

The background is a vibrant yellow color with a repeating pattern of thick, wavy lines in a slightly darker shade of yellow, creating a rhythmic, wave-like effect.

**#RIO**

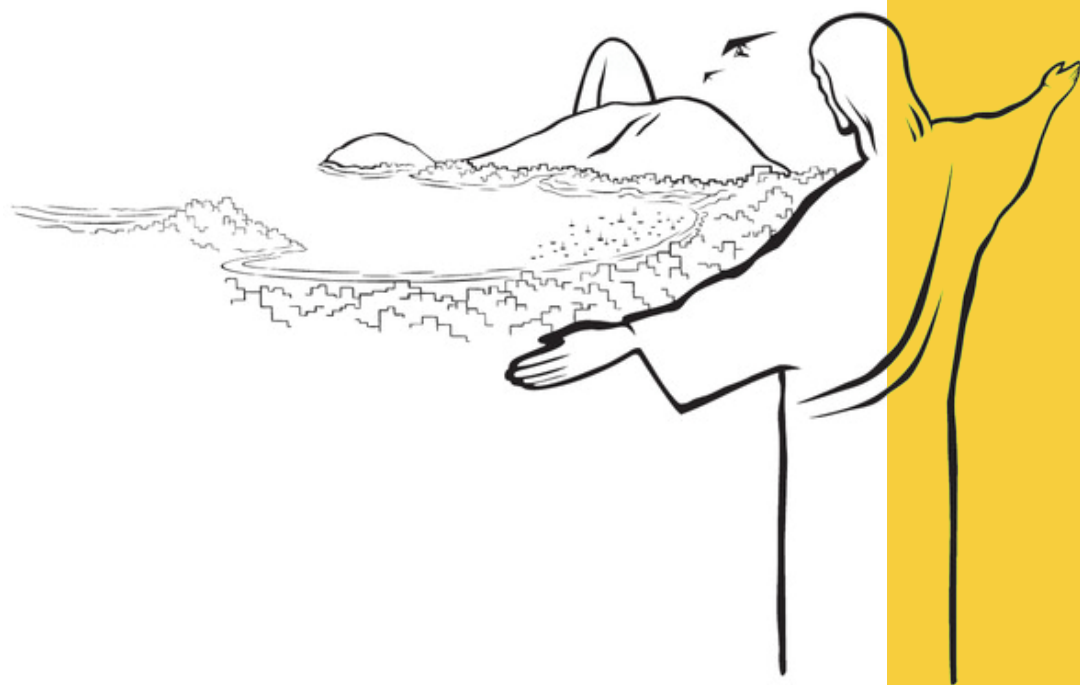
**PATRIMÔNIO**

Um **projeto de ocupação urbana** que possibilita o contato com a arte, promovendo a interação social, a democratização do acesso à cultura e a valorização do patrimônio cultura da cidade do Rio de Janeiro.

# UM POUCO DE HISTÓRIA

Uma natureza absolutamente singular e magnífica foi o que os europeus encontraram quando, no século XVI, avistaram a Baía de Guanabara e fundaram a cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro.

Seus arredores caracterizados pela combinação perfeita entre o mar, as montanhas e a floresta, tem sido, ao longo de mais de quatro séculos de história, um paraíso urbano.



# RIO DE JANEIRO

# PATRIMÔNIO

# MUNDIAL

Em julho de 2012 a cidade do Rio de Janeiro recebeu o título do Comitê do Patrimônio Mundial pelo valor universal da sua paisagem urbana, sendo o primeiro lugar no mundo a ter este reconhecimento.

**A harmonia entre a paisagem natural e a intervenção do homem, incluindo as práticas sociais e as manifestações culturais, rendeu à cidade este importante título.**

Aqui, mais do que em qualquer outra grande metrópole do mundo, a relação entre a cidade e natureza compõem um todo indissociável.

A promoção e a identificação da população e dos turistas com esse ativo cultural e social que a cidade possui é o objetivo da realização deste projeto.



# A PROPOSTA

Realizar um projeto que celebre os 10 anos do título que a cidade do Rio de Janeiro recebeu da UNESCO em 2012.

