



UFRJ
UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO

**Universidade Federal do Rio de Janeiro
Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano Regional
Graduação em Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social**

SALVINO OLIVEIRA BARBOSA

Projeto JUV+conectada

Rio de Janeiro
2023

SALVINO OLIVEIRA BARBOSA

Projeto JUV+conectada

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Gestão Pública.

Orientador(a): Maria Walkiria de Faro C. G. Cabral

Rio de Janeiro
2023

CIP - Catalogação na Publicação

B238p Barbosa, Salvino Oliveira
 Projeto JUV+conectada / Salvino Oliveira
Barbosa. -- Rio de Janeiro, 2023.
 33 f.

 Orientadora: Maria Walkiria Cabral .
 Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto
de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional,
Bacharel em Gestão Pública para o Desenvolvimento
Econômico e Social, 2023.

 1. Juventude. 2. Inclusão produtiva. 3.
Tecnologia. 4. Proposta de política pública. I.
Cabral , Maria Walkiria, orient. II. Título.

SALVINO OLIVEIRA BARBOSA


PROJETO JUV+CONECTADA

Proposta de Política Pública: Projeto JUV+conectada


Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Gestão Pública.

Aprovado em: **21/12/2023**

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 MARIA WALKIRIA DE FARO COELHO GUEDES CAI
Data: 10/01/2024 16:03:49-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Maria Walkiria de Faro C. G. Cabral (Orientadora)
IPPUR/UFRJ

Documento assinado digitalmente
 EDUARDO ARMANI ROOKE
Data: 09/01/2024 15:46:43-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Eduardo Armani Rooke (Examinador)
Casa Civil do Estado de São Paulo

RESUMO

Com o avanço do processo de globalização, o ambiente digital tornou-se orientador das relações sociais e de consumo com a adesão majoritária das juventudes por suas apropriações das redes sociais e adesão a conteúdos multimídias. Além de constituir um espaço de democratização do acesso à informação, a internet também repercute um retrato das desigualdades socioeconômicas, especialmente em relação à qualidade da rede, o que pode influenciar diretamente o aproveitamento de oportunidades educacionais e profissionais. Apesar do potencial do cenário digital como instrumento de profissionalização e geração de renda, a generalização da precarização da condição das juventudes cria entraves para a sua percepção da internet enquanto ferramenta de trabalho que emerge a necessidade de construir políticas públicas que articulem a profissionalização dos jovens e condições de desenvolvimento de habilidades digitais. O presente trabalho oferece uma proposta de política pública, prioritariamente, para as juventudes sob vulnerabilidade social no intuito de democratizar o seu acesso a oportunidades de emprego e de crescimento econômico a partir da profissionalização nas atividades econômicas relacionadas à economia criativa.

Palavras-chaves: juventudes; política pública de geração de renda; internet; economia criativa

ABSTRACT

As the globalization process advanced, social and consumption relations became more guided by the digital space dynamics and that way young people use it. Not only internet can be seen as a tool to democratize access to information, but also as a portrait of social and economic inequality when we think of internet quality, fulfillment of educational and labor opportunities. Despite being a powerful tool to develop skills and income generation, this inequality provided by internet quality is a factor that makes it less appealing to poor youngs as a professional space, and that is why it is needed to be well worked by the public sector. This work aims to suggest a policy that have socially vulnerable youngs as the target, helping to democratize and expand labor offers and economic growth by stimulating the creative economy

Keywords: Youth; income policy, internet, creative economy

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Stakeholders.....	15
Tabela 2: Equipe geral do projeto.....	21
Tabela 3: Métrica de desempenho.....	23
Tabela 4: Verificação de desempenho.....	23
Tabela 5: Plano de Ação.....	24
Tabela 6: Cronograma de atividades.....	25
Tabela 7: Previsão orçamentária.....	27
ANEXO I - MATRIZ CURRICULAR	30
ANEXO II - DESCRIÇÃO DA TEMÁTICA DAS OFICINAS	32

SUMÁRIO

1 NOME DO PROJETO.....	11
2 OBJETO DA PROPOSTA.....	11
3 INTRODUÇÃO.....	11
4 DIAGNÓSTICO.....	12
5 JUSTIFICATIVA	13
6 PÚBLICO-ALVO.....	14
6.1 Stakeholders.....	15
7 OBJETIVO GERAL.....	16
8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
9 METODOLOGIA DE INTERVENÇÃO	16
10 DESENVOLVIMENTO E MONITORAMENTO DO PROJETO	19
11 EQUIPE DO PROJETO	20
12 AFERIÇÃO DE PROGRESSO DO PROJETO	22
12.1 Metas e Indicadores	23
12.1 Meios de verificação	23
13 PLANO DE AÇÃO E CRONOGRAMA	24
14 INVESTIMENTO	26
REFERÊNCIAS	28
ANEXOS	30

1. NOME DO PROJETO

JUV+conectada

2. OBJETO DA PROPOSTA

Implementação do projeto “JUV+Conectada”, que tem por objetivo promover a inclusão profissional e emancipação de jovens em situação de vulnerabilidade a partir da acessibilidade a novas ferramentas digitais e artísticas que propiciem a sua inserção no setor de economia criativa.

