



Período de Execução: 05/03/2026 à 05/04/2026

Proponente: OBR Comunicação LTDA



PLANO DE TRABALHO

IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE	
NOME: OBR COMUNICAÇÃO LTDA	
CNPJ: 39.902.795/0001-69	
ENDEREÇO: RUA ODILO RAMOS, 1199 (SALA 2B)	
BAIRRO: BAIRRO MORADA DO SOL	CEP: 64056-480
TELEFONES: 86. 98108-3103	E-MAIL: OBRCOMUNICACAO@GMAIL.COM
CIDADE: TERESINA	UF: PIAUÍ
IDENTIFICAÇÃO DO RESPONSÁVEL LEGAL DO PROPONENTE	
NOME: VICTOR RICARDO RIBEIRO SAMPAIO	
Nº DO CPF: 924.673.852-72	Nº DO RG/ÓRGÃO EXPEDIDOR: 5002-491SSP PI
CARGO: SOCIO-PROPRIETÁRIO	
ENDEREÇO: RUA DAS TULIPAS,47, ED. EASY HOME, AP 1602	CEP: 64049-140
BAIRRO: JÓQUEI	
TELEFONES: 86. 98108-3103	E - MAIL: VICTOR_SAMPAIO_@HOTMAIL.COM
CIDADE EM QUE RESIDE: TERESINA	UF: PI
Valor Total do Projeto	
	R\$ 404.468,75
ENTIDADE: MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE À FOME.	
DIRIGENTE: WELLINGTON DIAS.	
ENDEREÇO: ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS, BLOCO A, BRASÍLIA, DF.	CEP: 70.050-902



1. Introdução

O projeto **“Farinhada, o Sabor da Terra”** é uma iniciativa integrada que une **produção audiovisual e capacitação prática**, articulando cultura, agricultura familiar, segurança alimentar e desenvolvimento sustentável no meio rural.

Mais do que um documentário, o projeto propõe uma **ação concreta de formação e transferência de conhecimento**, por meio da realização da oficina **“Solo Vivo e Produção Sustentável”**, realizada em paralelo às filmagens, no município de Monsenhor Gil, interior do Piauí.

A obra audiovisual registra a rotina de uma casa de farinha como expressão do patrimônio cultural imaterial nordestino, enquanto a oficina promove a **qualificação técnica de agricultores familiares**, abordando práticas agroecológicas, manejo sustentável do solo, produção de bioinsumos e fortalecimento da autonomia produtiva.

Essa integração entre **memória, prática produtiva e formação técnica** transforma o projeto em uma ferramenta ativa de desenvolvimento territorial, conectando saberes tradicionais às tecnologias sociais de baixo custo, alinhadas às diretrizes do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS).

2. Justificativa

As casas de farinha representam não apenas um espaço produtivo, mas um núcleo de transmissão de saberes, geração de renda e segurança alimentar para milhares de famílias do Nordeste brasileiro. No entanto, a sustentabilidade dessas práticas depende diretamente da qualidade do solo, do manejo agroecológico e da capacitação técnica dos agricultores familiares.

Nesse contexto, o projeto **“Farinhada, o Sabor da Terra”** amplia seu alcance ao incorporar a oficina **“Solo Vivo e Produção Sustentável”**, reconhecendo o solo como um organismo vivo e base fundamental da produção de mandioca, milho e feijão — pilares da alimentação regional.

A capacitação propõe uma transição prática para modelos de produção mais resilientes, por meio do uso de biofertilizantes, caldas agroecológicas, cobertura do solo e manejo sustentável, fortalecendo a autonomia produtiva e reduzindo custos para as famílias agricultoras.

Assim, o projeto atua simultaneamente na preservação do patrimônio cultural, na formação técnica continuada e na promoção da segurança alimentar e nutricional, pilares estratégicos das políticas públicas do MDS.



3. OBJETO E FINALIDADE DO PROJETO

3.1. Objeto

A criação, produção e veiculação de um **projeto integrado**, composto por:

1. **Documentário audiovisual de média-metragem (aproximadamente 50 minutos)**, intitulado *“Farinhada, o Sabor da Terra”*, que registra e valoriza o processo cultural da produção da farinha de mandioca em uma casa de farinha no município de Monsenhor Gil – PI.
2. **Realização da oficina de capacitação “Solo Vivo e Produção Sustentável”**, com carga horária total de 12 horas presenciais, voltada à qualificação de agricultores familiares em práticas agroecológicas, manejo do solo, produção de biofertilizantes e caldas naturais, com aplicação direta no ciclo produtivo da mandioca.