Desde a titulação, nenhuma ação relevante de promoção sobre esse tema foi desenvolvida. Nada mais oportuno, depois deste longo período de isolamento social, ocuparmos o espaço urbano, celebrando a vocação da cidade para eventos ao ar livre, valorizando tudo que o Rio de Janeiro tem de melhor!

**O objetivo é oferecer um projeto de ocupação urbana através de uma exposição de arte, composta por cerca de 50 fotografias, uma cenografia convidativa, vídeos, shows, experiências imersivas, ações de interatividade tecnológica e eventos educativos.**

A mostra convidará o visitante a conhecer o Rio de Janeiro através do seu patrimônio cultural, propondo novos olhares sobre a cidade.



**DINÂMICA**

**DO PROJETO**

## Ampliando fronteiras

Realização de 04 temporadas da exposição “#RioPatrimônio”, em diferentes locais, possibilitando uma maior abrangência do projeto, e um maior acesso dos cariocas ao projeto cultural. Os espaços selecionados foram:



## Mas por que realizar em 4 espaços/bairros diferentes?

**Queremos que o projeto vá ao encontro dos cariocas**, estimulando neles o reconhecimento do seu espaço e de suas práticas culturais - elementos determinantes para que a cidade alcançasse este reconhecimento internacional.

O projeto realizará temporadas de 15 dias em cada uma das praças citadas. A expectativa de público é de **120mil pessoas**.

CELEBRAR O

RIO E O

CARIOCA

Com uma população de mais de 12 milhões na sua capital, o Rio é, sem dúvida, a maior vitrine do Brasil.

Além de ser um dos cenários mais belos do país, também é o local onde as manifestações culturais aqui produzidas expressam a síntese do viver carioca: o samba, a bossa nova, o futebol, o carnaval, as tradicionais festividades religiosas e muito mais, revelados em músicas, obras literárias, filmes e imagens, desde o século XVI até a atualidade.

**Esse projeto pretende ser uma celebração, que resgatará a autoestima do carioca, principalmente depois de um período de abandono político da cidade, agravado pela pandemia, que por conta do isolamento social, nos obrigou a não viver a efervescência cultural que só o Rio tem.**

Apresentar esse patrimônio, formado pela cidade como um todo, é o diferencial deste projeto. Mais do que um título turístico, reconhecer a excepcionalidade da cidade, nos permite olhar o passado, refletir sobre o presente, e pensar em ações para o futuro.



# EXPOGRAFIA

## #RIOPATRIMÔNIO

A mostra #RioPatrimônio é uma celebração sobre a cidade. A expografia é desenvolvida de forma a criar lugares de encontro, contemplação e identificação, onde a espontaneidade do carioca possa se manifestar.

Todas as vias de entrada para a exposição serão construídas de forma a receber o visitante de maneira

apoteótica, seja pelo caminho de totens de cores vibrantes emulando as palmeiras imperiais do Jardim Botânico ou pelo monumental sinal #RioPatrimônio.

Toda a mostra será pontuada por plantas nativas da Floresta da Tijuca, dando ao público a oportunidade de conhecer também a flora da cidade.





Todos os caminhos levam à **Praça Corcovado**, uma grandiosa estrutura que replica geometricamente as formas da famosa montanha, com um Cristo Redentor de neon no topo. De um lado a estrutura será recoberta por painéis de LED que exibirão vídeos e imagens do Rio enviadas pelo público com a hashtag #RioPatrimônio. Do lado oposto, a peça será construída de metal e acetatos coloridos criando um ponto ideal para fotos, além de um lugar para descansar e conversar.