3. INTRODUÇÃO

O reconhecimento da juventude enquanto grupo social que goza de direitos e especificidades resguardadas pelo Estado é instrumentalizado na criação da Secretaria Nacional de Juventude em 2005, considerada um marco nas discussões acerca das necessidades desta parcela da população. Como resultado, em 2010 a palavra “juventude” foi agregada à Constituição Federal e, posteriormente, traduzida em política pública pela lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, denominada Estatuto da Juventude, qualifica como jovem aqueles indivíduos compreendidos na faixa etária entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade. Como garantias às juventudes, o Estatuto versa sobre garantias de moradia, segurança, educação, saúde e cultura, além de benefícios como o direito à meia-entrada em equipamentos culturais e esportivos, e do direito à gratuidade e desconto no transporte interestadual a jovens com baixa renda.

A fim de ampliar as oportunidades das juventudes e estimular o campo criativo ao garantir as ferramentas necessárias para a sua emancipação, nasce o “JUV+conectada” que prioriza a educação profissional nas áreas de audiovisual e marketing, trazendo alternativas econômicas de replicabilidade na realidade da juventude. Propõe-se, além da democratização de acesso a oportunidades, promover uma qualificação profissional que atenda tanto a demanda do mercado quanto os desejos e perspectivas de futuro das juventudes.

Nesta ótica, o “JUV+conectada” sob a perspectiva da empregabilidade, possui o objetivo de promover a inclusão profissional e emancipação de jovens em situação

de vulnerabilidade através de orientação profissional, oferta de oportunidades de qualificação e inserção no mercado de trabalho. Neste escopo, a iniciativa assume o compromisso de integrar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS 4, 8 e 9 que visam a Educação de qualidade; Trabalho decente e Crescimento Econômico; e Indústria, Inovação e Infraestrutura, respectivamente.

4. DIAGNÓSTICO

Atualmente, o Brasil se depara com um bônus demográfico, contando com mais de 200 milhões de habitantes em seu território, dentre estes considera-se quase 50 milhões de jovens com idades entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos. Embora representem cerca de $\frac{1}{4}$ (um quarto) da população total do país, os jovens enfrentam diferentes barreiras para sua emancipação e inserção no mercado de trabalho, as quais vêm se agravando na última década.

No que diz respeito à inserção profissional, segundo dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV) lançados em 2019, os jovens foram a parcela da população brasileira que mais perdeu renda no trabalho nos últimos anos. A pesquisa aponta que entre 2014 e 2019, jovens de 15 a 29 anos perderam 14,66% da renda proveniente do trabalho, percentual este que se agrava entre os mais pobres, chegando a 2,24%. Dentre os 37 (trinta e sete) países analisados no relatório “Education at a Glance”, elaborado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 2022, o Brasil se encontra em segundo lugar no ranking de proporção de jovens, na faixa etária entre 18 e 24 anos, que não estudam e estão sem trabalho, com cerca de 36% de seus jovens nesta condição.

Concomitantemente, os efeitos da crise agravada pela pandemia da Covid-19, acompanhado de isolamento social, ocasionou no uso das tecnologias de informação residências do país como o principal e, em sua maioria, o único meio de comunicação e de geração de renda da população de todo o país, como retratado pela pesquisa TIC Domicílios 2020 em que 38% dos indivíduos, no Brasil, alegaram fazer o uso da internet como instrumento de trabalho, mas a centralidade do acesso e das atividades da internet são predominantes nas classes sociais mais altas (72%), devidos aos custos e qualidade de acesso a internet no país.

Esses dados refletem a pressão e a dificuldade do início da vida profissional dos jovens e pode ter efeitos em sua carreira para além do curto prazo, uma vez que

restritos a atividades informais e de baixa remuneração, se torna mais difícil acumular experiência profissional a longo prazo, cenário que afeta de maneira ainda mais acentuada a juventude negra e periférica. Este cenário reflete a urgência do letramento e da democratização digital da população, como também a formalização de novas categorias ou formatos de trabalho.

5. JUSTIFICATIVA

Considerando os dados expostos anteriormente em relação a configuração socioeconômica, no que tange a empregabilidade no país, este projeto reforça o seu intuito em implementar e difundir uma gestão comprometida com a emancipação e inclusão produtiva da juventude, amparado pelas seções II e III do Estatuto da Juventude (2013), as quais, respectivamente, abordam de uma forma ampla o trabalho e a educação como uma prioridade pelo direito à profissionalização, ao acesso a diferentes modalidades de educação e à renda, sob condições de equidade, segurança, liberdade e segurança, adequadamente remunerado e com proteção social.