3.2. Finalidade

Promover a **valorização da agricultura familiar**, a **preservação do patrimônio cultural imaterial** e o **fortalecimento da segurança alimentar e nutricional**, por meio da integração entre registro audiovisual e formação técnica prática.

O projeto busca estimular o desenvolvimento sustentável das comunidades rurais, reforçando o papel da mulher, do idoso e dos jovens agricultores na manutenção das tradições produtivas, ao mesmo tempo em que oferece ferramentas técnicas para o aumento da produtividade, conservação do solo e geração de renda.

4. Objetivos

4.1. Objetivo Geral

Desenvolver um projeto integrado que una **documentário cultural e oficina de capacitação prática**, promovendo a valorização das casas de farinha, o fortalecimento da agricultura familiar e a adoção de práticas sustentáveis de produção agrícola no município de Monsenhor Gil – PI.



4.2. Objetivos Específicos

- Registrar e difundir a cultura da farinhada como patrimônio imaterial nordestino.
- Capacitar agricultores familiares em práticas de manejo sustentável do solo e produção agroecológica.
- Promover o uso de bioinsumos e tecnologias sociais de baixo custo.
- Fortalecer a autonomia produtiva e a segurança alimentar das famílias rurais.
- Integrar saberes tradicionais e conhecimentos técnicos por meio do audiovisual e da formação prática.

5. ABRANGÊNCIA E ALCANCE

O **documentário** “Farinhada, o Sabor da Terra” nasce em Teresina, mas sua força narrativa ultrapassa os limites da capital piauiense. Com exibição prevista em emissoras de TV locais, regionais e também em plataformas digitais, o projeto alcança um público potencial equivalente à população de Teresina — aproximadamente 870 mil pessoas — somado ao alcance ilimitado da internet, que leva a cultura da farinhada, o modo de fazer tradicional e a identidade do povo piauiense para espectadores de todo o Brasil e do mundo.

A **capacitação** “Solo Vivo e Produção Sustentável” será realizada de forma presencial no município de Monsenhor Gil – PI, atendendo turmas de agricultores familiares previamente mobilizados, com interesse direto em qualificação técnica e adoção de práticas agroecológicas.

Além do alcance direto junto aos participantes, a oficina foi concebida com foco na formação de multiplicadores, estimulando que agricultores capacitados atuem como referência técnica em suas comunidades, compartilhando conhecimentos sobre manejo do solo, produção de bioinsumos e práticas sustentáveis de cultivo.

Essa estratégia amplia significativamente o impacto da ação, permitindo a expansão orgânica da capacitação para outras famílias, associações e comunidades rurais, fortalecendo redes locais de produção, cooperação e aprendizagem contínua. O modelo contribui para a consolidação de uma cadeia sustentável de conhecimento, alinhada às diretrizes de desenvolvimento territorial, segurança alimentar e fortalecimento da agricultura familiar promovidas pelo MDS.

6. PÚBLICO ALVO

O documentário “Farinhada, o Sabor da Terra” é direcionado a pessoas que se identificam com o trabalho manual, com a tradição familiar e com o desejo de construir novas oportunidades a partir da própria cultura. A obra dialoga especialmente com famílias que vivem ou aspiram viver da produção artesanal de alimentos, que já participam das farinhadas ou que desejam iniciar pequenos empreendimentos ligados ao beneficiamento da mandioca. Também se conecta com trabalhadores rurais, pequenos produtores, jovens que buscam alternativas de renda e pessoas que veem na culinária regional um caminho real de autonomia e fortalecimento comunitário. Por meio das histórias inspiradoras de quem transforma a mandioca em sustento, identidade e futuro, o filme incentiva aqueles que sonham em empreender e encontrar na cultura do Piauí um motor de dignidade e desenvolvimento.

OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69

Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480

Email: obrcomunicacao@gmail.com



7. ESTRATÉGIA DE CONTRAPARTIDAS

O Projeto "Farinhada, o sabor da terra" garante contrapartidas robustas:

