

ANEXO XVI

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

1. DADOS DO PROJETO

Nome do projeto: Combate à Violência Doméstica em Indaial: Uma Abordagem Multidisciplinar

Nome do agente cultural proponente: KEVIN ALAN STAHNKE

Vigência do projeto: 01/06/2024 a 01/12/2024

Valor repassado para o projeto: R\$ 13.756,03

Data de entrega desse relatório: 15/12/2024

2. RESULTADOS DO PROJETO

2.1. Resumo:

Foi uma produção grande com pouco recurso, tivemos a participação de algumas autoridades influentes como 02 Juízas, depoimento de vítimas, participação da Polícia Militar, assistentes sociais, advogado, psicoterapeuta, entre outros. Desde o lançamento do documentário 01/12/2024 no youtube, tivemos grandes feedbacks positivos, vítimas que nos procuraram e descreveram que foram encorajadas a falar mais sobre o tema, criando projetos para auxiliar as mulheres na prevenção à violência doméstica. Fizemos entrevista em rádio, geramos conteúdos através de um podcast com alguns dos participantes do projeto, além também do documentário ser publicado no site do Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Fizemos também 3 mil panfletos com um QR code para levar as pessoas ao documentário no youtube, como também tivemos a oportunidade de apresentar o projeto na Câmara de Vereadores de Indaial. Também fomos convidados para participar de uma entrevista na NDTV RECORD, para falar sobre o projeto no dia 17/12/2024 às 14h20, como também fizemos uma entrevista na rádio NOVA FM. Outro ponto

importante é que estamos com visitas marcadas para janeiro em algumas empresas da região que estão abrindo as portas para uma breve palestra sobre o tema Violência Doméstica, que faremos em parceria com a assistente social Joelma Meneghelli por intermédio da rede de contatos da atual vereadora Ana Paula Reiter, com a intenção de conscientizar, prevenir e educar homens e mulheres a respeito do tema. Para fevereiro a Juíza Dra. Quitéria Peres (participante do documentário) me convocou para participar de uma roda de conversas para apresentar o documentário à comunidade blumenauense.

O material também já está sendo utilizados por assistentes sociais da região para passarem para grupos reflexivos tanto de homens quanto mulheres.

2.2. As ações planejadas para o projeto foram realizadas?

- () Sim, todas as ações foram feitas conforme o planejado.
- (x) Sim, todas as ações foram feitas, mas com adaptações e/ou alterações.
- () Uma parte das ações planejadas não foi feita.
- () As ações não foram feitas conforme o planejado.

2.3. Ações desenvolvidas

Fizemos a pré estréia do documentário no dia 01/12/2024 às 19h30 no Cine Gracher da Havan em Indaial para um público de 100 pessoas. Pedimos para cada um trazer 1kg de alimento não perecível que foi destinado para o mercado social da TOM MAIOR. Infelizmente, aos 5 minutos do documentário, a energia da Havan caiu devido à um acidente grave que aconteceu na localidade, sem um prazo para a volta da luz. Dispensamos os convidados e os mesmos puderam assistir ao documentário pelo youtube no mesmo dia com estreia às 21h.

Tínhamos como meta apresentar o documentário em 03 locais públicos em Indaial, então optamos em fazer a pré estreia no cinema e desenvolver projetos dentro das empresas para falar do tema e apresentar o

documentário através do panfleto que criamos para ter um maior alcance. Já são mais de 800 pessoas que puderam assistir ao documentário em apenas 02 semanas, superando nossa meta de visualização em curto prazo. Batemos 28.500 visualizações do trailer no instagram. Conseguimos depoimentos de 03 vítimas de violência doméstica, teríamos uma 4ª pessoa, porém não encaixou as agendas, finalizando o documentário com o dobro de tempo previsto, de 20 minutos para 45 minutos.

Faremos uma sessão de apresentação em Blumenau, data indefinida, mas será para fevereiro, estamos programando a agenda com a Juíza Dra. Quitéria Peres.

Também inserimos 3 atores, que não estavam previstos para participarem do projeto, porém, durante algumas gravações de depoimentos achei importante poder fazer uma simulação de um caso, onde pudemos contar com o apoio do 32º batalhão da Polícia Militar de Indaial para as gravações, aonde enriqueceu muito a qualidade de matéria

2.4. Cumprimento das Metas

Metas integralmente cumpridas:

- META 1 - Realizar entrevista com pelo menos 2 vítimas de violência doméstica em Indaial, garantindo a diversidade de experiência e contextos

- OBSERVAÇÃO DA META 1: Captamos o depoimento de 03 vítimas no anonimato, sem mostrar o rosto para não comprometer a identidade dela.

- META 2 – Produzir um mini documentário com duração de pelo menos 20 minutos, contendo depoimentos das vítimas, entrevistas com representantes da Polícia Militar e judiciário da cidade.