Do mesmo modo, o reconhecimento do jovem como uma projeção do futuro da cidade repercute na orientação de comportamentos e comunicação da população como um todo. Atualmente, o mercado busca indivíduos versáteis e em constante atualização perante as tecnologias de comunicação e informação, requisitos estes que não se adequam a realidade da juventude carioca pertencente às classes sociais mais baixas visto a exclusão digital oriunda dos altos custos dos aparelhos eletrônicos.

Conseqüentemente, a juventude em condição de vulnerabilidade social, prioridade do projeto, sofre com a escassez de oportunidades de iniciativas educativas e profissionais que dialoguem com o seu contexto social e, paralelamente, desenvolvam suas habilidades e competências. A oferta de ferramentas de comunicação e de artes, alinhados à mídia digital, tornam-se atrativas para este grupo social por representar tanto um instrumento de profissionalização quanto um canal de desenvolvimento criativo e de protagonismo.

A partir do advento da globalização propiciada pela internet, as mídias sociais tornaram-se um meio de inclusão social e de ascensão impactando indivíduos e

comunidades dando direito à expressão social em distintos formatos, a partir da experimentação de novas linguagens e do pensamento crítico, o que compatibiliza com a garantia de direitos e da cidadania das juventudes. O levantamento realizado pelo Observatório Nacional da Indústria (ONI), núcleo de inteligência e análise de dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) aponta que a economia criativa gerará cerca de 1 milhão de empregos até 2030, o que elevaria a sua participação do setor no Produto Interno Bruto que já corresponde a cerca de 3,1% (AGÊNCIA BRASIL, 2023).

Considerando o potencial dos jovens e o compromisso em investir na construção deste grupo social surge o projeto “JUV+conectada” que visa democratizar a indústria da tecnologia digital e criativa atendendo a crescente demanda por conhecimentos dos métodos das produções audiovisuais a partir da desmistificação do potencial para desenvolvimento de experimentação de linguagem artística e de veiculação de dispositivos móveis - celulares, considerando seu custo inferior aos demais aparelhos, neste campo de atuação e aprendizado.

Portanto, o “JUV+conectada” vislumbra um campo de fácil acesso a juventude em vulnerabilidade social ao proporcionar uma formação de forma gratuita em um cenário socioeconômico que dispõe de uma diversidade de possibilidades de profissões artísticas e culturais, com vistas a estimular o desenvolvimento economia criativa e do fortalecimento do empreendedorismo.

6. PÚBLICO ALVO

O público-alvo do projeto é formado por jovens dentre a faixa etária de 15 (quinze) a 29 (vinte e nove) anos, prioritariamente:

- Jovens de famílias beneficiárias de programas de transferência de renda;
- Jovens inscritos no Cadastro Único;
- Jovens em cumprimento de medida socioeducativa e egressos;
- Jovens egressos do sistema prisional;
- Jovens inseridos nas plataformas de aplicativos, como entregadores etc.;
- Jovens empreendedores da economia criativa e/ou liberal.

6.1 Stakeholders

O projeto JUV+conectada amplia as suas oportunidades, em todos os níveis, mesmo que indiretamente, ao ciclo social do jovem contemplado e de seu território, visto que esse constituirá um meio de geração de renda a sua família, além de ter a potencialidade de se tornar referência em sua comunidade. Nesta perspectiva, apesar do foco ser os jovens contemplados pelo projeto, busca-se trazer um impacto abrangente no territórios a fim de instituir as juventudes como protagonistas e influências em sua vertente de atuação na economia produtiva, como abaixo:

STAKEHOLDERS	
INTERNO	
Jovem beneficiado	Jovem contemplado no projeto e apto para receber o auxílio-permanência
Equipe contratada do projeto	Coordenação Geral; Coordenação Administrativa; Coordenação territorial
Servidor e terceirizado do Município	Indivíduos contratados para atuar em prol das iniciativas do poder executivo municipal.
EXTERNO	
Jovem não-beneficiado	Jovens não contemplados pelo projeto, sob (ou não) vulnerabilidade social.
Cidadãos cariocas em geral	Sociedade civil, inclusive o círculo social e familiares das juventudes.
Imprensa; Profissionais de comunicação e afins	Jornalistas, atuantes das mídias sociais e veículos de comunicação de massa.
Governo	Órgãos públicos e governamentais de

	distintos entes federativos.
Opinião pública	Influenciadores locais, movimentos sociais e coletivos.

