

A voz que brada

Projeto LIC nº 1252 | Valor solicitado R\$ 200.000,00 **Aprovado**



LEI DE INCENTIVO
À CULTURA DE
MOGI DAS CRUZES



36.732.467 THIAGO HENRIQUE FERREIRA

E-mail: tihode@yahoo.com.br

Representante: **THIAGO HENRIQUE FERREIRA** (Diretor Geral)

E-mail: tihode@yahoo.com.br

Área de enquadramento

[Culturas Tradicionais, pretas, indígenas e quilombolas]

Música, artes performáticas

Apresentação

INTRODUÇÃO

Num mundo cheio de preconceitos e violências, o show “A voz que brada” vem como um grito de libertação, uma catarse e a luta implacável por justiça e igualdade. O projeto é resultado das experiências pessoais e coletivas do proponente Thiago Ferreira que encontrou na música mais um caminho para expressão e afirmação da sua identidade, da história do seu povo e do desejo de fazer revolução. Cantor, compositor, diretor, produtor e pesquisador cultural da região, Thiago viu na arte musical o ponto de partida para tentar solucionar problemas crônicos da sociedade como o racismo, a intolerância religiosa, a lgbtfobia, a desigualdade social, e compreendeu que a partir de um show com músicas autorais, conseguiria se conectar diretamente com público da quebrada, compartilhando suas vivências, lutas e superações para assim incentiva-los a produzir arte e cultura, criar estratégias para vencer, agarrar oportunidades e trilhar seus próprios caminhos. Entre os anos 2023 e 2025, Thiago criou, produziu e circulou com o espetáculo Re-existência: uma performance de música, dança e poesia, um espetáculo afro-brasileiro de artes integradas que contou com a participação de diversos artistas renomados, realizando 14 apresentações onde pode dialogar com a comunidade, compartilhar saberes, realizar iniciativas culturais de formação e especialmente mostrar porque a arte e a educação podem salvar vidas, sendo uma motivação e referência para população preta, LGBTQIAPN+ e periférica. Esse espetáculo trouxe ricas experiências no sentido pessoal, social e cultural servindo também de inspiração para o show A voz que brada. A concepção imagética dos figurinos e cenário remete a cultura de Terreiros, a cultura de periferias e arte urbana, onde o cantor e os músicos em cena se relacionam diretamente com a concepção visual elaborada, complementando seus significados. A voz que brada é mais que show autoral é um convite ao rompimento de barreiras que nos impedem de voar, é um meio de conexão entre desejos e pessoas para um bem maior, é a preparação para vencer e descobrir as oportunidades além do horizonte.

“A Voz que Brada” realizará 7 apresentações gratuitas de um show autoral de 45 minutos com músicas inéditas e elementos cênico-performáticos que dialogam com as temáticas do combate ao racismo, à lgbtfobia, à intolerância religiosa e às desigualdades sociais. A proposta prevê ainda um workshop de dança afro-brasileira e uma roda de conversa ao final de cada apresentação. Os detalhes das ações e metas encontram-se nos campos a seguir.

METAS E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

Com o objetivo de promover o acesso democrático à cultura, incentivar a valorização da cultura



afro-brasileira, da cultura LGBTQIAPN+, da cultura popular e das expressões artísticas periféricas, o projeto "A Voz que Brada" desenvolverá um conjunto de ações culturais integradas composto por apresentações musicais, atividades formativas e ações de mediação cultural junto ao público. As atividades serão realizadas entre maio de 2027 e janeiro de 2028, em locais previstos da cidade de Mogi das Cruzes-SP, contemplando tanto regiões centrais quanto periféricas, ampliando o acesso da população às atividades culturais.

Todas as ações serão executadas pelo proponente Thiago Ferreira em conjunto com a equipe artística, músicos, direção, produção e demais profissionais envolvidos no projeto. A seguir são apresentadas as metas e estratégias previstas.

SHOW "A VOZ QUE BRADA"

A principal ação do projeto consiste na realização de 7 apresentações gratuitas do show autoral cênico-performático "A Voz que Brada", com duração aproximada de 45 minutos cada, previstas para acontecer em espaços culturais localizados em regiões centrais e periféricas do município de Mogi das Cruzes-SP.

O espetáculo será apresentado por Thiago Ferreira, acompanhado por uma banda ao vivo composta por violão e instrumentos de percussão, proporcionando uma sonoridade que dialoga com elementos afro-brasileiros, jazz, blues, soul, MPB e música popular contemporânea.

A concepção artística do espetáculo integra música, performance, poesia e artes cênicas. O cenário contará com referências à cultura afro-brasileira, cultura de terreiros, cultura de periferias e artes urbanas, dialogando diretamente com os figurinos, iluminação, movimentação cênica e interpretação do cantor, construindo uma experiência artística que amplia os significados das canções apresentadas.