◦ OBSERVAÇÃO DA META 2: Produzimos um documentário com 45 minutos de duração e conseguimos captar depoimento de uma 2ª juíza.

META 3 - Organizar um podcast que dê voz às mulheres que sofreram abusos, contando com a participação de especialistas, representantes de organizações não governamentais e membros da comunidade, com o objetivo de refletir e discutir estratégias eficazes de combate à violência doméstica.

◦ OBSERVAÇÃO DA META 3: fizemos um podcast com algumas autoridades onde discutimos o tema violência doméstica, está disponível no link abaixo.

<https://www.youtube.com/watch?v=Rc85FCJDDpA>

Metas parcialmente cumpridas (SE HOVER):

- META 1 - Promover a exibição do documentário em pelo menos 3 locais públicos em Indaial, alcançando um público mínimo de 50 pessoas em cada exibição.
- Observações da Meta 1: Exibimos a pré estreia no cinema com 100 pessoas
- Justificativa para o não cumprimento integral: Após a repercussão da estreia do documentário, julgamos ser muito mais assertivos apresentar o projeto para o quadro de funcionários de empresas, fazer ações através das entregas de panfletos, impulsionando nas redes sociais, sendo assim, gastando energia em algo que terá muito mais alcance, além do mais, nosso documentário já está sendo utilizado para palestras através de profissionais que tem na sua pauta o tema. Tendo em vista o valor que gastaríamos para locação dos outros 02 locais de exibição, estudamos

então estas estratégias para maior alcance do público através de outros meios de ação.

Metas não cumpridas (se houver)

- Meta 1
- Justificativa para o não cumprimento:

3. PRODUTOS GERADOS

3.1. A execução do projeto gerou algum produto?

Sim

Não

3.1.1. Quais produtos culturais foram gerados?

Publicação

Livro

Catálogo

Live (transmissão on-line)

Vídeo

Documentário

Filme

Relatório de pesquisa

Produção musical

Jogo

Artesanato

Obras

Espetáculo

Show musical

() Site

() Música

() Outros: _____

3.1.2. Como os produtos desenvolvidos ficaram disponíveis para o público após o fim do projeto?

Através do youtube e toda imprensa que está fazendo material de reportagem em cima do documentário.

3.2. Quais foram os resultados gerados pelo projeto?

Conseguimos ter mais de 28.500 views no trailer do documentário, já são mais de 800 pessoas que assistiram em apenas 2 semanas. Obtivemos relatos de pessoas que vivem ou viveram violência doméstica que esse documentário foi uma luz, uma força que encontraram para enfrentar o problema, além de também poder falar do projeto em entrevista em TV ABERTA (RECORD). Também, umas das pessoas que assistiram o documentário (uma vítima), me procuraram pra falar sobre a criação de um projeto que visa fornecer aulas de luta de forma voluntária apenas para mulheres, como também fui procurado para participar de um projeto com o tema abuso infantil, através do meu documentário.

3.2.1 Pensando nos resultados finais gerados pelo projeto, você considera que ele ...

(X) Desenvolveu processos de criação, de investigação ou de pesquisa.

(X) Desenvolveu estudos, pesquisas e análises sobre o contexto de atuação.

() Colaborou para manter as atividades culturais do coletivo.

() Fortaleceu a identidade cultural do coletivo.

() Promoveu as práticas culturais do coletivo no espaço em que foi desenvolvido.

() Promoveu a formação em linguagens, técnicas e práticas artísticas e culturais.

() Ofereceu programações artísticas e culturais para a comunidade do entorno.

() Atuou na preservação, na proteção e na salvaguarda de bens e manifestações culturais.

4. PÚBLICO ALCANÇADO

Já são mais de 800 pessoas que assistiram ao documentário, sendo mais de 1.300 visualizações no YOUTUBE e 28.500 visualizações no trailer que lançamos. Também obtivemos informações por meio de assistentes sociais que estão utilizando o material, que o mesmo está sendo repassado para grupos reflexivos de homens e mulheres, tendo um maior número de pessoas alcançadas.

5. EQUIPE DO PROJETO

5.1 Quantas pessoas fizeram parte da equipe do projeto?

21 pessoas.