Tabela 1: Stakeholders

7. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do projeto é promover a inclusão profissional e emancipação de jovens cariocas em situação de vulnerabilidade a partir da acessibilidade a novas ferramentas digitais e artísticas, estímulo à criatividade e ao empreendedorismo nas áreas da economia criativa.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Compreende-se como objetivos específicos:

- Promover a inclusão profissional e emancipação da juventude carioca a partir de capacitações na área da economia criativa;
- Estimular o desenvolvimento do potencial criativo e inovador, dispondo de técnicas artísticas e de comunicação;
- Desenvolver habilidades de comunicação e interação social;
- Democratizar as ferramentas digitais e bens e serviços artísticos-culturais a fim de fortalecer a cadeia produtiva do campo de artes e de audiovisual;
- Qualificar a juventude carioca para atuar nos campos de produção, pesquisa e criação do audiovisual e artístico.

9. METODOLOGIA DE INTERVENÇÃO

O projeto “JUV+conectada” visa oferecer oficinas temáticas no campo das mídias sociais e do audiovisual, estimulando e incentivando o campo criativo e o desenvolvimento de capacidades de produção, pesquisa e criação a fim de ampliar as oportunidades no mercado de trabalho voltado às áreas da economia produtiva. Em função da lógica de uma formação continuada, o projeto adotará estratégia de

trilha de aprendizagem a fim de combinar as necessidades do mercado com as individualidades do jovem, priorizando o seu protagonismo, com a seguinte temática:

- **Comunicação audiovisual e Mídias Digitais:** elaboração e produção de materiais audiovisuais, como vídeos e fotografias. Abordagem do mercado e linguagem audiovisual atrelados ao marketing digital.

A Matriz Curricular e a Descrição das temáticas estão dispostas no Anexo I deste documento. Ressalta-se que o mesmo possui caráter sugestivo, podendo ser readequada a realidade do território e a dinâmica da aula do instrutor.

Uma das prioridades do “JUV+conectada” é contribuir para a inserção socioeconômica e democratizar o ramo da economia criativa de jovens em vulnerabilidade social, por isso, busca-se adotar mecanismos de baixo custo e alto benefício a fim de se adequar ao máximo ao cotidiano do público-alvo. Nesta circunstância, o projeto será desenvolvido e aplicado a partir da perspectiva dos smartphones, proporcionando: acessibilidade, baixo orçamento, fácil mobilidade e segurança, agilidade e qualidade. No intuito de introduzir percepções acerca da linguagem audiovisual, o curso deve adotar uma gestão pedagógica que possibilite a articulação entre aulas teóricas dialogadas e práticas expositivas, a fim de priorizar a participação ativa dos jovens participantes e contribuir para seu protagonismo no processo de aprendizado.

As atividades e ações do projeto serão realizadas em núcleos territoriais distribuídos por toda a extensão territorial de municípios brasileiros, contemplando a implementação de 30 (trinta) núcleos. Indica-se a ordenação dos núcleos seguindo a distribuição geográfica das juventudes, além dos seguintes indicadores:

- Território
- Grau de urbanização
- Grau de escolarização
- Domicílios
- População Jovem
- Percentual de Jovens no Território
- Percentual de Jovens no Bairro
- Número de Equipamentos Públicos por Bairro

- Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (IDS)
- Índice de Promoção Social
- Taxa de homicídios
- Abandono Escolar no Ensino Médio
- Acesso à Internet
- Homicídios por Ação Policial
- Índice de Acesso à Cultura
- Homicídios de jovens negros

A mobilização e a seleção dos locais específicos dos núcleos territoriais devem ser realizados em alinhamento entre o poder executivo municipal e a equipe competente contratada para o projeto, dentre espaços de parceiros locais e equipamentos públicos, como:

- CRAS
- CREAS
- Escolas da rede municipal
- Lonas culturais
- Espaços comunitários
- Demais equipamentos de educação, assistência social, cultura, saúde, esporte, lazer, segurança, administração, serviços de utilidade pública e similares

O projeto de ensino da iniciativa deverá ser estruturado em conformidade com as seguintes propostas pedagógicas:

- Promoção da autonomia pedagógica, no que concerne à participativa ativa dos jovens na construção do próprio conhecimento;
- Disponibilização de materiais didáticos, em formato definido pela equipe pedagógica, e bibliografias, assim como aulas complementares, quando disponível e se houver necessidade;
- Para ter direito ao certificado, é necessário ter 75% de presença nas aulas totais de cada módulo. Cada módulo equivale a uma certificação, entregues ao final da trilha de aprendizagem;

- Todo o processo é presencial, mas, poderão haver atividades extraclasse como métrica de aprendizado.