O repertório será composto exclusivamente por músicas autorais, desenvolvidas coletivamente pelo proponente, músicos e direção artística, reunindo artistas negros, periféricos e LGBTQIAPN+. As composições abordam temas relacionados à identidade, ancestralidade, combate ao racismo, intolerância religiosa, LGBTfobia, desigualdade social, resistência, pertencimento e esperança, aproximando o espetáculo das vivências do público.

Repertório previsto

- Oxóssi Mandou Dizer – Thiago Ferreira
- Cor Âmbar – Thiago Ferreira, Heloisa de Lima e Waldemar João
- Esse Blues é Pra Você – Waldemar João
- Aboio de Exú – Thiago Ferreira
- Na Batucada – Waldemar João
- Milagres – Waldemar João
- Eu Canto – Thiago Ferreira e Heloisa de Lima
- A Voz que Brada – Thiago Ferreira, Heloisa de Lima e Waldemar João

Público previsto

Aproximadamente 500 pessoas de forma presencial.

PLANO DE CONTRAPARTIDAS

Como forma de democratizar o acesso aos bens culturais e retribuir o investimento público recebido por meio do edital, o projeto prevê a realização de três ações de contrapartida, contemplando gratuidade, formação artística e mediação cultural.

1. CONTRAPARTIDA FINANCEIRA

Todas as apresentações do espetáculo, bem como as ações formativas e de mediação cultural, serão totalmente gratuitas, garantindo amplo acesso da população às atividades. A gratuidade será divulgada previamente em todas as peças de comunicação do projeto, incluindo redes sociais, cartazes, materiais gráficos e demais meios de divulgação.

Perfil e estimativa de público

As ações gratuitas pretendem alcançar aproximadamente 500 pessoas presencialmente, considerando as quatro apresentações do espetáculo, além de cerca de 5.000 pessoas de forma indireta por meio das ações de divulgação e publicidade.

Todas as atividades possuem classificação indicativa livre e destinam-se à população em geral, com atenção especial às pessoas residentes em bairros periféricos, comunidades negras, população LGBTQIAPN+, estudantes, artistas, agentes culturais e demais interessados na valorização da diversidade cultural.

2. CONTRAPARTIDA SOCIAL



Ao término de uma das apresentações, será realizada uma roda de conversa com duração aproximada de 20 minutos, conduzida pelo cantor, direção e equipe de produção.

O encontro terá como objetivo dialogar com o público sobre os temas abordados no espetáculo, compartilhar os processos criativos da obra, promover reflexões sobre arte, cultura, identidade, combate ao racismo, intolerância religiosa, LGBTfobia e demais questões presentes nas músicas, além de estimular a troca de experiências entre artistas e comunidade.

Público previsto

Cerca de 80 participantes presencialmente e aproximadamente 5.000 pessoas alcançadas indiretamente pelas ações de divulgação.

A atividade possui classificação indicativa livre.

3. CONTRAPARTIDA EDUCACIONAL

Será realizado 1 workshop de dança afro-brasileira, com duração aproximada de 1 hora, ministrado por profissional convidado com experiência na área, em parceria com o Ponto de Cultura Arte do Movimento.

A atividade abordará fundamentos da dança afro-brasileira, consciência corporal, musicalidade, ancestralidade, identidade cultural e expressões corporais presentes nas manifestações afro-brasileiras, proporcionando aos participantes uma experiência prática de formação artística e valorização das tradições culturais.

O workshop buscará estimular novos processos criativos, incentivar a participação em atividades culturais e fortalecer o acesso da comunidade às práticas artísticas.

Público previsto

Aproximadamente 50 participantes, além de alcance indireto estimado em 5.000 pessoas por meio das ações de divulgação.

A atividade possui classificação indicativa livre, sendo destinada à população em geral, especialmente moradores de bairros periféricos, estudantes, artistas iniciantes, jovens e demais interessados nas manifestações da cultura afro-brasileira.

4. REGISTROS AUDIOVISUAIS E DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Ao longo da execução do projeto serão realizados registros fotográficos e audiovisuais de todas as ações, incluindo as apresentações do show, o workshop de dança afro-brasileira e a roda de conversa. Os registros serão produzidos por profissional responsável pelo audiovisual e terão como finalidade documentar a execução do projeto, preservar sua memória cultural, divulgar seus resultados e ampliar o alcance das ações junto à comunidade.

Após a realização das atividades, o material será organizado e divulgado por meio das redes sociais do proponente e parceiros, contendo fotografias, vídeos, trechos das apresentações, depoimentos dos participantes e informações sobre os resultados alcançados, ampliando o acesso ao conteúdo também para o público que não participou presencialmente.