7.1. Contrapartidas de Mídia e Imagem

1. **Aplicação de Marca em Cartela Individual:** A marca do Patrocinador Master será exibida em uma cartela individual no início e encerramento do documentário (créditos finais), assegurando destaque e reconhecimento.
2. **Uso da Frase "Onde tem patrocínio, tem Governo Federal."** em todas as peças de mídia e no produto final.
3. **Marca do Patrocínio no Release de Divulgação:** O logotipo e o nome do Patrocinador Master serão incluídos em todos os *releases* oficiais de divulgação do documentário, distribuídos para a imprensa e parceiros.
4. **kits institucionais** contendo camisas, ecobags e canetas personalizadas, com aplicação da marca do projeto e do patrocinador, fortalecendo a identidade visual da iniciativa e a valorização dos parceiros envolvidos.
5. **Aplicação de Marca em Cotas para Distribuição Digital:** A marca do Patrocinador Master será aplicada em todas as cotas de distribuição digital do documentário, alcançando uma vasta audiência online.
6. **Aplicação da Marca em Post Feito nas Redes Sociais:** A marca do Patrocinador **@govbr** estará presente em posts específicos nas redes sociais da produtora e dos parceiros.
7. **Instagram:** Garantia de um mínimo de 08 posts dedicados à exposição da marca sempre marcando o perfil **@govbr** nas publicações nas redes sociais.
8. **Facebook:** Garantia de um mínimo de 08 posts dedicados à exposição da marca sempre marcando o perfil **@govbr** nas publicações nas redes sociais.
9. **Impulsioneamento da Veiculação do Documentário no YouTube:** A marca do Patrocinador será integrada em estratégias de impulsioneamento (anúncios pagos) do documentário no YouTube, maximizando o alcance orgânico e pago.
10. **Impulsioneamento dos Posts de Divulgação nas Redes Sociais:** Serão realizadas campanhas de impulsioneamento (anúncios pagos) para posts específicos nas redes sociais que contenham a marca do Patrocinador, ampliando exponencialmente a visibilidade.
11. **Chamadas Promocionais:** Garantia de 60 inserções da logomarca e citação do Patrocinador em VTs de TV, e 60 inserções em Rádios parceiras na região do Amapá.
12. **Divulgação Institucional:** Disponibilização de um *VT E SPOT* de 30 segundos, em local de destaque antes da exibição da obra (em exibições públicas ou na versão para redes), para veiculação de conteúdo institucional (vídeo, *pitch* ou cartilha).
13. **Utilizar as peças da nova campanha de patrocínio, conforme orientado no ofício n.06 SECOM de 08/12/2025.**



14. Alcance em Mídia Tradicional e Digital (Previsão Mínima)

Plataforma	Veículos Envolvidos	Estimativa de Público (Alcance Mínimo no 1º Ano)
TV Regional (TV Lupa 1 Teresina CNPJ: 52.994.823/0001-83 e TV Radio Lupa1 CNPJ:48.237.337/0001-43 TV Assembleia do Piauí CNPJ: 05.811.724/0001-39 TV Antares do Piauí CNPJ: 06.553.499/0001-40)	TV Lupa 1 Teresina (Canal 8.1) Rádio Lupa 1 (https://www.rádios.com.br/aovivo/radio-lupa-1/198842) TV Assembleia do Piauí (Canal 17.1) TV Antares do Piauí (Canal 2.1)	Audiência Estimada: TV lupa1 Teresina e TV Assembleia, a expectativa de 1 milhão e 820 mil telespectadores devido a suas áreas de influência na Capital Teresina e cidades próximas e da Capital do Amapá. Rádio Lupa 1 expectativa 30 mil ouvintes/mês
Online / Streaming / Portais	INSTAGRAM @lupa1noticias/ @4livestreaming / @obrcomunicacão / @lupa1.official YOUTUBE: https://www.youtube.com/@TVLupa1.Oficial https://www.youtube.com/@4livestreaming PORTAL: www.lupa1.com.br (CNPJ: 40.930.929/0001-34) Portal RMF Portal cliquepi Portal Pautacultural	Visualizações Diretas: TV online e Youtube da Lupa1 com 79mil seguidores e Fourlive com 8mil seguidores. Portal Lupa 1 expectativa 200 mil visualizações/mês Portal RMF / CliquePI / Pauta cultural expectativa 50 mil visualizações/mês
Redes Sociais e Engajamento	@lupa1noticias, @4livestreaming, @obrbrasil, @lupa1.official	Alcance Potencial (Impressões): Mais de 500.000 impressões combinadas (orgânicas + impulsionadas) na primeira fase da campanha.



7.2. Contrapartidas Sociais

1. **Exibições Educativas:** Realização de **03 (três) exibições gratuitas e comentadas** do documentário em Escolas Públicas e/ou Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) no Piauí, seguidas de debate com a equipe e membros da comunidade rural retratada.
2. **Doação de Impacto:** Doação de **80 (oitenta) cestas básicas** para famílias em situação de vulnerabilidade na comunidade de Monsenhor Gil, como ação direta de combate à fome e incentivo à economia local.
3. **Conteúdo para o patrocinador:** Disponibilização de imagens de alta resolução (*stills* do filme) para uso institucional em campanhas de valorização da agricultura familiar e combate à fome.