Os procedimentos metodológicos a serem implementados no intuito de facilitar a assimilação dos conteúdos propostos no projeto irão ser baseados em atividades teóricas-práticas, elencadas por:

- Aulas expositivas e dialogadas;
- Exercícios práticos de fixação;
- Análise e discussão de estudos de caso dos assuntos ministrados;
- Reprodução de trabalhos autorais e não autorais em grupo e em individual.

10. DESENVOLVIMENTO E MONITORAMENTO DO PROJETO

Os núcleos territoriais serão estruturados por turmas compostas por no máximo 15 (quinze) jovens, com duração total de 3 meses. A quantidade de turnos e de aulas por semana variam de acordo com a demanda do tópico da oficina e da disponibilidade do território.

De forma a auxiliar no custeio quanto a assinatura de internet e demais eventuais necessidades, os jovens contemplados receberão um auxílio-participação mensal no valor de R\$200,00 (duzentos reais) condicionadas à frequência de 75% total nas aulas. Uma das métricas de desempenho dos jovens participantes será a realização de um “Trabalho de Conclusão de Formação” considerando os conteúdos ministrados em aula. Ressalta-se que as oficinas deverão ser ofertadas em dois turnos para ampliar a democratização de acesso e permanência no projeto, visto que poderão haver um público formado por estudantes e/ou trabalhadores.

O acompanhamento das ações e atividades do projetos será formalizado a partir dos seguintes instrumentos:

- **Folha de frequência:** registro das atividades, contendo: nome do instrutor/oficineiro, jovens presentes e temática ministrada;
- **Folha de ocorrência:** documento de comunicação acerca da suspensão de

oficina, por cancelamento ou remanejamento, e/ou de ocorrências excepcionais durante a sua execução;

- **Relatório de evento:** registro de toda e qualquer ação externa ou interna que propicie a mobilização das juventudes, contendo: nome da ação, descrição da ação, local, data e número de participantes;
- **Relatório mensal de atividades:** o documento deverá ser entregue pelos instrutores/oficineiros, contendo ausências e oficinas suspensas durante o mês, principais conteúdos ministrados e materiais utilizados.

Com o intuito de promover o acompanhamento e a capacitação das juventudes nas temáticas propostas e garantir o alcance dos públicos prioritários, os jovens serão selecionados a partir da avaliação do preenchimento de formulário de inscrição online disponibilizado nas mídias sociais das partes envolvidas e, posteriormente, por análise de documentos comprobatórios pela equipe competente.

11. EQUIPE DO PROJETO

Para garantir a execução das atividades e uma escuta ativa dos jovens durante o período de participação no projeto, constituirá a equipe geral:

EQUIPE GERAL DO PROJETO		
Função	Quantitativo	Competências
COORDENAÇÃO GERAL		
Coordenador(a) geral	1	Coordenar e acompanhar ações do projeto; garantir atingimento das metas dentro do prazo e escopo definido; coordenar a busca ativa e a seleção de bolsistas; visitar núcleos territoriais.
Assessor(a) de coordenação	1	Assistir o coordenador; manter registro das atividades do projeto; organizar e arquivar documentos; controlar os materiais e equipamentos.

Assessor(a) de comunicação	3	Responsável por elaborar e divulgar conteúdos audiovisuais das ações e atividades; assessorar o marketing e publicidade do projeto.
COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA		
Coordenador(a) administrativo	1	Coordenar, organizar e controlar as atividades da área administrativa, definindo normas e procedimentos de atuação para atender as necessidades e objetivos do projeto, fazer aquisições e pagamento.
Assistente administrativo	1	Assistir o coordenador administrativo; organizar e arquivar documentos; controlar os materiais e equipamentos; e auxiliar nas demandas administrativas e financeiras do projeto.
COORDENAÇÃO TERRITORIAL		
Coordenador(a) de núcleo	30	Elaborar e implementar a estratégia de formação junto ao núcleo; acompanhar os processos e agendas de ações com os núcleos territoriais; acompanhar diretamente os profissionais do núcleo; e articular a rede de instituições parceiras.
Assistente de núcleo	30	Assistir ao coordenador de núcleo; apoiar na condução das etapas territoriais e de mobilização necessárias para a elaboração dos relatórios de acompanhamento; e elaborar planilhas de indicadores situacionais das regiões mapeadas, avaliando o impacto do projeto no território.
Agente de mobilização	30	Responsável por captar e auxiliar os potenciais participantes; desenvolver e aplicar ações de monitoramento local; planejar e organizar as ações territoriais.

Instrutor/Oficineiro	120	Responsável por proporcionar aos jovens experiências com as linguagens propostas através da instrução de conceitos básicos e contato com os equipamentos e materiais referentes às temáticas proposta no projeto.
----------------------	-----	---

Tabela 2: Equipe geral do projeto

Ressalta-se que quanto aos oficineiros haverá o quantitativo de 4 (oficineiros) por núcleo territorial, com as seguintes competências temáticas:

- Instrutor de mídias sociais;
- Instrutor de marketing digital;
- Instrutor de produção audiovisual - fotografia.
- Instrutor de produção audiovisual - videografia.