Totens emulando as palmeiras imperiais



Praça Corcovado

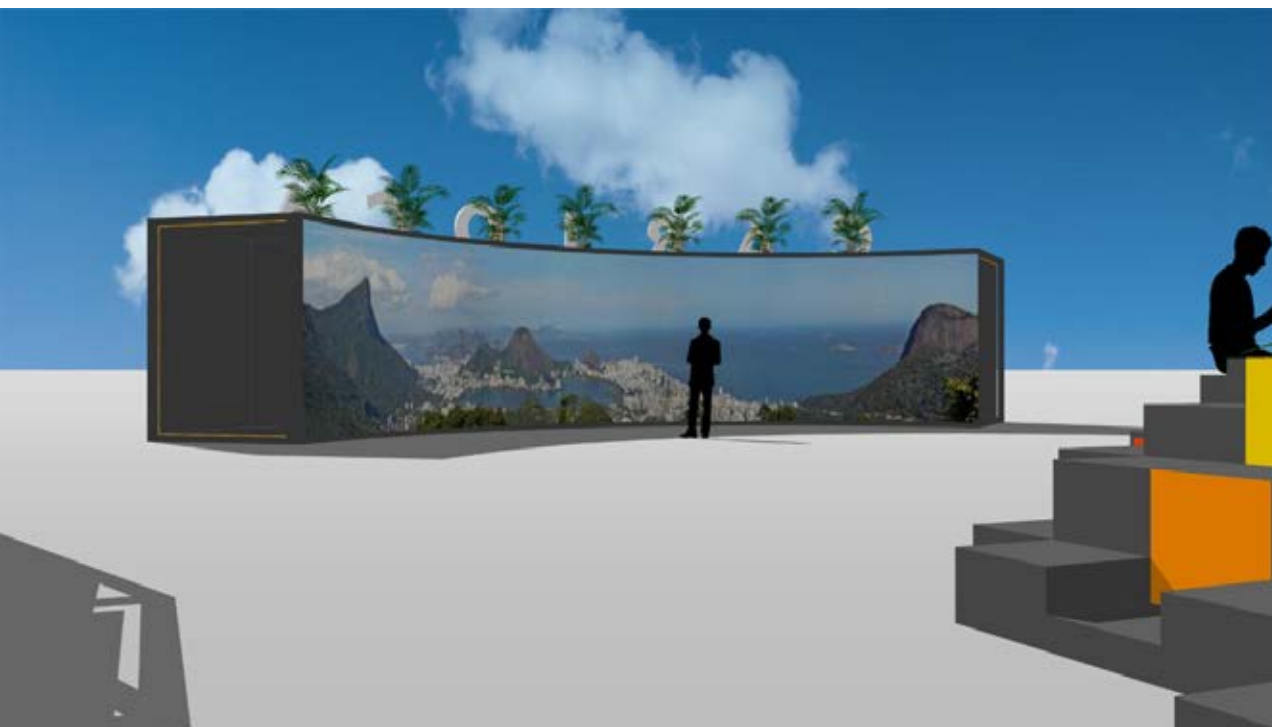


Painéis de LED que exibirão imagens enviadas pelo público





Pavilhão Carioca

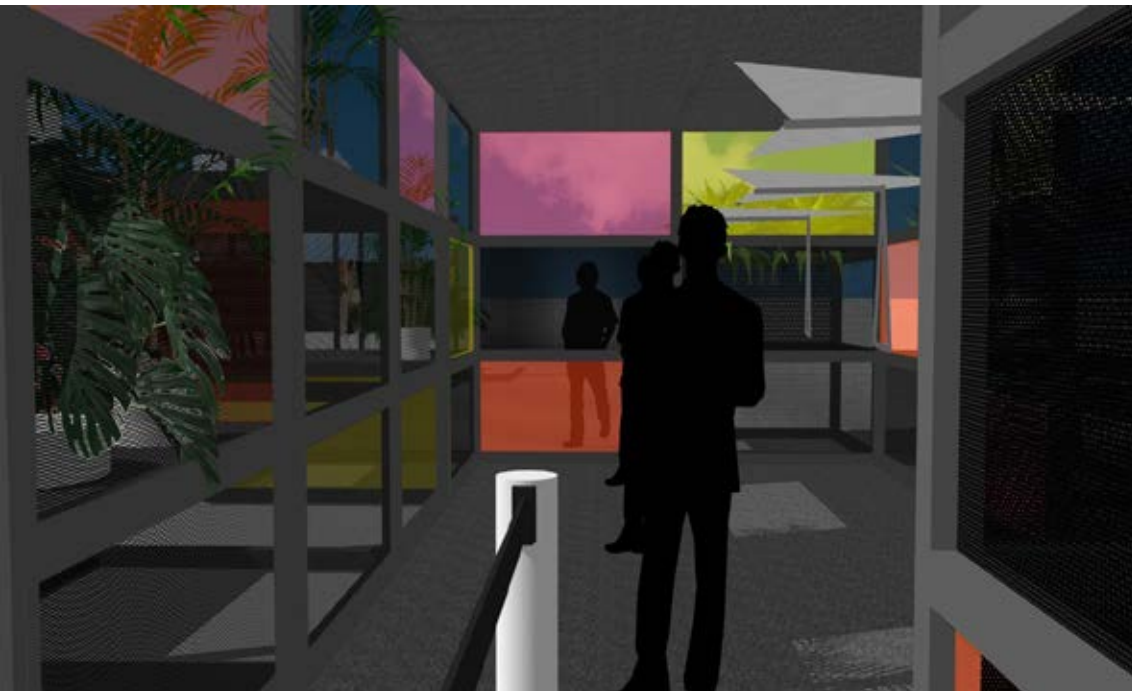


Principal ambiente Instagramável

O **Pavilhão Carioca** será uma grande homenagem ao maior patrimônio do Rio: os cariocas. Construído em curva, ele abrigará uma vídeo-instalação com sons e projeções celebrando o povo da cidade. Do lado externo um monumental panorama de 16m de largura de uma vista aérea do Rio com um ângulo de visão de 200°, replicando os antigos panoramas do século XIX. Será o principal ambiente Instagramável do projeto.



Pavilhão Floresta da Tijuca



O **Pavilhão Floresta da Tijuca** é uma estrutura escalonada baseada nas formas das montanhas do Rio. Neste espaço os visitantes poderão, através de realidade virtual, fazer uma viagem de asa delta pela cidade, contemplando suas belezas através de um ângulo surpreendente.

A ideia é transmitir a sensação física de um sobrevoo pelos céus do Rio, em 360° graus e com resolução 4k. Elementos de interatividade fazem sempre sucesso numa exposição, pois possibilitam uma experiência única ao visitante.



# AÇÕES

## COMPLEMENTARES

O projeto propõe ações complementares que visam estimular não apenas a participação do visitante, mas a economia criativa de cada localidade visitada.

Realização de 02 shows em cada uma das temporadas, fomentando grupos locais, através da homenagem a movimentos musicais que tenham relação com a região. Por exemplo:

**Centro – Chorinho**

**Madureira: Samba**

**Arpoador: Bossa Nova**

**Barra da Tijuca: MPB.**

Nestes dias, agregaremos, no entorno, uma feira de produtos que façam parte da cadeia produtiva da economia local: artesanato, objetos de arte, gastronomia, etc. Essa ação tem como objetivo ampliar o entendimento de que o patrimônio cultural também se desdobra em ativos econômicos que fazem parte do dia-a-dia de todos.

Estimularemos a participação do público por meio da interatividade, propondo o envio de fotos autorais, que revelem seu olhar sobre a cidade, seus lugares, personagens e paisagens. Essas fotos serão exibidas nas telas da praça Corcovado, através da utilização de hashtags do projeto.

# SUSTENTABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

No aspecto da lista de patrimônio mundial, a **preservação deve ser uma preocupação de todos, para garantir a qualidade de vida de seus moradores e a manutenção do bem cultural.**

Sendo assim, a sustentabilidade é item fundamental a ser abordado nesta mostra.

O Rio de Janeiro sempre foi pioneiro na relação com a natureza. Antes mesmo do termo "Ecologia" ser criado em 1866, a cidade já implementava o exemplo mais bem sucedido de reflorestamento do mundo. Em 1861, D. Pedro II deu início ao reflorestamento da Floresta da Tijuca, um patrimônio da cidade.

Podemos destacar também que em 2022 faz 30 anos da realização da Eco 92, evento que modificou a forma como a humanidade encara sua relação com o planeta.