Perfil e estimativa de público

A ação pretende alcançar diretamente aproximadamente 530 pessoas, considerando o público participante das apresentações, workshop e roda de conversa. De forma indireta, estima-se alcançar cerca de 5.000 pessoas por meio da divulgação dos registros audiovisuais nas redes sociais e demais canais de comunicação do projeto, fortalecendo a difusão da produção artística, a transparência na execução do projeto e a valorização da cultura afro-brasileira, da cultura LGBTQIAPN+, da cultura popular e das expressões culturais periféricas.

Locais previstos

As apresentações e contrapartidas estão previstas para acontecer em locais e equipamentos públicos na periferia e região central de Mogi das Cruzes-SP tais como escolas, teatros, espaços de serviços de convivência e associações entre outros espaços públicos. Os locais estão em negociação para liberação de cartas de anuência que serão devidamente apresentadas antes da realização de cada apresentação ou em outro momento oportuno para Secretaria de Cultura de Mogi das Cruzes-SP.

PLANO DE DIVULGAÇÃO

O plano de divulgação terá abrangência territorial na cidade de Mogi das Cruzes-SP e municípios adjacentes, sendo executado pela equipe de produção, comunicação e pelo proponente durante todas as etapas do projeto, desde o período preparatório até a divulgação dos resultados finais. O objetivo é garantir ampla participação da população nas apresentações do show, no workshop de



dança afro-brasileira e na roda de conversa, democratizando o acesso às atividades e alcançando públicos de diferentes regiões, especialmente bairros periféricos.

A divulgação terá início com antecedência mínima de 30 dias da primeira atividade e será intensificada à medida que as ações se aproximarem, mantendo publicações periódicas até o encerramento do projeto. Após a realização das atividades, também serão divulgados registros fotográficos, vídeos e resultados alcançados, ampliando o alcance das ações para o público que não participou presencialmente.

A estratégia combinará divulgação presencial e digital. Nos meios físicos, serão distribuídos cartazes e convites em escolas públicas, equipamentos culturais, bibliotecas, centros comunitários, comércios locais, instituições parceiras, eventos culturais, feiras e demais espaços de circulação de público nas regiões centrais e periféricas de Mogi das Cruzes e adjacências.

No ambiente digital, serão realizadas publicações periódicas nas redes sociais do proponente, dos integrantes da ficha técnica, artistas convidados, instituições parceiras, coletivos culturais e movimentos voltados à promoção da diversidade, do combate ao racismo, à intolerância religiosa, à LGBTfobia e demais violências sociais. As publicações serão reforçadas por campanhas de impulsionamento pago, direcionadas prioritariamente ao público de Mogi das Cruzes e região, ampliando o alcance das apresentações e das ações de contrapartida.

Todas as atividades do projeto – apresentações do espetáculo, workshop de dança afro-brasileira e roda de conversa – serão divulgadas individualmente, contendo informações sobre datas, horários, locais previstos, classificação indicativa, acessibilidade, gratuidade e formas de participação.

Ao término da execução, também serão publicados registros audiovisuais, fotografias, vídeos, depoimentos e resultados do projeto, contribuindo para a difusão da produção artística, a preservação da memória cultural e a transparência da execução.

ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO

- Distribuição e afixação de cartazes em escolas, espaços culturais, equipamentos públicos, centros comunitários e estabelecimentos comerciais, com início mínimo de 30 dias antes das ações.
- Divulgação presencial por meio da entrega de convites e divulgação em eventos, feiras, atividades culturais e encontros comunitários realizados em Mogi das Cruzes e municípios adjacentes.
- Publicações periódicas nas redes sociais do proponente, da equipe, artistas participantes, parceiros, coletivos e instituições culturais durante todas as fases do projeto.
- Campanhas de impulsionamento pago nas redes sociais para ampliar o alcance das apresentações e das contrapartidas, priorizando públicos de regiões periféricas e descentralizadas.
- Divulgação dos registros audiovisuais e dos resultados obtidos após a realização das atividades, fortalecendo a circulação e a memória do projeto.

MATERIAL DE DIVULGAÇÃO

Flyers digitais (1080 x 1920): produção de modelos específicos para divulgação das apresentações, workshop e roda de conversa nos stories e aplicativos de mensagens.

Artes para Feed (1000 x 1000): criação de diferentes peças gráficas para divulgação periódica das atividades e resultados do projeto.

Vídeos curtos (Reels, TikTok, Facebook e YouTube Shorts): produção de vídeos promocionais, bastidores, convites do artista e registros das ações.

Capas para Facebook, YouTube e demais plataformas digitais: desenvolvimento de identidade visual unificada para fortalecer a comunicação do projeto.

Todos os materiais físicos e digitais utilizarão linguagem simples, comunicação acessível e identidade visual padronizada, facilitando a compreensão das informações e ampliando o acesso do público às ações culturais.