12. AFERIÇÃO DE PROGRESSO DO PROJETO

Espera-se que com a formação dos jovens e, assim, a ampliação de perspectivas de vida em razão do desenvolvimento de novas habilidades e aptidões, sejam alcançados os seguintes resultados:

- Qualificação e orientação profissional e artística dos jovens participantes;
- Ampliação das oportunidades de geração de renda dos jovens participantes;
- Democratização dos bens e serviços audiovisuais, artísticos e digitais;
- Fomento ao mercado da economia criativa;
- Estímulo ao protagonismo juvenil no mercado de trabalho;
- Aumento da presença da juventude na indústria de mídia e entretenimento.

12.1 Metas e indicadores

MÉTRICA DE DESEMPENHO		
META	INDICADOR	PERÍODO
Mínimo de 15 vagas ofertadas por núcleo	Número de vagas ofertadas por núcleo	Trimestral
Mínimo de 30 jovens interessados na formação por edição	Número de jovens inscritos no núcleo territorial	Trimestral
900 jovens participantes bolsistas	Número de jovens participantes nos núcleos territoriais	Trimestral
Conclusão da formação por, no mínimo, 70% dos participantes	Percentual de jovens concluintes, com “Trabalho de Conclusão de Formação”	Trimestral
Mínimo de 70% de avaliações positivas das atividades dos núcleos	Percentual de satisfação com os conteúdos e metodologia das atividades desenvolvidas nos núcleos	Mensal

Tabela 3 - Métrica de desempenho

12.2 Meios de verificação

VERIFICAÇÃO DE DESEMPENHO		
ITEM	INSTRUMENTO	PERIODICIDADE
Controle de frequência dos colaboradores	Folha de ponto sob supervisão da coordenação administrativa ou territorial.	Diária - assinada na entrada e na saída
Controle de frequência dos jovens	Folha de ponto sob supervisão da coordenação territorial	Diária - assinada em cada oficina
Cumprimento mensal da meta de impacto.	Cadastro atualizado e informatizado dos usuários a procura de vagas no projeto - lista de espera	Mensal

Acompanhamento quantitativo	Relatórios de monitoramento e controle do projeto, cujo modelo será confeccionado em consonância com a entidade e a coordenação do projeto, acerca do quantitativo dos jovens frequentadores das atividades, bem como as atividades desenvolvidas e as devolutivas. O relatório será digitado em banco de dados e mensalmente apresentado em reuniões de alinhamento.	Mensal
Avaliação qualitativa	Continua e sistêmica, objetivando acompanhar e avaliar as ações durante todo o processo junto a equipe do projeto e o poder executivo municipal. Esta avaliação será realizada mensalmente, a partir de reuniões sistemáticas, onde serão levantadas e discutidas não só as dificuldades e potenciais dos participantes, como também dos profissionais, considerando a pesquisa de indicadores de qualidade e desempenho para melhor atender a realidade do projeto.	Mensal

Tabela 4: Verificação de desempenho

13. PLANO DE AÇÃO E CRONOGRAMA

PLANO DE AÇÃO			
Eixos	Ação	Responsável	Situação
Definição dos territórios e espaços	Mapeamento de territórios para implementação do projeto	Poder executivo municipal Equipe do projeto	Não Iniciada
	Seleção dos espaços de implementação dos núcleos	Poder executivo municipal Equipe do projeto	Não Iniciada
Divulgação de Inscrições	Construção de Formulário de Inscrição	Poder executivo municipal	Não Iniciada
	Edital	Poder executivo municipal	Não Iniciada
	Divulgação em Redes Sociais	Poder executivo municipal Equipe do projeto	Não Iniciada
	Divulgação nos Territórios	Poder executivo municipal Equipe do projeto	Não Iniciada
Seleção dos Jovens	Pré-Seleção (Formulário)	Poder executivo municipal	Não Iniciada
	Análise de documentos	Poder executivo municipal	Não Iniciada

		Equipe do projeto	
Formação	Construção da Ementa	Poder executivo municipal Equipe do projeto	Não Iniciada
	Execução de Atividades	Equipe do projeto	Não Iniciada
	Controle de Frequência	Equipe do projeto	Não Iniciada
Monitoramento e Controle	Monitorar as atividades, metas e indicadores do projeto	Equipe do projeto	Não Iniciada
Avaliação final	Relatórios de Atividades	Equipe do projeto	Não Iniciada
	Análise de Formulário Avaliativo	Poder executivo municipal	Não Iniciada
Bolsa de estudos	Análise da produtividade	JUV-RIO	Não Iniciada
	Entrevista	JUV-RIO	Não Iniciada