**A exposição, pautada por diferentes olhares e abordagens, falará de sustentabilidade não apenas relacionada às questões ambientais, mas também às práticas sociais e os modos de vida, que devem ser conscientes, para que não se comprometa esse legado para as gerações futuras.**

A proposta do projeto é criar uma agenda paralela às temporadas da exposição, onde a pauta serão ações voltadas à conscientização da preservação do patrimônio cultural. Entre elas estão:

**- Realização de eventos de reflorestamento/ plantio de árvores em locais degradados ou criação de zonas verdes.**

- Convocação para ações de mobilização para limpeza de praias e parques, gerando interação de diferentes comunidades com a cidade.

**- Promover eventos de educação ambiental e patrimonial como workshops, debates, palestras em escolas, bairros, Ongs, divulgando a importância e os benefícios da preservação dos ativos culturais e ambientais da cidade.**

- Aplicar compensação de carbono no evento, transformando as emissões de carbono em recomposição da Mata Atlântica através do plantio de árvores nativas.

**- Realização de coleta seletiva dentro do espaço de circulação da exposição, bem com ações conjuntas com ONGs que desenvolvam trabalhos ligados à reciclagem.**

Utilizaremos a cultura como ferramenta de conscientização, contribuindo para a reflexão sobre essa relação homem x natureza x cidade, nos permitindo pensar, e colocar em prática, diferentes formas de sustentabilidade.

# CURADORIA



## Felippe Moraes

É um artista carioca, pesquisador e curador independente, vive e trabalha entre São Paulo e Rio de Janeiro. Atualmente é doutorando pela Universidade de Coimbra em Portugal e mestre pela University of Northampton no Reino Unido. Sua pesquisa está voltada para a epistemologia da razão e suas relações com espiritualidade, mitologia e ancestralidade como possibilidades de reencantamento do mundo.

Suas principais exposições individuais são Eledá (2020), realizada por meio dos prêmios Arte como Respiro do Itaú Cultural e Cultura nas Redes da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro; Solfejo (2019), com curadoria de Julia Lima no Centro Cultural FIESP em São Paulo; LUZIA (2019) no Museu da Ciência da Universidade de Coimbra em Portugal; Imensurável (2018), com curadoria de Alexandre Sá na Caixa Cultural Fortaleza; Proporción [Proporção] (2018) no Espacio de Arte Contemporáneo (EAC) em Montevideú; Cosmografia (2017) e Ordem (2014), ambas na Baró Galeria em São Paulo. Em 2016 realizou Progressão (2016) com texto de Michelle Sommer no MAC-Niterói e Os Elementos (2016) curada por Alexandre Sá no Centro Municipal de Artes Hélio Oiticica no Rio de Janeiro. Nos primeiros anos de carreira realizou Matter [Matéria] (2012) com texto de Raphael Fonseca na MK Gallery no Reino Unido e Construção (2011) na Temporada de Projetos do Paço das Artes em São Paulo com textos de Fernanda Lopes.



## Rodrigo Pitta

É poeta, compositor, dramaturgo, cantor, criativo e diretor. Rodrigo é uma das revelações multimídia do cenário brasileiro nos últimos anos. Iniciou sua carreira em 2000 com a ópera rock *Cazas de Cazuza* deflagrando a febre de musicais no Brasil, com trilha sonora da *Som Livre*.

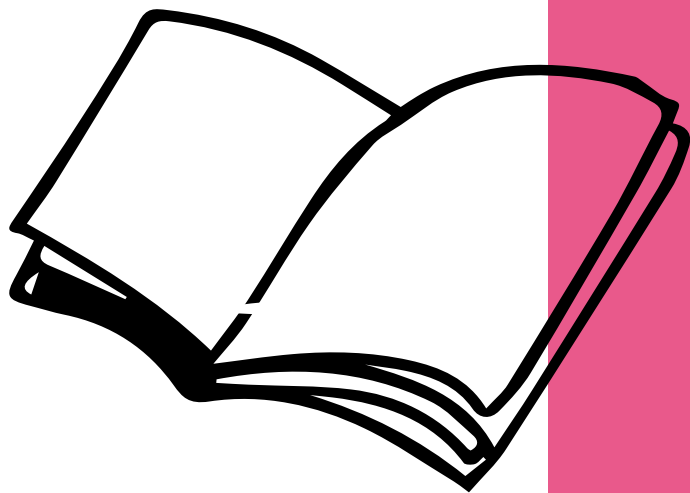
Seus trabalhos mais recentes de 2018, são a "Made in Brazil Tour" de ANITTA (criou e dirigiu o elogiado show que passou pelo Rock in Rio Lisboa, pelo Le Trianon em Paris, e no Royal Albert Hall em Londres), o programa de TV "Lazinho com Você" da Tv Globo (time de criação) e o musical 'Jantar Secreto', baseado no best seller de Raphael Montes com estreia prevista para 2022.