Justificativa

O projeto "A Voz que Brada" se torna relevante por abordar, por meio da música integrada a múltiplas linguagens artísticas, as histórias, culturas, vivências, lutas e superações da



população preta, da comunidade LGBTQIAPN+ e das periferias, contribuindo para que esses grupos ocupem espaços culturais, fortaleçam seu protagonismo e reafirmem sua identidade e cidadania. A baixa representatividade de pessoas pretas, periféricas e LGBTQIAPN+ nos espaços de arte e cultura ainda limita a visibilidade de suas experiências e contribui para a manutenção de preconceitos e desigualdades. Dados do Observatório de Mortes e Violências LGBTI+ (OMV LGBTI+) apontam que o Brasil registra uma morte de pessoa LGBTQIAPN+ a cada 32 horas e contabilizou 273 casos de violência e morte motivados por LGBTfobia em 2022. A Pesquisa Nacional sobre o Ambiente Educacional no Brasil, da ABGLT (2016), revelou que 73% dos estudantes LGBTQIAPN+ sofreram agressões em razão da orientação sexual e 68% por identidade de gênero. Já a pesquisa Visual GPS 2021, da Getty Images e GLAAD, indica que apenas 20% dos entrevistados afirmam ver pessoas LGBTQIA+ representadas regularmente na mídia, geralmente de forma estereotipada (OMVLGBTI, 2022; ABGLT, 2016; GLAAD, 2021).

Em relação à população negra e periférica, a PNAD Contínua e a Pesquisa Nacional de Saúde Escolar (IBGE, 2019) apontam que 71,7% dos jovens fora da escola são negros e que mais de um terço das crianças e adolescentes sem acesso à cultura e a direitos básicos vivem em territórios periféricos. A pesquisa Cultura nas Capitais (2025) também evidencia desigualdades no acesso aos bens culturais, mostrando que pessoas brancas frequentam com maior frequência cinemas, teatros e museus, enquanto pessoas pretas continuam tendo menor acesso a essas atividades (IBGE, 2019; 2019b; Cultura nas Capitais, 2025).

"A Voz que Brada" também valoriza a cultura das periferias por ser criado e desenvolvido por artistas periféricos e direcionar suas ações a esse público. Nesse contexto, a arte fortalece a autoestima, amplia o reconhecimento social e cria oportunidades para que essas comunidades contem suas próprias histórias, ocupem espaços culturais e exerçam plenamente seu direito à cultura, historicamente negado (IPEA, 2024; USP, 2019).

Dessa forma, o projeto reafirma a importância da arte como instrumento de expressão, pertencimento, inclusão social e transformação, fortalecendo a representatividade da população negra, periférica e LGBTQIAPN+ e contribuindo para a construção de uma sociedade mais plural, democrática e igualitária.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos (ABGLT, 2016); Borges (2019); CNN Brasil (2022); CNTRV (2022); Cultura nas Capitais (2025); FGV (2022); GLAAD (2021); IBGE (2018; 2019; 2019b; 2022); Miranda et al. (2022); Observatório de Mortes e Violências LGBTI+ (2022); Rancière (2012); Redes de Observatórios de Segurança (2023); Sanchez (2017); UFSM (2021).

Objetivos do projeto

OBJETIVO GERAL

Promover, por meio da realização de um show autoral cênico-performático de 45 minutos e de ações de contrapartida compostas por workshop de dança afro-brasileira e roda de conversa, o acesso democrático à cultura e o compartilhamento de saberes relacionados à cultura afro-brasileira, cultura popular, cultura LGBTQIAPN+ e cultura urbana, estimulando a valorização da diversidade, a formação de público e a reflexão sobre temas como antirracismo, intolerância religiosa, combate à LGBTfobia, identidade, pertencimento e desigualdade social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar 7 apresentações gratuitas do show autoral cênico-performático "A Voz que Brada", com duração aproximada de 45 minutos, em espaços culturais previstos de regiões centrais e periféricas da cidade de Mogi das Cruzes-SP, promovendo o acesso da população à produção musical autoral e às manifestações artísticas afro-brasileiras e periféricas.
- Realizar 1 workshop de dança afro-brasileira, com duração aproximada de 1 hora, em espaço cultural previsto da periferia de Mogi das Cruzes-SP, proporcionando aos participantes uma vivência prática sobre expressões corporais, musicalidade, ancestralidade e valorização da cultura afro-brasileira.
- Realizar 1 roda de conversa, com duração aproximada de 20 a 30 minutos, ao final de uma das apresentações do espetáculo, reunindo artista, equipe e público para dialogar sobre os temas



abordados no show, compartilhar experiências, processos criativos, saberes e reflexões relacionadas ao combate ao racismo, à intolerância religiosa, à LGBTfobia, à valorização das identidades e ao papel transformador da arte e da cultura na sociedade.

Abrangência territorial

Locais previstos:

As apresentações e contrapartidas estão previstas para acontecer em locais e equipamentos públicos na periferia e região central de Mogi das Cruzes-SP tais como escolas, teatros, espaços de serviços de convivência e associações entre outros espaços públicos. Os locais estão em negociação para liberação de cartas de anuência que serão devidamente apresentadas antes da realização de cada apresentação ou em outro momento oportuno para Secretaria de Cultura de Mogi das Cruzes-SP.