7.3. Contrapartidas Ambientais

1. **Uso de Mídia Digital:** Utilização de *flyers* e convites 100% digitais para a divulgação da obra, eliminando a produção de material impresso.
2. **Educação Ambiental:** Realização da doação de mudas nativas e frutíferas para a comunidade local, incentivando práticas de reflorestamento, recuperação do solo e fortalecimento da produção sustentável, com envolvimento direto dos agricultores familiares beneficiados pelo projeto.

3. 7.4. Acessibilidade e Comunicação Antirracista

Requisito	Detalhamento da Implementação
Acessibilidade	O documentário será disponibilizado com: 1) Legendas descritivas em todas as cópias (TV e Digital). 2) Audiodescrição e Tradução em Libras na cópia destinada às exibições em escolas públicas e CRAS.
Comunicação Antirracista	O projeto garante a Representatividade Étnico-Racial da população rural nordestina, em especial das famílias agricultoras com raízes indígenas e afro-brasileiras. Uso de Linguagem Inclusiva e Respeitosa em todos os materiais de divulgação e na narrativa da obra, valorizando a diversidade cultural do Brasil.

8. CRONOGRAMA

Cronograma de Execução das Atividades			
Etapa / Atividade	Descrição	Período	
ETAPA	ATIVIDADE	INÍCIO	TÉRMINO
1. Pesquisa e Pré-Produção	Levantamento de informações, articulação com comunidade e agricultores, definição dos participantes da capacitação	05/mar	08/mar
	Planejamento logístico, definição de cronograma de filmagens e da oficina	06/mar	08/mar
2. Roteirização	Desenvolvimento do roteiro do documentário e integração com a capacitação “Solo Vivo e Produção Sustentável”	08/mar	10/mar
3. Produção – Filmagens	Captação de imagens da casa de farinha, cotidiano da produção e depoimentos	10/mar	15/mar
4. Capacitação – Oficina Presencial	Realização da oficina “Solo Vivo e Produção Sustentável” (turmas de agricultores familiares)	14/mar	16/mar
	Registro audiovisual da capacitação para composição do documentário	14/mar	16/mar
5. Pós-Produção	Edição, montagem, tratamento de imagem e som	16/mar	25/mar
	Produção de versões acessíveis (legendas, Libras, audiodescrição)	20/mar	25/mar
6. Divulgação e Lançamento	Produção de peças de divulgação (VT, spots, redes sociais)	22/mar	28/mar
	Lançamento oficial do documentário em TV e plataformas digitais	28/mar	30/mar
7. Exibições e Contrapartidas Sociais	Exibições públicas e educativas (escolas, CRAS ou espaços comunitários)	30/mar	03/abr
8. Avaliação e Encerramento	Monitoramento de alcance, registros fotográficos e relatórios de execução	01/abr	05/abr
	Entrega do relatório final e encerramento do projeto	05/abr	05/abr

8. COTAS DE PATROCÍNIO DISPONÍVEIS

Cotas de patrocínio disponíveis a todos os interessados, com valores e contrapartidas distintas:

COTA	VALOR (R\$)	CONTRAPARTIDAS PRINCIPAIS
COTA MÁSTER	R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais)	Título exclusivo de Patrocinador Máster do projeto, com acesso a 100% das contrapartidas de mídia, sociais e ambientais previstas, incluindo ampla exposição institucional nos produtos audiovisuais, ações de divulgação e atividades presenciais. Estão incluídas ainda a distribuição de kits institucionais aos participantes das capacitações (camisas, canetas e ecobags), a doação de mudas para a comunidade atendida e a aplicação de



		banners institucionais nas salas de aula durante a realização das oficinas, assegurando presença qualificada da marca nas ações formativas do projeto.
COTA OURO	R\$ 350.000,00 (Trezentos e cinquenta mil reais)	Título de Patrocinador Ouro, 70% das Contrapartidas de Mídia, Social e ambiental. Logo em destaque nos créditos.
COTA PRATA	R\$ 250.000,00 (Duzentos e cinquenta mil reais)	Título de Apoio Institucional, Contrapartidas Social e ambiental. Logo no encerramento e na ficha técnica, inclusão da marca nas redes sociais.

9. SÍNTESE DO PROPONENTE

A OBR Comunicação LTDA é uma produtora audiovisual sediada em Teresina-PI, com ampla experiência na criação, desenvolvimento e produção de conteúdos audiovisuais voltados a temas sociais, culturais, esportivos e regionais.

