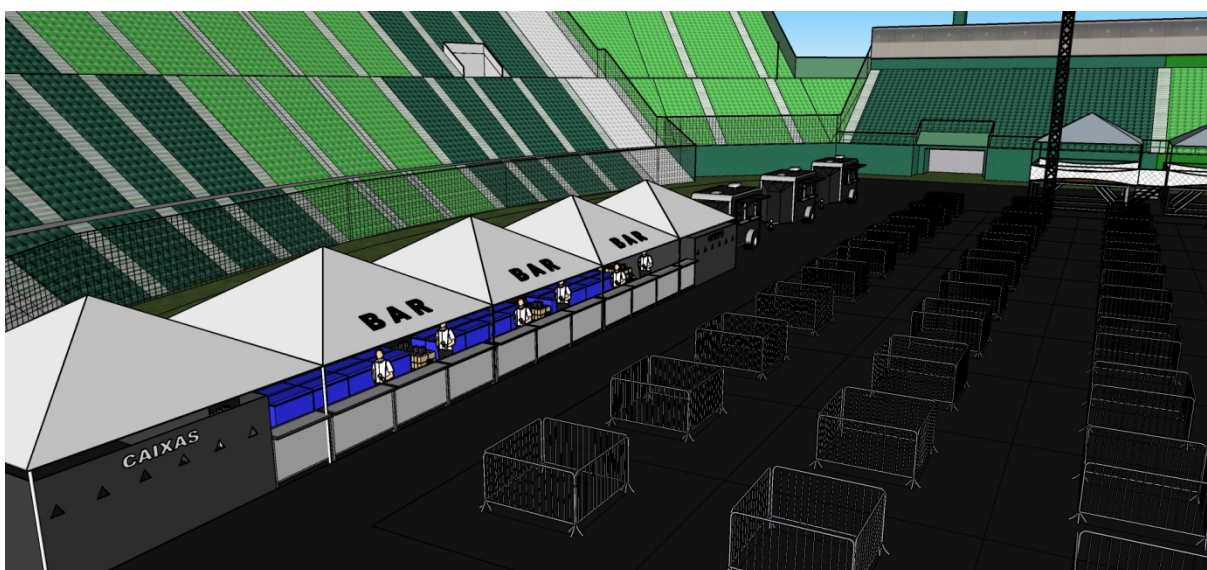
Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 7 - Modelo área de bar e alimentação 1



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 8 - Modelo área de bar e alimentação 2



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 9 - Modelo do “quadradinho”



Fonte: Elaboração própria, 2021.