Tabela 5: Plano de Ação

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE												
ATIVIDADE	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Captação e Parcerias												
Contratação da equipe												
Treinamento institucional da equipe												
Elaboração da proposta pedagógica da formação												
Divulgação do projeto												
Seleção dos jovens bolsistas												
Divulgação dos jovens contemplados												
Formação												
Avaliação intermediária												
Execução dos trabalhos de conclusão das trilhas												
Avaliação final												

Tabela 6: Cronograma de atividades

14. INVESTIMENTO

Para a implementação do projeto “JUV+conectada”, visto a sua inserção em equipamentos de posse do poder executivo municipal e/ou de parcerias, lideranças ou instituições locais não haverá custos quanto a alocação de espaço, os custos serão divididos nas seguintes categorias:

a. Custos com o pessoal

Conforme a composição da equipe (Tabela 1), e considerando as bases salariais existentes no mercado, o custo com o pessoal é estimado em R\$ 3.447.960,00

b. Custos com alimentação

Conforme explicitado, haverá a priorização de jovens sob vulnerabilidade social, visto isso, os núcleos disponibilizarão café, água, suco e biscoito para os jovens contemplados nas oficinas. Estima-se o custo mensal de R\$ 1.000,00.

c. Custo de manutenção do espaço

Apesar da implementação dos núcleos ser em locais comunitários e/ou de domínio público, entende-se que pode haver eventuais necessidades de reparos e demais necessidades. Estima-se o custo mensal de R\$ 1.000,00

d. Custos com aquisição de materiais

Quanto a materiais, entende-se materiais de escritórios, insumos para oficinas e materiais de comunicação (gráfica, impressão etc.). Estima-se o custo total de R\$ 60.000,00

PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA				
	VALOR UNITÁRIO	QUANTITATIVO (pessoas)	MESES	TOTAL
Despesas com contratação de pessoal				
Coordenador Geral	R\$ 6.440,00	1	12	R\$ 77.280,00
Assessor(a) de Coordenação	R\$ 3.540,00	1	12	R\$ 42.480,00
Assessor(a) de Comunicação	R\$ 2.600,00	1	12	R\$ 31.200,00
Coordenador(a) administrativo	R\$ 4.900,00	1	12	R\$ 58.800,00
Assistente administrativo	R\$ 3.060,00	1	12	R\$ 36.720,00
Coordenador(a) de núcleo	R\$ 3.600,00	30	12	R\$ 1.296.000,00
Assistente de núcleo	R\$ 2.100,00	30	12	R\$ 756.000,00
Agente de mobilização	R\$ 1.429,00	30	12	R\$ 514.440,00
Instrutor Oficineiro - pagamento por oficina realizada	R\$ 1.764,00	120	3	R\$ 635.040,00
Subtotal				R\$ 3.447.960,00
Material de consumo				
Materiais de comunicação	R\$ 6.000,00	n/a	4	R\$ 24.000,00
Insumos para oficinas	R\$ 5.000,00	n/a	4	R\$ 20.000,00
Serviços de impressão	R\$ 4.000,00	n/a	4	R\$ 16.000,00
Subtotal				R\$ 60.000,00
Oficinas				
Alimentação	R\$ 1.000,00	30	12	R\$ 360.000,00
Manutenção de espaço	R\$ 1.000,00	30	12	R\$ 360.000,00
Material pedagógico	R\$ 6.000,00	n/a	12	R\$ 72.000,00
Smartphone	R\$ 750,00	450	1	R\$ 345.000,00
Subtotal				R\$ 1.137.000,00
Auxílio-participação				
Auxílio permanência	R\$ 200,00	900	3	R\$ 540.000,00
Subtotal				R\$ 540.000,00
Total				R\$ 5.184.960,00

Tabela 7: Previsão orçamentária

Notas explicativas

- Os valores apresentados quanto às despesas com pessoal referem-se ao valor bruto;

- Os cálculos referente ao auxílio permanência consideram a realização de atividades em dois turnos - manhã e tarde;
- O quantitativo de smartphone refere-se a uma turma de 15 (quinze) alunos, visto que os alunos irão compartilhar os aparelhos entre os turnos

REFERÊNCIAS

_____. Lei 12.852 de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm Acesso em 22 nov. 2023.

TIC DOMICÍLIOS 2020. **Principais resultados**. 26 de maio de 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211124201233/tic_domicilios_2020_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 22 nov. 2023.

NERI, M. C. **Juventude e Trabalho**: Qual foi o Impacto da Crise na Renda dos Jovens? E nos Nem-Nem?. Rio de Janeiro, RJ–Novembro/2019-FGV Social–28 páginas. Disponível em: https://www.cps.fgv.br/cps/bd/docs/Pesquisa-Jovens_Crise_Trabalho_NemNem_Marcelo-Neri-FGV-Social.pdf . Acesso em: 22 nov. 2023.

