30 LOOKS

PROJETO CULTURAL

PROJETO APROVADO NA LEI ROUANET

PRONAC 260990

# A CRIANÇA NÃO APENAS LÊ.

# ELA CRIA.

Livros multi-interativos, distribuição gratuita e oficinas culturais para a infância.

| | | |
|---|---|---|
| 200 OFICINAS | 5.000 EXEMPLARES | 4 ESTADOS |

LIVROS 30 LOOKS E 30 ESTILOS E HOBBIES






# UMA EXPERIÊNCIA CULTURAL QUE CABE NAS MÃOS.

Cada criança recebe um livro e participa ativamente da experiência: lê, observa, recorta, colore, escolhe, combina e transforma a página em uma criação própria.

Não é apenas um material entregue. É uma atividade cultural conduzida, uma memória produzida e um objeto que continua com a criança depois da oficina.

LEITURA | ARTE | AUTORIA | MEMÓRIA

**A criança deixa de ser espectadora e se torna coautora da experiência.**

# UM PROJETO GRANDE, COM ENTREGA CONCRETA.

Escala suficiente para gerar impacto territorial, visibilidade e evidências para o patrocinador.

**200**
OFICINAS CULTURAIS

**5.000**
EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS

**LIVRO + OFICINA + DISTRIBUIÇÃO**

Uma combinação de produto cultural, experiência presencial e permanência dentro das famílias e instituições.

**4**
ESTADOS DO SUDESTE

**30**
TEMAS DO COTIDIANO

**4-10**
ANOS - PÚBLICO PRINCIPAL

**2**
LIVROS MULTI-INTERATIVOS

ESCOPO CONFORME PROJETO APROVADO

# DOIS LIVROS. UMA MESMA EXPERIÊNCIA.

Universos diferentes, com o mesmo convite à leitura, à criação e à participação ativa.




**30 LOOKS**

Looks temáticos, roupas, acessórios, poemas e páginas para criar, colorir, recortar e colar.




**30 ESTILOS E HOBBIES**

Esportes, profissões, hábitos, interesses e situações que aproximam a atividade da vida cotidiana.

# COMO A OFICINA ACONTECE.

Uma dinâmica simples de compreender, fácil de executar e rica em participação.

01



## RECEBE

Cada criança recebe seu livro e conhece o tema da atividade.

02




## EXPLORA

A leitura e as imagens apresentam personagens, situações e possibilidades.

03



## RECORTA

Tesoura, lápis e cola transformam a página em ação.

04




## CRIA

A criança escolhe, combina, colore e produz sua própria versão.

05




## LEVA

O resultado e o livro permanecem como memória da experiência.

# O QUE A CRIANÇA EXERCITA ENQUANTO CRIA.

A atividade estimula diferentes habilidades de forma lúdica, concreta e participativa.




### COORDENAÇÃO MOTORA FINA

Recortar, posicionar, colorir e colar exige precisão e controle.

### AUTONOMIA E ESCOLHA

Cada combinação convida a decidir, organizar e assumir autoria.

### IMAGINAÇÃO E EXPRESSÃO

A criança personaliza personagens e cria sentidos para cada tema.

### LEITURA E NARRATIVA

Textos curtos, rimas e temas aproximam leitura e brincadeira.

### CONCENTRAÇÃO

A montagem pede atenção, sequência e permanência na atividade.