Pitta Lançou o livro-cd de poesias "Água, Gasolina e a Virgem Maria" com prefácio de Gilberto Gil. Como letrista e compositor, teve quatro canções em telenovelas na TV Globo (O Clone, Estrela Guia, Anjo que Caiu do Céu, As Filhas da Mãe). É parceiro de Ana Carolina e Cazuza e gravou com Elza Soares, Frejat e Fernanda Abreu.

Como diretor de criação, Pitta criou filmes, eventos e ações para marcas multinacionais como Chevrolet, Coca Cola, Natura, Tam, Disney, Bayer e Nestlé.

Atualmente Rodrigo é um dos maiores nomes da direção de vídeos principalmente no cenário POP, carregando diversas estrelas da música como: Anitta, Seu Jorge, Luiza Sonza, Gaab, Karol Conka, Haikass, Johnny Hooker, Preta Gil, Gloria Groove, Jey Pearson, Leo Santana, Du Black, Ruby, Bk, Deadcat, Entre Outros.

# O CATÁLOGO



O projeto contempla também a produção e impressão de 2.500 unidades do catálogo da mostra. Trata-se de uma publicação inédita, composta de textos e fotos, produzidos especialmente para este projeto, que tem como objetivo apresentar ao leitor o conjunto de elementos que transformaram o Rio em Patrimônio Mundial.

Será um livro de Fine Art, com cerca de 200 páginas, capa dura, bilíngue. Uma celebração de toda riqueza cultural acumulada durante mais de 450 anos de ocupação da cidade. O livro será lançado e distribuído pelas principais capitais do país, ampliando e democratizando o acesso.

# CURADORIA

O objetivo da curadoria é apresentar ao visitante um olhar múltiplo sobre o Rio de Janeiro através das imagens que irão compor a exposição.

Serão convidados diferentes fotógrafos para participarem do projeto, potencializando a diversidade e a inovação sobre a forma de ver o Rio, tendo como inspiração tudo que compõe a cidade: seus personagens, a arquitetura, as manifestações culturais, as belezas naturais, e muito mais.



# CONTRAPARTIDAS

## SOCIAIS



Realizaremos atividades em colégios da rede pública de ensino e ONGs das regiões onde a exposição terá temporada, oferecendo transporte gratuito e visita guiada, para que esses alunos tenham contato com os conceitos de patrimônio e identidade cultural da cidade.



O projeto disponibilizará 10 ônibus a cada temporada. Serão, ao todo, 40 ônibus que atenderão uma média de 2.000 estudantes



O projeto realizará 04 oficinas de fotografia com capacitação de alunos de comunidades das áreas do entorno das 04 regiões onde serão realizadas a exposição. As atividades serão ministradas por um dos fotógrafos participantes da mostra e terá como resultado a exibição de fotos dos participantes nos espaços de projeção do projeto.



O projeto doará 1.000 unidades do catálogo da exposição para escolas públicas e bibliotecas do município do Rio de Janeiro, possibilitando que este material se transforme em acervo destes espaços.



# UMA BOSSA A MAIS

A exposição, que percorrerá 04 regiões da cidade, será um acontecimento de grande relevância cultural para a população do Rio de Janeiro no ano de 2022.

## **E por que não oferecer um presente à cidade?**

Pretendemos, através de uma parceria com a Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, que as estruturas expositivas, juntamente com as fotos da exposição, sejam doadas à cidade, para que se mantenham em exibição em locais públicos durante todo o ano de 2022.