Entre os trabalhos que integram seu portfólio, destaca-se a coprodução da série documental “Mundo Amapá – a Nova Fronteira do Brasil”, produzida no Estado do Amapá e patrocinada pela Secretaria de Turismo do Estado do Amapá (SETUR-AP), além do documentário “A Jornada da Inclusão no Autismo”, produzido no Estado do Piauí com patrocínio do CENDFOL-PI.

OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69
Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480
Email: obrcomunicacao@gmail.com



A OBR Comunicação LTDA também foi contribui para a produção dos projetos “Passos de Ouro” e “Conexão Esportiva”, executados por meio da Lei de Incentivo SIESPI, reafirmando sua expertise na realização de projetos incentivados e de interesse público, especialmente aqueles que valorizam a identidade, a história e o desenvolvimento social do Piauí e do Brasil.

A OBR Comunicação detém a titularidade e os direitos de comercialização e realização do Projeto série documental "**Da Família à Mesa**".

10. Orçamento Detalhado

Financiamento

O financiamento será buscado através de patrocínios de empresas locais e nacionais, apoio do Governo Estadual E Governo Federal, além de parcerias com instituições. (Até o momento em captação, sem patrocinador fechado.)



Itens	Descrição dos Itens	qtde unid/s	unidade	qtde item	Valor unitário	Sub-Total	Total
1	Desenvolvimento de Projeto						55.000,00
1.1	Roteiro					20.000,00	
1.1.1	Roteirista	1	roteiro	1	20.000,00	20.000,00	
1.2	Pesquisa					28.000,00	
1.2.1	Pesquisa	4	semana	1	4.200,00	16.800,00	
1.2.2	Assistente de Pesquisa	4	semana	1	2.800,00	11.200,00	
1.3	Despesas de Criação e Desenvolvimento					7.000,00	
1.3.1	Concepção Visual do Projeto	1	serviço	1	7.000,00	7.000,00	
2	Comunicação						35.100,00
2.1	Despesas de Promoção					35.100,00	
2.1.1	Assessoria de Imprensa	4	mês	1	3.700,00	14.800,00	
2.1.2	Social Media	2	mês	1	2.300,00	4.600,00	
2.1.3	Ações na Internet	1	verba	1	5.000,00	5.000,00	
2.1.4	Fotógrafo Still	1	cachê	1	3.700,00	3.700,00	
2.1.5	Making Of	2	cachê	1	3.500,00	7.000,00	
3	Pré-Produção						59.900,00
3.1	Equipe					39.000,00	
3.1.1	Direção Cinematográfica	1	cachê	1	15.000,00	15.000,00	
3.1.2	1º Assistente de Direção	1	cachê	1	3.500,00	3.500,00	
3.1.3	Produção Executiva	1	cachê	1	5.000,00	5.000,00	
3.1.4	Assistente de Produção Executiva	1	cachê	1	2.500,00	2.500,00	
3.1.5	Direção de Produção	1	cachê	1	3.000,00	3.000,00	
3.1.6	1º Assistente de Produção	1	cachê	1	1.500,00	1.500,00	
3.1.7	Produção de Locação	1	cachê	1	2.000,00	2.000,00	
3.1.8	Direção de Fotografia	1	cachê	1	5.000,00	5.000,00	
3.1.9	Secretaria de Produção	1	cachê	1	1.500,00	1.500,00	
3.2	Despesas de Pré-Produção					20.900,00	
3.2.1	Alimentação	14	diária	6	100,00	8.400,00	
3.2.2	Verba de Produção	1	verba	1	12.500,00	12.500,00	
4	Produção e Filmagem						431.180,00
4.1	Equipe					147.430,00	
4.1.1	Direção Cinematográfica	1	cachê	1	20.000,00	20.000,00	
4.1.2	1º Assistente de Direção	1	cachê	1	7.500,00	7.500,00	
4.1.3	Produção Executiva	1	cachê	1	9.800,00	9.800,00	
4.1.4	Secretaria de Produção	2	cachê	1	3.900,00	7.800,00	
4.1.5	Direção de Produção	1	cachê	1	7.500,00	7.500,00	
4.1.6	Coordenador de Produção	2	cachê	1	5.900,00	11.800,00	
4.1.7	1º Assistente de Produção	1	cachê	1	3.780,00	3.780,00	
4.1.8	Produção de Locação	1	cachê	1	4.500,00	4.500,00	
4.1.9	Direção de Fotografia	1	cachê	1	10.000,00	10.000,00	
4.1.10	Operador de Câmera	2	cachê	1	12.000,00	24.000,00	
4.1.11	Maquinista Chefe	1	cachê	1	9.750,00	9.750,00	
4.1.12	Técnico de Som Direto	1	cachê	1	9.500,00	9.500,00	
4.1.13	Microfonista	1	cachê	1	3.500,00	3.500,00	
4.1.14	Motorista	2	cachê	2	1.500,00	6.000,00	
4.1.15	Operador de Drone	1	cachê	1	12.000,00	12.000,00	
4.2	Equipamento					62.750,00	
4.2.1	Locação de Câmeras	3	verba	1	12.350,00	37.050,00	
4.2.2	Locação de Lentes, Filtros e Outros Acessórios de Câmera	1	verba	1	5.500,00	5.500,00	
4.2.3	Locação Material de Consumo de Câmera	1	verba	1	3.750,00	3.750,00	
4.2.4	Locação Maquinária	1	verba	1	4.950,00	4.950,00	
4.2.5	Locação Equipamento de Iluminação	1	verba	1	4.500,00	4.500,00	
4.2.6	Locação Equipamento de Som	1	verba	1	3.000,00	3.000,00	
4.2.7	Locação Material de Consumo Elétrica	1	verba	1	2.000,00	2.000,00	
4.2.8	Locação Material de Reposição Iluminação	1	verba	1	2.000,00	2.000,00	
4.3	Material Sensível					7.000,00	
4.3.1	HDs Externos, Película, Cartões de Memória e Afins	2	unidade	1	3.500,00	7.000,00	
4.4	Despesas de Produção					214.000,00	
4.4.1	Alimentação	60	diária	6	100,00	36.000,00	
4.4.2	Locação de Veículos	60	diária	3	450,00	81.000,00	
4.4.3	Transporte Local / Combustível	60	diária	3	150,00	27.000,00	
4.4.4	Hospedagem	10	diária	5	500,00	25.000,00	
4.4.5	Verba de Produção	1	verba	1	45.000,00	45.000,00	
5	Pós-Produção - Finalização						187.980,00