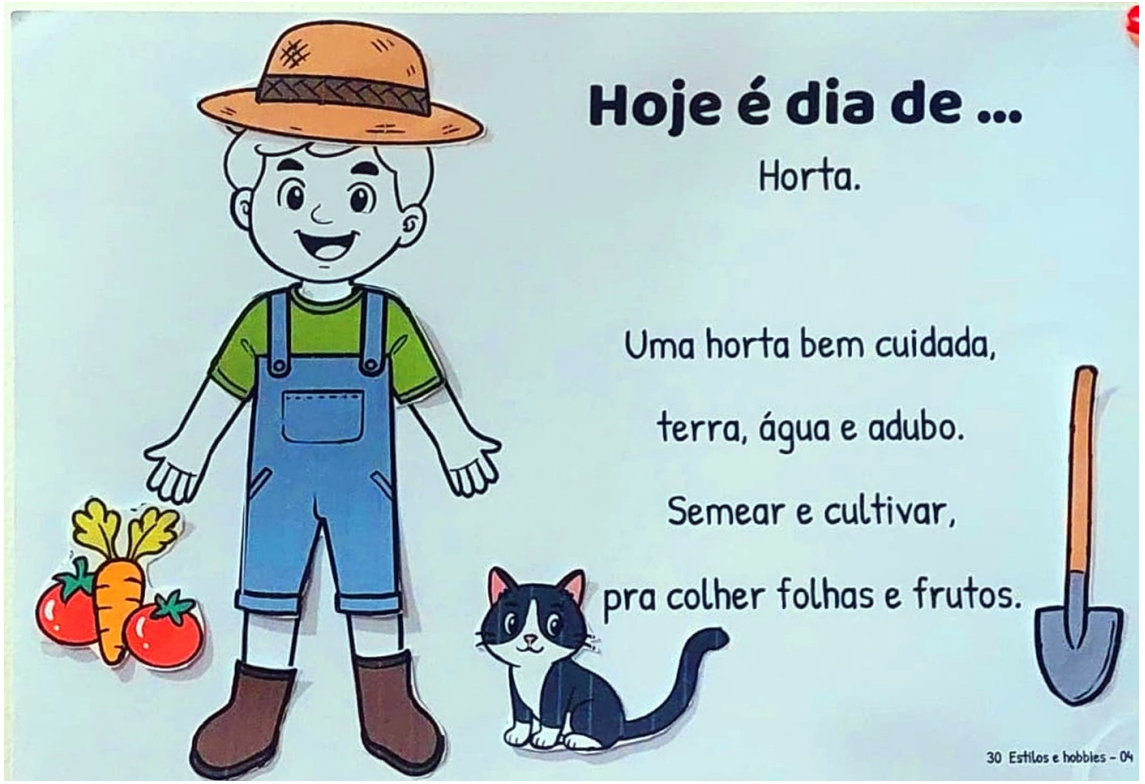
### VÍNCULO E COMPARTILHAMENTO

O resultado pode ser mostrado, contado e compartilhado com a família.

**DESENVOLVIMENTO POR MEIO DA EXPERIÊNCIA CULTURAL**

# 30 TEMAS QUE CONVERSAM COM A VIDA REAL.

O conteúdo parte de situações próximas à infância para ampliar repertório e imaginação.




## TEMAS PRESENTES NO PROJETO

- Cultura brasileira e costumes
- Família e datas afetivas
- Cotidiano e convivência
- Esportes e movimento
- Hobbies e expressão pessoal
- Profissões, natureza e comunidade

A ROUPA É O PONTO DE PARTIDA. A HISTÓRIA É MUITO MAIOR.

# CIRCULAÇÃO PELO SUDESTE.

Quatro estados, 200 oficinas e presença em diferentes ambientes culturais e educativos.

**RJ**
RIO DE JANEIRO

**SP**
SÃO PAULO

**MG**
MINAS GERAIS

**ES**
ESPÍRITO SANTO




**01 ESCOLAS**
públicas e instituições educativas

**02 ESPAÇOS PÚBLICOS**
ações abertas e acessíveis

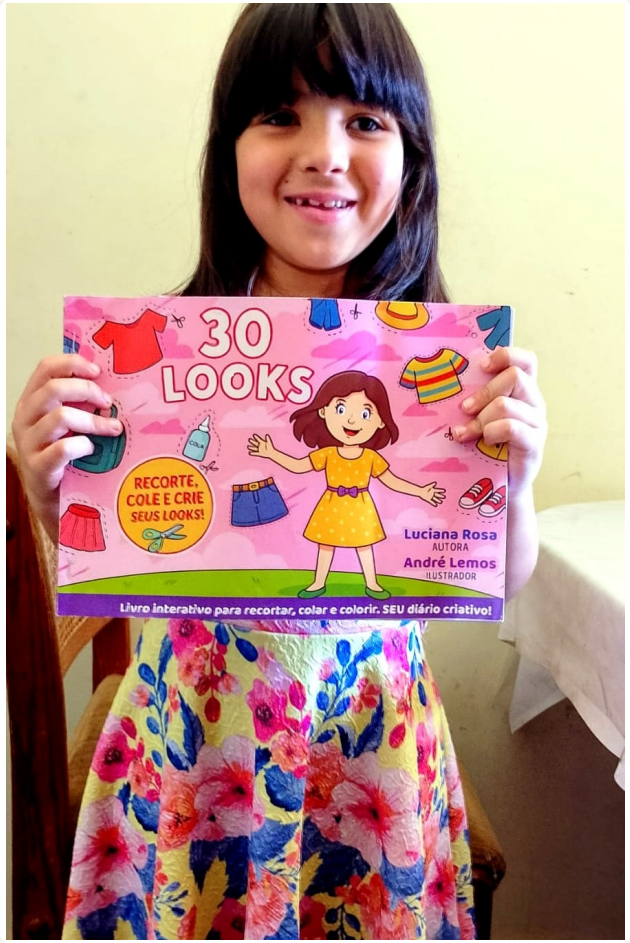
**03 CENTROS CULTURAIS**
programação e formação de público

**04 MUSEUS**
aproximação entre infância e cultura

**LOCAIS DEFINIDOS CONFORME PLANEJAMENTO DE EXECUÇÃO E PARCERIAS LOCAIS**

# ACESSO À CULTURA COM PROTAGONISMO INFANTIL.

A proposta aproxima livros, criação e experiência artística de crianças e famílias.