Realizar a instalação destas estruturas em espaços públicos é possibilitar que a cidade se aproprie deste patrimônio, ampliando assim o número de pessoas que terão contato com essas imagens, celebrando, por um tempo maior, toda essa riqueza natural e cultural que só o Rio tem.



# PARCEIROS ESTRATÉGICOS

Para que este projeto possa ser realizado com todo seu potencial, contamos com as seguintes parcerias:



Além destes, outros parceiros serão agregados, com o objetivo de potencializar a promoção do projeto, introduzindo na cidade uma campanha de celebração do Rio, dos cariocas, do estilo de vida e de todas as qualidades que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a titulação do Rio como Patrimônio Cultural



Promoção em mobiliário urbano/ bancas de jornal, promovendo fotos da exposição/ conceitos que se comuniquem com a população, agregando principalmente publicidade para a mostra.



Parcerias em rádios locais, com o objetivo de celebrar a cidade, sua música e cultura, atraindo o ouvinte para o projeto que estará em trânsito por diferentes partes da cidade.



Promoção nos aeroportos da cidade, por meio de mídia, agregando publicidade à exposição e interesse de visitação aos ícones turísticos da cidade.

# NÚMEROS

## DO PROJETO

Área Expositiva

**720m<sup>2</sup>**

Bairros  
percorridos

**04**

Duração de  
cada temporada

**15 dias**

Estudantes  
beneficiados

**1.800**

Catálogos  
produzidos

**2.500**

Duração do  
projeto

**3 meses**

Público  
visitante

**120mil  
pessoas**

Público atingido  
direto e indireto

**3 milhões  
de pessoas**

Empregos  
diretos

**60**

Por se tratar de uma exposição que celebra um título de importância mundial, acreditamos no potencial de visibilidade do projeto, principalmente através de mídia espontânea, com alcance nacional.





**COTAS DE  
PATROCÍNIOS E  
CONTRAPARTIDAS**

# COTA EXCLUSIVA APRESENTA

01 COTA

**R\$ 1.000.000,00**

- Titulação da marca como “Apresenta”, por extenso, na parte superior, acompanhada da logomarca da empresa no rodapé em todo o material gráfico e digital produzido pelo projeto.
- Citação do patrocínio em entrevistas concedidas pelos fotógrafos e curador para divulgação da exposição (Jornais, revistas, rádios e programas de TV).
- Utilização de imagens da exposição para divulgação institucional da empresa.
- Criação de páginas da exposição em redes sociais e canais virtuais com o objetivo de promoção através de posts impulsionados, juntamente com a marca do patrocinador;
- Participação da empresa na coletiva de imprensa e no coquetel para jornalistas e influenciadores.
- Assinatura da empresa no catálogo da exposição, com possibilidade de inclusão de texto institucional numa das páginas da publicação.
- Assinatura da empresa como APRESENTA no release do projeto, bem como em todo material de comunicação enviado à imprensa, artista e formadores de opinião.
- Marca da empresa presente nos uniformes de toda equipe do projeto, durante toda a temporada.
- A empresa terá direito a 100 unidades do catálogo da mostra.
- A empresa poderá criar produtos ou brindes exclusivos (não comercializados) utilizando a marca da exposição.
- Exibição de filme publicitário da empresa nos telões da Praça Corcovado, repetidas vezes, durante todos os dias das temporadas programadas.



# DESTAQUES EXCLUSIVOS

## DA COTA APRESENTA

Cessão de espaço com destaque para publicidade/ texto institucional da empresa patrocinadora em área de grande visibilidade da exposição.

Veiculação de até 08 Posts de agradecimento à empresa patrocinadora nas redes sociais do projeto com até 3 # de campanhas digitais/ produtos desenvolvidos pela empresa.

Possibilidade de ação promocional da empresa/ criação de espaço para ativação de marca ou produto, durante as 04 temporadas da exposição.

A empresa terá uma cota exclusiva de até 30% dos ingressos para o coquetel de pré-lançamento/ inauguração da exposição exclusiva para convidados. (Abertura da temporada na cidade das Artes – evento para 300 pessoas).

Possibilidade de dar o nome do patrocinador a algum dos espaços da exposição, oferecendo visibilidade da marca com destaque.