Público alvo

Quantidade esperada: 15500

Estima-se alcançar 500 pessoas presencialmente e 15.000 de forma indireta, por meio das apresentações, ações de contrapartida e divulgação nas redes sociais, incluindo impulsionamento pago. O projeto é destinado ao público em geral, com foco especial na valorização, motivação e participação da população negra, periférica, LGBTQIAPN+ e de religiões de matriz africana, ampliando o acesso à arte, à cultura e à representatividade.

Resultados esperados

- Realização de 7 apresentações gratuitas do espetáculo autoral "A Voz que Brada".
- Alcance direto de aproximadamente 500 pessoas nas apresentações.
- Realização de 1 roda de conversa sobre arte, cultura, identidade, racismo, intolerância religiosa e LGBTfobia.
- Participação de aproximadamente 80 pessoas na roda de conversa.
- Realização de 1 workshop de dança afro-brasileira, com aproximadamente 50 participantes.
- Valorização e difusão da cultura afro-brasileira, cultura LGBTQIAPN+, cultura popular e expressões periféricas.
- Ampliação do acesso da população de Mogi das Cruzes às atividades culturais gratuitas, especialmente em regiões periféricas.
- Estímulo à reflexão sobre identidade, ancestralidade, pertencimento, diversidade, resistência e combate às discriminações.
- Promoção de formação artística e contato do público com práticas da dança afro-brasileira.
- Fortalecimento da produção e circulação da música autoral e independente no município.
- Registro fotográfico e audiovisual de todas as atividades realizadas.
- Alcance indireto estimado de aproximadamente 5.000 pessoas por meio da divulgação dos resultados nas redes sociais e canais do projeto.
- Geração de memória e documentação audiovisual das ações culturais realizadas.
- Ampliação da visibilidade dos artistas, profissionais e parceiros envolvidos no projeto.
- Democratização do acesso aos resultados do projeto por meio da divulgação gratuita de registros, fotografias, vídeos e depoimentos nas plataformas digitais.

Produtos culturais

Produtos culturais gerados:

Espetáculo musical cênico-performático “A Voz que Brada”.

7 apresentações públicas e gratuitas do espetáculo.

Repertório autoral composto por 8 músicas.

1 roda de conversa sobre arte, cultura, identidade e diversidade.

1 workshop de dança afro-brasileira.

Registros fotográficos das atividades realizadas.

Registros audiovisuais das apresentações e ações formativas.

Vídeos e conteúdos digitais para divulgação dos resultados.

Depoimentos de artistas e participantes, contribuindo para a memória do projeto.

Acervo digital de memória do projeto, reunindo fotos, vídeos e registros das ações.

Conteúdos de difusão cultural nas redes sociais, ampliando o acesso ao projeto para além do público presencial.

Cronograma de atividades

Pré-produção | início: 01/04/2027 - fim: 01/05/2027

- 1 Alinhamento de trabalho da equipe técnica
- 2 Elaboração de contratos para todos os envolvidos no projeto
- 3 Organização do calendário de datas e horários de ensaios
- 4 Definição de datas de apresentação junto as organizações culturais e ou teatro
- 5 Alinhamento do plano de comunicação e Marketing
- 6 Elaboração de pesquisa qualitativa

Produção | início: 01/05/2027 - fim: 20/01/2028

- 1 Ensaio com os músicos - alinhamento das canções
- 2 Ensaio gerais com toda equipe - alinhamento de todas as canções e performances
- 3 Realização das 7 apresentações
- 4 Roda de conversa e aplicação de pesquisa qualitativa
- 5 Realização de 1 workshop de dança afro-brasileira com duração de 1 hora na periferia da cidade de Mogi das Cruzes.
- 6 Realização da campanha de comunicação e marketing

Pós-produção | início: 20/01/2028 - fim: 11/03/2028

- 1 Edição e divulgação dos vídeos
- 2 Tratamento e divulgação de fotos
- 3 Tabulação dos questionários e Elaboração de relatórios
- 4 Elaboração e entrega da prestação de contas
- 5 Entrega de relatório final