5.1	Equipe					137.250,00	
5.1.1	Direção Cinematográfica	1	cachê	1	18.750,00	18.750,00	
5.1.2	Produção Executiva	1	cachê	1	12.000,00	12.000,00	
5.1.3	Produção de Finalização	1	cachê	1	4.900,00	4.900,00	
5.1.4	Editor/Montador	2	cachê	1	20.000,00	40.000,00	
5.1.5	Assistente de Edição	2	cachê	1	3.900,00	7.800,00	
5.1.6	Colorista	2	serviço	1	12.000,00	24.000,00	
5.1.7	Finalização / Masterização	2	serviço	1	14.900,00	29.800,00	
5.2	Linguagem Acessível					15.780,00	
5.2.1	Linguagem Acessível	1	verba	1	15.780,00	15.780,00	
5.3	Edição de Som / Mixagem					17.700,00	
5.3.1	Edição de Som / Mixagem / Foleys	3	semana	1	5.900,00	17.700,00	
5.4	Letreiros e Créditos					4.750,00	
5.4.1	Criação dos Créditos	1	serviço	1	4.750,00	4.750,00	
5.5	Efeitos de Imagens					9.000,00	
5.5.1	Animação	2	verba	1	4.500,00	9.000,00	
5.6	Música Original					3.500,00	
5.6.1	Criação / Músicos / Estúdio de Gravação	1	verba	1	3.500,00	3.500,00	
6	Despesas Administrativas						162.500,00
6.1	Equipe					12.500,00	
6.1.1	Assessoria Jurídica	1	verba	1	8.000,00	8.000,00	
6.1.2	Controller	1	verba	1	4.500,00	4.500,00	
6.2	Contrapartida Social					150.000,00	
6.2.1	Exibições Gratuitas Escola Pública e Curso de Capacitação Téc	1	escola	1	65.000,00	65.000,00	
6.2.2	Exibição em TV Aberta, Pública e Privada	3	serviço	1	85.000,00	85.000,00	
TOTAL DE PRODUÇÃO							931.660,00
7	Gerenciamento (até 7,5% dos itens financeiros)						69.874,50
Total Geral							1.001.534,50

11. Parcerias e patrocínio

No Estado do Piauí, iniciativas que promovem o fortalecimento da agricultura familiar e a valorização das tradições culturais são fundamentais para a inclusão social e o desenvolvimento sustentável. **O projeto *Farinhada, o sabor da terra*** se insere nesse contexto como uma ação estratégica de resgate da memória, promoção da identidade nordestina e estímulo à economia rural.

Ao abordar a rotina de uma casa de farinha localizada em Monsenhor Gil (PI), o documentário evidencia a importância da agricultura familiar como fonte de alimento, geração de renda, saúde e autoestima para milhares de famílias. Integrado a essa narrativa, o projeto realiza uma capacitação prática em Solo Vivo e Produção Sustentável, voltada à qualificação de agricultores familiares e à disseminação de técnicas agroecológicas. Mais do que um registro audiovisual, trata-se de uma ferramenta de transformação social, que conecta o campo à cidade, fortalece a autonomia produtiva e valoriza os saberes ancestrais que resistem ao tempo.