**DEMOCRATIZAÇÃO** — Distribuição de livros e oficinas em espaços de acesso coletivo.

**PARTICIPAÇÃO** — A criança toma decisões e constrói o próprio resultado.

**REPRESENTAÇÃO** — Meninas e meninos encontram temas, personagens e atividades diversas.

**PERMANÊNCIA** — O livro continua com a criança e amplia a experiência para além da oficina.

**ALINHAMENTO COM ODS** 4 10 11 17

# UMA IDEIA QUE JÁ ENCONTROU SEU PÚBLICO.

Antes da escala incentivada, os livros já demonstraram circulação, interesse e capacidade de mobilização.










***Reprodução***
André Lemos e Luciana Rosa

O livro “30 LOOKS” já se tornou um

**10+**

ESTADOS ALCANÇADOS ORGANICAMENTE

**3**

PAÍSES COM CIRCULAÇÃO DO LIVRO

**LANÇAMENTO EM LIVRARIA**

Evento realizado na Livraria da Travessa, no BarraShopping, com presença de crianças e famílias.

**REPERCUSSÃO EM MÍDIA E REDES SOCIAIS**

Dados de circulação orgânica informados pelo projeto. Fotos: acervo do lançamento e das atividades.

# A MARCA ENTRA NA EXPERIÊNCIA - E CONTINUA DEPOIS DELA.

Simulações visuais para mostrar como o patrocinador pode estar presente nos materiais e nas ações.




## LIVRO E MATERIAIS

Aplicação em peças e materiais previstos, com hierarquia proporcional à cota.




## FOLHAS E OFICINAS

A marca acompanha a experiência presencial e pode permanecer no material levado para casa.




## COMUNICAÇÃO E REGISTRO

Peças digitais, registros fotográficos, conteúdos e associação institucional à iniciativa.

SIMULAÇÕES ILUSTRATIVAS. APLICAÇÕES SUJEITAS AO PLANO APROVADO, AO MANUAL DE MARCAS DO MINC E À VALIDAÇÃO PRÉVIA.

# ANTES, DURANTE E DEPOIS.

A parceria pode gerar comunicação, relacionamento e evidências ao longo de toda a execução.

**ANTES**

Lançamento da parceria, peças institucionais, mobilização de escolas e espaços culturais, comunicação territorial.

**DURANTE**

Presença de marca, vivência com crianças e famílias, registros, conteúdos e relacionamento local.

**DEPOIS**

Banco de imagens, comprovação de entregas, métricas, clipping e relatório de resultados.

**UMA PARCERIA QUE PODE SER CONTADA - E COMPROVADA**



# O QUE O PATROCINADOR RECEBE.

Contrapartidas organizadas para marca, relacionamento, conteúdo e prestação de resultados.

01 **PRESENÇA DE MARCA**
Nos materiais, oficinas e peças correspondentes à cota e ao plano aprovado.

02 **VISIBILIDADE TERRITORIAL**
Associação às ações e instituições atendidas no circuito patrocinado.

03 **CONTEÚDO DIGITAL**
Menções, registros e aplicações na comunicação prevista para o projeto.

04 **RELACIONAMENTO**
Possibilidades de ativação com colaboradores, clientes e comunidades, conforme negociação.

05 **BANCO DE REGISTROS**
Seleção de fotos e vídeos, respeitadas as autorizações de uso aplicáveis.

06 **RELATÓRIO DE RESULTADOS**
Entregas, público, distribuição, alcance, evidências e aplicações de marca.

07 **ASSOCIAÇÃO INSTITUCIONAL**
Vínculo com infância, cultura, leitura, criatividade e acesso.

08 **COMPROVAÇÃO E GOVERNANÇA**
Execução vinculada ao projeto aprovado e às regras da Lei Rouanet.

Contrapartidas finais serão dimensionadas conforme aporte, território, disponibilidade e regras do projeto aprovado. Ações adicionais podem depender de recursos não incentivados e anuência do proponente.