Ficha técnica dos principais integrantes

Nome	Função	Currículo
Heloisa Vieira de Lima	Diretora Musical e Musicista	Heloisa de Lima é cantora, compositora, poeta, artista educadora, musicoterapeuta, roteirista e diretora musical e de obras audiovisuais. Formada em Regência de Coros e Canto Popular pela ETEC de Artes, técnica em Multimídia pelo Liceu de Artes e Ofícios e musicoterapeuta pela FMU, atualmente aprofunda seus estudos em Musicoterapia e Saúde Mental pela UNISE e na formação de facilitadores de Música do Círculo. Sua trajetória artística é marcada pela pesquisa da cultura popular brasileira e pelas manifestações afro-brasileiras, que atravessam sua produção musical, poética e pedagógica. Como cantora e diretora musical, atua em projetos que unem música, palavra e corporeidade, criando experiências que valorizam ancestralidade, memória e resistência cultural. Entre suas colaborações destacam-se o espetáculo Re-Existência (2023–2024), performance de música, dança e poesia dirigida por Thiago Ferreira; o show Eles Cantam Jurema (2023), ao lado de Bel Obalungê e Mestre Marlon; e sua atuação na Cia. de Cultura Popular Lêle de Oyá (2014–2023), como cantora e batuqueira. No campo audiovisual, Heloisa é roteirista e diretora de obras como a videodança Encruzidança (2022), que circulou em bienais pelo Brasil, e Kanda, além de dirigir e compor em trabalhos como Carne de Vaca (2024) e Boi de Piranha (2026), realizados com o Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras. Sua produção também inclui projetos voltados à infância com o Coletivo Flor de Cosme: arte e infância (2016–2023), além de criações autorais como o repertório Pele em Flor (2018–2021). Heloisa ministra oficinas e processos formativos, como o workshop Voz e Voo: o canto como alimento e instrumento, reafirmando sua dedicação à arte como prática de cura, educação e transformação social.
Thais Naomi	Musicista - Guitarrista e Violonista	Thais Naomi é guitarrista, compositora, educadora e produtora musical com trajetória marcada pela diversidade de influências e experiências internacionais. Iniciou sua formação musical aos 11 anos no violão popular, migrando posteriormente para a guitarra elétrica, inspirada pelo Rock Pop e pelo Rock n' Roll clássico. Em 2002, integrou a banda Stargate, tocando covers de ícones como Creedence, Deep Purple, Led Zeppelin e Iron Maiden, além de músicas autorais influenciadas pelo Rock e Blues. No mesmo período, participou de workshops com o guitarrista Ciro Visconti, que direcionaram seus estudos iniciais. Entre 2004 e 2005, aprofundou sua formação no Conservatório Souza Lima e na Faculdade Internacional Souza Lima & Berklee, estudando com mestres como Djalma Lima, Jarbas Barbosa, Marcos Ottaviano e Lupa Santiago. Essa fase consolidou sua base teórica e prática em arranjo, análise musical, improvisação, tecnologia, técnica e composição. Em 2007, criou o projeto Duo Brazuca, duo instrumental de guitarras com repertório de standards da música brasileira e Jazz. No mesmo ano, ingressou na banda Maquiladora, de rock alternativo autoral, com a qual lançou quatro trabalhos: Maquiladora (2008), Parturition (2009), My Silent Van Gogh (2010) e The Fine Line Between Fun and Danger (2015). Em 2010, recebeu uma bolsa de estudos para a Berklee College of Music – Boston/Massachusetts, onde se formou em Composição/Produção de Música Contemporânea e Performance em Guitarra em 2012. Durante esse período, estudou com renomados músicos como Larry Baione, John Baboian, David Tronzo, Mick Goodrick e Freddie Bryant. Entre 2012 e 2013, lecionou nos Estados Unidos, incluindo aulas na Barros' Harmony. De volta ao Brasil em 2013, iniciou nova fase com o projeto EldridgexX, realizando turnês pelo Sul do Brasil, Montevidéu e Argentina. Em 2016, lançou seu primeiro álbum instrumental, "Aveçsamente", com o Thais Naomi 4tet, explorando uma fusão de música brasileira, jazz, influências rock, orientais e guitarra preparada. Atualmente, Thais Naomi atua como professora de guitarra, violão, teoria musical, harmonia popular e composição, ministrando aulas particulares e em instituições musicais na região da Grande São Paulo.
Gerson Oliveira Junior	Coordenador de Comunicação e Marketing	Gerson Oliveira é um profissional da área de Comunicação, Marketing e Design Gráfico, com sólida experiência em inovação, produção cultural e gestão de projetos. Atualmente, atua como Analista de Inovação na Leroy Merlin Brasil, onde é responsável por pesquisas de tendências, análises de mercado e implementação de