Serão cedidas à empresa patrocinadora 15 fotografias (tamanho 90x60cm), escolhidas entre as imagens da exposição. A empresa poderá oferecer esse objeto de arte a seus clientes, funcionários e parceiros. Será uma imagem assinada e com certificado.

# COTA PATROCÍNIO

## 02 COTAS

### R\$ 350.000,00/cada

- Titulação “Patrocínio” com destaque na parte inferior das peças de promoção, material gráfico e mídia (incluindo digital) produzidos pelo projeto.
- Citação do patrocínio em entrevistas concedidas pelos fotógrafos e curador para divulgação da exposição (Jornais, revistas, rádios e programas de TV).
- Utilização de imagens da exposição para divulgação institucional da empresa.
- Criação de páginas da exposição em redes sociais e canais virtuais com o objetivo de promoção através de posts impulsionados, juntamente com a marca do patrocinador;
- Participação da empresa na coletiva de imprensa e no coquetel para jornalistas e influenciadores.
- Assinatura da empresa no release do projeto, bem como em todo material de

comunicação enviado à imprensa, artista e formadores de opinião.

- Marca da empresa presente nos uniformes de toda equipe do projeto.
- A empresa terá direito a 50 unidades do catálogo da mostra.
- Exibição de filme publicitário da empresa (de até 15”) nos telões da Praça Corcovado, repetidas vezes, durante todos os dias das temporadas programadas.
- Cessão de espaço com destaque para promoção da marca da empresa patrocinadora em área de grande visibilidade da exposição.
- A empresa terá uma cota exclusiva de até 40 ingressos para o coquetel de pré-lançamento/ inauguração da exposição exclusiva para convidados.

(este evento será realizado na abertura da temporada na cidade das Artes – Barra da Tijuca)

- Serão cedidas à empresa patrocinadora 05 fotografias ampliadas (tamanho 90x60cm), escolhidas entre as imagens que farão parte da exposição. A empresa poderá oferecer esse objeto de arte a seus clientes, funcionários e parceiros. Será uma imagem assinada, que seguirá com certificado.
- Veiculação de até 04 Posts de agradecimento à empresa patrocinadora nas redes sociais do projeto com 1 # de campanhas digitais/produtos desenvolvidos pela empresa.





# COTA CO-PATROCÍNIO

03 COTAS

**R\$ 200.000,00/cada**

- Titulação “Apoio cultural” na parte inferior das peças de promoção, material gráfico e mídia (incluindo digital) produzidos pelo projeto.
- Utilização de imagens da exposição para divulgação institucional da empresa.
- Criação de páginas da exposição em redes sociais e canais virtuais com o objetivo de promoção através de posts impulsionados, contendo a marca da empresa.
- Assinatura da empresa no catálogo da exposição.
- Assinatura da empresa no release do projeto, bem como em todo material de comunicação enviado à imprensa, artista e formadores de opinião.
- Marca da empresa presente nos uniformes de toda equipe do projeto.
- A empresa terá direito a 20 unidades do catálogo da mostra.
- Exibição da logomarca da empresa nos telões da Praça Corcovado, repetidas vezes, durante todos os dias das temporadas programadas.
- Cessão de espaço com destaque para promoção da marca da empresa patrocinadora em área de grande visibilidade da exposição.
- A empresa terá uma cota exclusiva de 20 ingressos para o coquetel de pré-lançamento/ inauguração da exposição exclusiva para convidados. (este evento será realizado na abertura da temporada na cidade das Artes – Barra da Tijuca).



Valor total da proposta  
para 4 temporadas

**R\$1.780.000,00**

O projeto está aprovado e apto a captar recursos  
através das leis de incentivo:

**Lei Federal de Incentivo à Cultura:** R\$ 1.388.896,00

**Lei do ISS – RJ:** R\$ 1.071,00

**Lei do ICMS – RJ** – apto à captar de acordo com intenção de patrocínio



Luiz Prado

Diretor de Projetos

(21) 99924-4727

luizpraddo@gmail.com



[www.lparte.com.br](http://www.lparte.com.br)