Dessa forma, pleiteamos o **patrocínio no valor de R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais)**, destinado à produção e divulgação do documentário *Farinhada, o sabor da terra*. Este investimento será fundamental para viabilizar todas as etapas da obra — desde as filmagens em campo até a capacitação técnica e divulgação — garantindo que essa expressão autêntica da cultura nordestina alcance públicos diversos. Ao apoiar este projeto, o patrocinador estará contribuindo diretamente para a valorização da agricultura familiar e o fortalecimento da agricultura como fator de renda das comunidades rurais.

OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69

Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480

Email: obrcomunicacao@gmail.com



11.1 Plano de mídia

Projeto Integrado “Farinhada, o Sabor da Terra”

A implementação de um plano de mídia para o projeto integrado **Farinhada, o Sabor da Terra** é fundamental para ampliar o alcance de suas ações e potencializar seus efeitos econômicos e sociais. A estratégia de comunicação tem como objetivo dar visibilidade à **agricultura familiar como atividade produtiva, geradora de renda e promotora de segurança alimentar**, destacando tanto o documentário quanto a **capacitação prática em Solo Vivo e Produção Sustentável**.

A comunicação estratégica atua como instrumento de **fomento à economia local**, evidenciando experiências reais de produção, qualificação técnica e adoção de práticas sustentáveis que fortalecem a autonomia dos agricultores familiares. Ao mostrar o ciclo produtivo da mandioca aliado à capacitação em manejo do solo, bioinsumos e técnicas agroecológicas, o projeto estimula a replicação dessas práticas em outras comunidades rurais.

Para ampliar a visibilidade e o engajamento, o projeto contará com **assessoria de imprensa**, produção de vídeos e fotografias para redes sociais, além de exibições em **TV aberta, emissoras públicas, plataformas digitais e exibições educativas**. A divulgação contempla também conteúdos específicos sobre a capacitação, destacando os resultados práticos, o impacto econômico e a formação de multiplicadores no meio rural.

A presença ativa nas redes sociais e nos veículos parceiros permitirá a criação de uma **rede de compartilhamento de experiências produtivas**, conectando agricultores, gestores públicos, instituições e a sociedade em geral, contribuindo para a difusão de modelos sustentáveis de produção, geração de renda e fortalecimento da economia local.

PLANO DE MÍDIA

VEÍCULO	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	
REDE SOCIAL @lupa1noticias/ @4livestreaming / @obrcomunicacao / @lupa1.oficial	08 posts no Instagram Será feito investimento de Impulsioneamento na rede social	
TV (TV Lupa 1; Tv Assembleia e Tv Antares (com chancela de apoio)	DOCUMENTÁRIO: 60 chamadas com citação do patrocinador no VT de divulgação de 30 segundos CAPACITAÇÃO: Cobertura do Evento e matéria jornalista exibida nos jornais da grade jornalística da TV)	
SUPER BANNER / BANNER (Portal Lupa1 / Portal Four live / Portal RMF / Portal cliquepi)	02 semana de Super Banner/Banner	
RÁDIO (Rádio Lupa 1/Rádio assembleia 98,3)	60 inserções com citação do patrocinador no Spot promocional de 30 segundos	

OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69

Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480

Email: obrcomunicacao@gmail.com

PORTAIS www.lupa1.com.br, fourlivetv.com.br/ cliquepi.com.br portalrmf.com/paltacultural.com.br)	DOCUMENTÁRIO: 01 matéria institucionais em cada um dos portais CAPACITAÇÃO: Matéria jornalista no portal divulgando o evento realizado.	
--	---	--









OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69
Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480
Email: obrcomunicacao@gmail.com



12. Método de Avaliação

A avaliação do projeto será realizada de forma **quantitativa e qualitativa**, considerando tanto o impacto do documentário quanto os resultados das ações de capacitação **Solo Vivo e Produção Sustentável**, voltadas ao fortalecimento da agricultura familiar e da economia local.

No **eixo audiovisual e de comunicação**, o impacto será mensurado por meio de:

- Métricas de audiência do documentário, incluindo número de telespectadores em TV aberta e visualizações em plataformas digitais;
- Alcance e engajamento nas redes sociais, considerando curtidas, compartilhamentos, comentários e impressões;
- Número de exposições públicas realizadas em escolas, CRAS e espaços comunitários;
- Repercussão institucional e utilização do material audiovisual por órgãos públicos, entidades e parceiros.