Nome	Função	Currículo
THIAGO HENRIQUE FERREIRA	Diretor Geral Produtor Executivo	projetos de inovação de baixa e média complexidade, contribuindo para a transformação estratégica do negócio. Graduado em Marketing Digital pela Anhanguera (2023), técnico em Comunicação Visual pelo Senac (2017) e pós-graduando em Design de Futuros, Inovação e Estratégia pela PUC Minas (conclusão prevista para 2026), Gerson alia formação acadêmica consistente à prática profissional diversificada. Sua trajetória inclui: 2026 – Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras Coordenador de Marketing do espetáculo Boi de Piranha. 2024 – Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras Produtor executivo do espetáculo Carne de Vaca, com circulação em bienais e mostras nacionais. 2023–2024 – Espetáculo “Re-Existência” Designer e Coordenador de Marketing na performance de música, dança e poesia dirigida por Thiago Ferreira. Desde 2023 – Leroy Merlin Brasil Analista de Inovação, responsável por pesquisas de mercado, relatórios analíticos e implementação de projetos de inovação. Desde 2022 – Designer e coordenador de marketing, responsável pela criação de estratégias de comunicação e materiais gráficos para grupos culturais como o Núcleo Filhos da Terra e o Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras. 2019–2022 – Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras Produtor executivo da videodança Encruzidança (2022) e de outros trabalhos artísticos. 2014–2022 – Poiesis – Oficina Cultural Alfredo Volpi Analista de Programação Jr, responsável pela pesquisa, criação e negociação de projetos culturais, gestão de redes sociais e captação de projetos em leis de fomento. Projetos de destaque: Preta Leste, Orquestra Volpi de Viola Caipira e Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras. 2012–2017 – SESC-SP e Fundação Bienal de São Paulo Educador em exposições e ações ligadas às artes visuais, incluindo a 30ª Bienal de São Paulo. 2011–2012 – Centro Cultural da Juventude Monitor e produtor no programa jovem monitor mediado pelo Instituto Tomie Ohtake. Além da experiência prática, Gerson possui certificações em Google Ads, Google Analytics, Customer Experience Management, Power BI e outros cursos voltados para gestão de projetos e ferramentas digitais. Suas principais competências incluem: gestão de projetos, branding, design visual, criatividade, comunicação, organização e análise estratégica, sempre com foco em inovação e impacto cultural. Thiago Ferreira é produtor, pesquisador cultural e diretor de espetáculos e produções audiovisuais. Formado em Gestão de Turismo (IFSP), pós-graduado em Gestão Cultural (SENAC) e com MBA em Varejo e Consumo (USP), direciona sua pesquisa para a valorização da cultura preta e afro-brasileira. Como dançarino e produtor cultural, iniciou sua trajetória em 2010 no Balé Afro Órun Àiyé, em Suzano, sob direção de Ariane Mascarenhas e Cleiton Costa. Dois anos depois, passou a integrar a Cia. de Cultura Popular Lêle de Oyá, dirigida pela Mestra Soraia Aparecida, onde segue desenvolvendo um trabalho que une dança e pesquisa cultural. Em 2018, ampliou sua atuação ao se tornar integrante e produtor geral do Núcleo de Estudos em Corporeidades Negras, liderado por Kelly Santos. Dessa experiência nasceu a videodança Encruzidança, obra que explora ancestralidade, tempo e território, circulando por bienais e festivais de dança no Brasil. No mesmo ano, cofundou o Núcleo Filhos da Terra, em Mogi das Cruzes, onde atua como produtor executivo, pesquisador e dançarino. Com o coletivo, apresentou o espetáculo Jurema – Uma Lenda, Um Musical e, mais recentemente, está em turnê com Re-existência: música, dança e poesia. Sua atuação se estende também ao audiovisual, com destaque para projetos financiados por leis de incentivo cultural, como Re-existência: O Documentário (2025), A Força do Feminino (2024), Fé e Afrobrasilidades (2024), Soar das Taquaras (2024), entre outros. Thiago também esteve à frente de produções como Gestando Poesia (2023) e A-MAR (2020), consolidando sua presença como produtor executivo e artístico. Além da criação artística, dedica-se à formação e ao diálogo cultural. Foi palestrante e oficineiro no projeto Formação e Fomento à Cultura Afro-brasileira (2021), apoiado pela Lei Aldir Blanc, e idealizou o projeto Imersão Cultural: o corpo negro em cena (2024), que promove reflexões sobre representatividade e ancestralidade nas artes. Também codirige iniciativas educativas como Expresse: meninos que dançam (2025), Primeiros Acordes: Violão e Ukulele (2025) e Kebrada de Ginga: Oficinas de Capoeira (2025). Atualmente, Thiago é Diretor de Projetos na Trinus Filmes, empresa na qual atua desde 2020, desenvolvendo iniciativas que unem dança, música, poesia e audiovisual, sempre com o propósito de fortalecer e difundir a cultura afro-brasileira. Portfólio: https://vimeo.com/trinusfilmes