5.2 Houve mudanças na equipe ao longo da execução do projeto?

() Sim (X) Não

5.3 Informe os profissionais que participaram da execução do projeto:

(LISTA ABAIXO)

EDITAL Nº 002/2024 - FOMENTO À EXECUÇÃO DE AÇÕES CULTURAIS - FUNDO MUNICIPAL DE INCENTIVO À CULTURA DE INDAIAL

Nome do profissional/empresa	Função no projeto	CPF/CNPJ	Pessoa negra?	Pessoa indígena?	Pessoa com deficiência?
KEVIN ALLAN STAHNKE	Produtor Audiovisual	079.555.449-43	Não	Não	Não
ELOISE DOS SANTOS	Making of		Não	Não	Não
BIANCA SEIDER	Maquiagem		Não	Não	Não
CEZAR CASTRO	Edição After Effects		Não	Não	Não
ADRIANA MARIA NONES	Atriz	065.552.729-02	Não	Não	Não
ANA CAROLINA MONDINI	Atriz		Não	Não	Não
ROBSON CAETANO	Ator		Não	Não	Não
BRUNO C. N. ARAUJO	Policial	054.879.389-11	Não	Não	Não
RAFAELA DIETRICH	Policial		Não	Não	Não
LEILA MARA DA SILVA	Juiza	614.548.699-68	Não	Não	Não
QUITÉRIA PÉRES	Juiza		Não	Não	Não
ANDRÉ PEREIRA	Advogado		Não	Não	Não
JOELMA MENEGHELLI	Assistente social		Não	Não	Não
LENIR AJARDA	Assistente social		Sim	Não	Não
CLEIDE GESSELE	Assistente social		Não	Não	Não
RICARDO BORTOLI	Assistente social		Não	Não	Não
LEANDRO DE SALES	Psicanalista		Não	Não	Não
GLAYSON LÍBANO	Glayson Libano		Não	Não	Não
GABRIELA BORTOLATO	Gabriela Bortolato	097.086.609-73	Não	Não	Não
JÉSSICA MAIARA KIENEN DE SOUZA	Produção do projeto e assessoria	078.085.099-81	Não	Não	Não
NOVA FILMS PRODUTORA	Produção Audiovisual	28.577.317/0001-04	Não	Não	Não

6. LOCAIS DE REALIZAÇÃO

6.1 De que modo o público acessou a ação ou o produto cultural do projeto?

- 1. Presencial.
- 2. Virtual.
- 3. Híbrido (presencial e virtual).

Caso você tenha marcado os itens 2 ou 3 (virtual e híbrido):

6.2 Quais plataformas virtuais foram usadas?

- Youtube
- Instagram / IGTV
- Facebook
- TikTok
- Google Meet, Zoom etc.
- Outros: _____

6.3 Informe aqui os links dessas plataformas:

<https://www.youtube.com/watch?v=neq6TM1h1w8>

<https://www.youtube.com/watch?v=Rc85FCJDDpA>

<https://www.instagram.com/p/DDAJG5hRORL/>

Caso você tenha marcado os itens 1 e 3 (Presencial e Híbrido):

6.4 De que forma aconteceram as ações e atividades presenciais do projeto?

1. Fixas, sempre no mesmo local.
2. Itinerantes, em diferentes locais.
3. Principalmente em um local base, mas com ações também em outros locais.

6.5 Em que município o projeto aconteceu?

Indaial

6.6 Em que área do município o projeto foi realizado?

Você pode marcar mais de uma opção.

- Zona urbana.
- Zona rural.
- Área de vulnerabilidade social.
- Unidades habitacionais.
- Outros: _____

6.7 Onde o projeto foi realizado?

Você pode marcar mais de uma opção.

- Equipamento cultural público municipal.
- Equipamento cultural público estadual.
- Espaço cultural independente.

- () Escola.
- () Praça.
- () Rua.
- () Parque.
- (X) Outros

7. DIVULGAÇÃO DO PROJETO

Instagram, Youtube, Rádio e agora TV ABERTA.

8. CONTRAPARTIDA

Fizemos apenas 01 sessão que foi realizada no Cine Gracher na Havan Indaial, aonde arrecadamos 100kg de alimentos destinados à Entidade sem Fins Lucrativos. Vale lembrar que após a estreia do projeto, tivemos novas oportunidades e diferentes meios de realização aonde conseguimos um número maior de pessoas com acesso ao conteúdo do documentário. Foram eles, Podcast ao vivo com autoridades que participaram do projeto, entrevista em rádio, apresentação do projeto na Câmara de Vereadores em Indaial, como também uma entrevista na NDTV RECORD que acontecerá no dia 17/12/2024 às 14h20. As demais sessões serão alteradas por outro tipo de ação que alcançará mais pessoas, o que é o intuito do documentário, ganhar alcance pra que mais pessoas possam ter acesso à todas as informações que o tema traz. Por isso, optamos em imprimir 3 mil panfletos com QR CODE que distribuiremos dentro das empresas, juntamente com uma pequena palestra que será feito pela assistente social Joelma.

9. TÓPICOS ADICIONAIS

10. ANEXOS

https://drive.google.com/drive/folders/1z-orjEFo0z18_mWc2pY688gND-L2EokS?usp=sharing

Nome

Assinatura do Agente Cultural Proponente