No **eixo formativo e de inclusão produtiva**, a avaliação das capacitações considerará:

- Número de turmas e de agricultores familiares capacitados;
- Frequência, participação efetiva e conclusão das oficinas presenciais;
- Distribuição dos kits institucionais e das mudas destinadas às comunidades atendidas;
- Avaliação de satisfação dos participantes, por meio de formulários simples aplicados ao final das capacitações;
- Identificação de participantes com perfil de **agentes multiplicadores**, aptos a replicar os conhecimentos adquiridos sobre manejo do solo, produção de bioinsumos e práticas sustentáveis em suas comunidades.

De forma complementar, será realizada uma **avaliação de impacto social e produtivo**, considerando relatos dos participantes, percepções de melhoria no conhecimento técnico e a contribuição do projeto para o fortalecimento da cadeia produtiva da mandioca e da agricultura familiar local. Todos os dados coletados serão sistematizados em **relatório final**, contendo registros fotográficos, audiovisuais e indicadores consolidados, assegurando transparência e possibilidade de acompanhamento pelos patrocinadores e órgãos parceiros.



13. Resultados Esperados

A execução do projeto integrado **Farinhada, o Sabor da Terra**, que articula produção audiovisual e capacitação prática em **Solo Vivo e Produção Sustentável**, visa gerar impactos objetivos, mensuráveis e duradouros nas dimensões produtiva, econômica e social das comunidades rurais atendidas.

13.1 Resultados no Eixo Audiovisual e de Comunicação

- Produção e finalização de um documentário de aproximadamente 50 minutos, com qualidade técnica e narrativa, abordando o ciclo produtivo da mandioca e a realidade da agricultura familiar.
- Exibição do documentário em TV aberta, emissoras públicas, plataformas digitais, escolas e espaços comunitários.
- Ampliação da visibilidade da agricultura familiar como atividade econômica estratégica, geradora de renda e promotora da segurança alimentar.
- Disponibilização de conteúdo audiovisual para uso institucional por órgãos públicos, entidades e parceiros.

13.2 Resultados no Eixo Formativo e de Inclusão Produtiva

- Capacitação de agricultores familiares por meio da oficina **Solo Vivo e Produção Sustentável**, com foco em manejo do solo, produção de bioinsumos e práticas agroecológicas.
- Fortalecimento da autonomia produtiva dos participantes, com redução de custos e melhoria da eficiência no cultivo da mandioca e culturas associadas.
- Formação de agricultores com perfil de **agentes multiplicadores**, aptos a replicar os conhecimentos técnicos em suas comunidades.
- Distribuição de kits institucionais e mudas, incentivando práticas sustentáveis e a continuidade das ações após o encerramento do projeto.

13.3 Resultados Econômicos e Territoriais

- Contribuição direta para o fortalecimento da cadeia produtiva da mandioca e da agricultura familiar local.
- Estímulo à geração de renda e à permanência das famílias no campo.
- Ampliação das redes locais de cooperação, aprendizagem e troca de experiências produtivas.
- Potencial incremento da economia local a partir da adoção de práticas produtivas sustentáveis e replicáveis.



14. Considerações Finais

O projeto **Farinhada, o Sabor da Terra** consolida-se como uma iniciativa integrada que ultrapassa o registro audiovisual, atuando de forma prática no **fomento à economia rural**, na **qualificação produtiva** e no fortalecimento da agricultura familiar.

Ao unir documentário e capacitação técnica, o projeto promove a valorização do trabalho no campo aliada à disseminação de conhecimentos aplicáveis, de baixo custo e alto impacto, capazes de gerar resultados concretos na produção, na renda e na segurança alimentar das famílias atendidas.

A realização da oficina **Solo Vivo e Produção Sustentável** reforça o compromisso do projeto com soluções estruturantes, estimulando a autonomia dos agricultores e a formação de multiplicadores que garantem a continuidade e expansão dos benefícios gerados.

Dessa forma, o projeto contribui para o desenvolvimento territorial sustentável, alinhando-se às diretrizes do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, ao promover inclusão produtiva, fortalecimento das cadeias locais e melhoria das condições de vida no meio rural.

Victor Ricardo Ribeiro Sampaio

OBR COMUNICAÇÃO LTDA

CNPJ: 39.902.795/0001-69

OBR COMUNICACAO LTDA / CNPJ: 39.902.795/0001-69

Rua Odilo Ramos, 1199 (Sala 2b), Bairro Morada do Sol - Teresina-Pi -Cep: 64056-480

Email: obrcomunicacao@gmail.com