Contrapartida

Tipo	Descrição
FINANCEIRA	Todas as apresentações do espetáculo, bem como as ações formativas e de mediação cultural, serão totalmente gratuitas, garantindo amplo acesso da população às atividades. A gratuidade será divulgada previamente em todas as peças de comunicação do projeto, incluindo redes sociais, cartazes, materiais gráficos e demais meios de divulgação. Perfil e estimativa de público As ações gratuitas pretendem alcançar aproximadamente 500 pessoas presencialmente, considerando as quatro apresentações do espetáculo, além de cerca de 5.000 pessoas de forma indireta por meio das ações de divulgação e publicidade. Todas as atividades possuem classificação indicativa livre e destinam-se à população em geral, com atenção especial às pessoas residentes em bairros periféricos, comunidades negras, população LGBTQIAPN+, estudantes, artistas, agentes culturais e demais interessados na valorização da diversidade cultural.
SOCIAL	Ao término de uma das apresentações, será realizada uma roda de conversa com duração aproximada de 20 minutos, conduzida pelo cantor, direção e equipe de produção. O encontro terá como objetivo dialogar com o público sobre os temas abordados no espetáculo, compartilhar os processos criativos da obra, promover reflexões sobre arte, cultura, identidade, combate ao racismo, intolerância religiosa, LGBTfobia e demais questões presentes nas músicas, além de estimular a troca de experiências entre artistas e comunidade. Público previsto Cerca de 80 participantes presencialmente e aproximadamente 5.000 pessoas alcançadas indiretamente pelas ações de divulgação. A atividade possui classificação indicativa livre.
EDUCACIONAL	Será realizado 1 workshop de dança afro-brasileira, com duração aproximada de 1 hora, ministrado por profissional convidado com experiência na área, em parceria com o Ponto de Cultura Arte do Movimento. A atividade abordará fundamentos da dança afro-brasileira, consciência corporal, musicalidade, ancestralidade, identidade cultural e expressões corporais presentes nas manifestações afro-brasileiras, proporcionando aos participantes uma experiência prática de formação artística e valorização das tradições culturais. O workshop buscará estimular novos processos criativos, incentivar a participação em atividades culturais e fortalecer o acesso da comunidade às práticas artísticas. Público previsto Aproximadamente 50 participantes, além de alcance indireto estimado em 5.000 pessoas por meio das ações de divulgação. A atividade possui classificação indicativa livre, sendo destinada à população em geral, especialmente moradores de bairros periféricos, estudantes, artistas iniciantes, jovens e demais interessados nas manifestações da cultura afro-brasileira.

Divulgação

Descrição	Forma de distribuição
Ampliação e formação de novos públicos	As estratégias de divulgação terão como objetivo não apenas informar sobre as atividades, mas também ampliar o alcance territorial do projeto e formar novos públicos para a cultura, aproximando pessoas que habitualmente possuem pouco acesso a atividades culturais. A comunicação buscará alcançar diferentes faixas etárias, moradores de regiões periféricas, estudantes, artistas, comunidades negras, população LGBTQIAPN+ e demais interessados, utilizando meios presenciais e digitais.
Cartazes e divulgação física	Produção e distribuição de cartazes em escolas públicas, equipamentos culturais, bibliotecas, centros comunitários, comércios locais, instituições parceiras e espaços de circulação de público, com início mínimo de 30 dias antes das atividades.
Convites e mobilização presencial	Distribuição de convites e divulgação direta em feiras, eventos culturais, encontros comunitários, atividades artísticas e demais espaços de convivência de Mogi das Cruzes e municípios



Descrição	Forma de distribuição
Redes sociais e comunicação digital	adjacentes, estimulando a participação de novos públicos. Publicações periódicas nas redes sociais do proponente, equipe, artistas, parceiros, coletivos culturais e instituições, divulgando individualmente cada apresentação, o workshop e a roda de conversa, com informações sobre data, horário, local, gratuidade, classificação indicativa, acessibilidade e participação.
Impulsionamento e alcance territorial	Realização de campanhas de impulsionamento pago nas redes sociais, direcionadas prioritariamente a moradores de Mogi das Cruzes e região, com atenção especial às áreas periféricas e públicos que possam ter menor contato com a programação cultural.
Mobilização de parceiros e redes culturais	Articulação com escolas, coletivos, instituições culturais, movimentos sociais, equipamentos públicos e organizações ligadas à diversidade, cultura afro-brasileira e cultura periférica para ampliar a circulação das informações e alcançar diferentes comunidades.
Vídeos e conteúdos promocionais	Produção de vídeos curtos para Instagram, TikTok e YouTube Shorts, incluindo convites do artista, chamadas para as atividades, bastidores e conteúdos relacionados ao espetáculo, estimulando o interesse e a participação do público.
Materiais gráficos digitais	Produção de flyers para stories e aplicativos de mensagens, artes para feed e capas para plataformas digitais, mantendo identidade visual padronizada e facilitando a identificação do projeto.
Divulgação dos resultados	Após as atividades, serão publicados fotografias, vídeos, depoimentos, bastidores e informações sobre os resultados alcançados, permitindo que pessoas que não participaram presencialmente tenham acesso aos conteúdos e ampliando a vida útil e o alcance cultural do projeto.
Comunicação acessível e linguagem simples	Todos os materiais utilizarão linguagem clara, informações objetivas e identidade visual padronizada, facilitando a compreensão e ampliando o acesso às atividades por diferentes públicos.

Links

Descrição	URL
-----------	-----