# ENTREGAS QUE VIRAM DADOS.

O patrocinador recebe uma visão objetiva do que foi realizado e do alcance obtido.

## ENTREGAS PREVISTAS

**200** oficinas culturais

**5.000** exemplares distribuídos

**4** estados do Sudeste

EVIDÊNCIAS DE EXECUÇÃO

## INDICADORES ACOMPANHADOS

- **PÚBLICO** — participantes e perfil das ações
- **DISTRIBUIÇÃO** — livros entregues e instituições atendidas
- **TERRITÓRIO** — cidades, espaços e parceiros locais
- **COMUNICAÇÃO** — conteúdos, alcance e engajamento
- **MARCA** — peças, aplicações e entregas realizadas
- **REGISTRO** — fotos, vídeos, clipping e comprovações

RELATÓRIO FINAL: IMPACTO CULTURAL + DISTRIBUIÇÃO + COMUNICAÇÃO + EVIDÊNCIAS DE MARCA

# MODELOS DE PATROCÍNIO.

Uma estrutura de aporte simples de comparar e fácil de levar para aprovação interna.

## COTA MASTER

**R$ 497.640**

**ASSOCIAÇÃO PRINCIPAL AO PROJETO**

Maior presença de marca, integração à comunicação geral, conteúdos e relatório consolidado, conforme plano aprovado.

SUA MARCA AQUI

| | | |
|---|---|---|
| OURO | R$ 200.000 | Presença ampliada e destaque no circuito patrocinado. |
| PRATA | R$ 120.000 | Presença relevante em materiais, ações e comunicação selecionada. |
| BRONZE | A PARTIR DE R$ 30.000 | Apoio institucional com presença proporcional ao aporte. |

Valores e denominações conforme o material atual de captação. Contrapartidas finais devem ser formalizadas de acordo com o aporte e as regras do projeto aprovado.

# QUEM ASSINA A EXPERIÊNCIA.

Autoria, repertório artístico e contato direto com o público infantil.




## LUCIANA ROSA

**AUTORA E CONDUTORA DAS OFICINAS**

Atriz, escritora e ex-modelo, Luciana Rosa é autora dos livros multi-interativos 30 Looks e 30 Estilos e Hobbies. Sua criação une personagens, textos, temas cotidianos e atividades manuais em uma experiência cultural participativa.

A condução das oficinas combina acolhimento, explicação do tema, incentivo à autonomia e acompanhamento do processo criativo de cada criança.

**ILUSTRAÇÕES: ANDRÉ LEMOS - TRAÇO AUTORAL ADAPTADO AO UNIVERSO INFANTIL**

# GOVERNANÇA, EXECUÇÃO E PRESTAÇÃO DE RESULTADOS.

Uma jornada organizada para transformar o aporte em entrega cultural comprovável.

### 01 CAPTAÇÃO

Formalização do patrocínio e alinhamento institucional.

### 02 PRÉ-PRODUÇÃO

Cronograma, equipe, materiais e definição de parceiros locais.

### 03 ARTICULAÇÃO

Contato com escolas, museus, centros culturais e espaços públicos.

### 04 PRODUÇÃO

Impressão dos livros, preparação de kits e logística.

### 05 EXECUÇÃO

Realização das oficinas e distribuição dos exemplares.

### 06 COMUNICAÇÃO

Registros, peças, conteúdos e entregas de marca.

### 07 RELATÓRIO

Consolidação de indicadores, evidências e resultados.

### 08 PRESTAÇÃO DE CONTAS

Comprovação conforme as regras da Lei Rouanet e do MinC.

**PROJETO APROVADO + EXECUÇÃO DOCUMENTADA + MARCA APLICADA COM GOVERNANÇA**

30 LOOKS — PROJETO CULTURAL

# COLOQUE SUA MARCA ONDE A INFÂNCIA CRIA MEMÓRIAS.

Associe sua empresa a uma experiência cultural gratuita, criativa e mensurável.

**LEI ROUANET - PRONAC 260990**

**200 OFICINAS**

**5.000 LIVROS**

**ATÉ 4% DO IR DEVIDO**

Empresas tributadas pelo lucro real podem direcionar parte do imposto a projetos culturais aprovados, observadas as regras aplicáveis.

Informações fiscais devem ser validadas pela área tributária da empresa. Aplicações de marca e contrapartidas estão sujeitas ao projeto aprovado e às regras do MinC.

Imagens: acervo do projeto. Fonte fiscal: Ministério da Cultura.




**CONTATO PARA PATROCÍNIO**

**livro30looks@gmail.com | (21) 98576-8476**

@luciana.prosa | caricaturistaandrelemos.com/30-looks