Indicators, O. E. C. D. **Education at a Glance** 2022. Disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2022_3197152b-en. Acesso em: 30 nov. de 2023.

BRASIL. Lei 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude -SINAJUVE. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm. Acesso em: 30 nov. de 2023.

GANDRA, Alana. Economia criativa vai gerar 1 milhão de empregos até 2030: Estudo da CNI aponta concentração de vagas no Sul e Sudeste. **Agência Brasil**.

Rio de Janeiro, 1 set. 2023. Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-09/economia-criativa-vai-gerar-mais-1-milhao-de-empregos-ate-2030#:~:text=A%20economia%20criativa%20em%20prega%20hoje,o%204%C2%BA%20trimestre%20de%202022>. Acesso em: 30 nov. 2023.

ANEXOS

ANEXO I - MATRIZ CURRICULAR

Comunicação audiovisual e Mídias Digitais			
Modalidade: Presencial			
Área: Economia criativa Indústria de Mídia			
Módulo	Componente Curricular		Horas
Tecnologia no seu bolso: o audiovisual pelo smartphone	1.	Fundamentos da produção audiovisual	4
	2.	Roteiros e Narrativas Audiovisuais	4
	3.	Segmentos e referências audiovisuais	4
	4.	Recursos, ferramentas e atalhos do smartphone	4
	5.	Segurança e organização digital	4
	6.	Ferramentas e configuração da câmera	4
	7.	Movimentos de câmera e estabilização	4
	8.	Noções de atuação para a câmera	4
	CARGA HORÁRIA DO MÓDULO I		
Seu celular, sua câmera	1.	Conceitos Básicos de Fotografia	4
	2.	Formato de tela e ângulos	4
	3.	Linguagem cinematográfica	4
	4.	Propriedades e técnicas de iluminação	4
	5.	Uso do HDR e do Zoom Digital	4
	6.	Qualidade e Resolução de Imagem	4
	7.	Fotografando Pessoas	4
	8.	Fotografando Objetos	4
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO II			32
	1.	Princípios básicos de edição	4

Foto Mobile: tratamento e edição pelo celular	2.	Ferramentas de edição do smartphone	4
	3.	Edição e uso de aplicativos I	4
	4.	Edição e uso de aplicativos II	4
	5.	Fundos e colagens	4
	6.	Design de fotos: Uso do Canva	4
	7.	Uso de filtros e efeitos	4
	8.	Pensando no feed - Práticas nas redes sociais.	4
	CARGA HORÁRIA DO MÓDULO III		32
Luz, celular e ação! - gravação de vídeos pelo smartphone	1.	Propriedades do vídeo	4
	2.	Equipamentos e acessórios de gravação	4
	3.	Elaboração de roteiro	4
	4.	Ambiente de gravação	4
	5.	Aplicativos de gravação de vídeos	4
	6.	De olho nas tendências: gravação de reels e Tik Tok	4
	7.	Youtube: criação de canal e transmissão de live	4
	8.	Renderização e exportação de vídeos	4
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO IV		32	
Vídeo Mobile: tratamento e edição	1.	Edição de vídeos na prática	4
	2.	Ferramentas de produção criativa	4
	3.	Editar vídeos em aplicativos para smartphone I	4
	4.	Editar vídeos em aplicativos para smartphone II	4
	5.	Técnicas e edição de velocidade e movimento	4
	6.	Design de vídeos: Uso do Canva	4
	7.	Publicação e edição de vídeos	4

		para as redes sociais.	
	8.	Responsabilidade ética e social na produção de conteúdo	4
	CARGA HORÁRIA DO MÓDULO V		32
Influência digital: Marketing e Mídias sociais	1.	O Social Media Marketing	4
	2.	Processo de Criação de Persona	4
	3.	Fundamentos do Marketing	4
	4.	Publicidade e Propaganda - Social Ads I	4
	5.	Publicidade e Propaganda - Social Ads II	4
	6.	Estética digital	4
	7.	Produção de conteúdo digital I	4
	8.	Produção de conteúdo digital II	4
	9.	Monetização digital	4
	10.	Mercado digital	4
	11.	Plataformas digitais e rentabilidade	4
	12.	Análise e monitoramento digital	4
		CARGA HORÁRIA DO MÓDULO VI	

ANEXO 2 - DESCRIÇÃO DA TEMÁTICA DAS OFICINAS

COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E MÍDIAS DIGITAIS	
Tecnologia no seu	Fundamentos da produção audiovisual
	Conteúdo: Conceito de produção audiovisual e afins. Elementos da linguagem audiovisual: Ideia, roteiro, pré-produção, produção, edição e pós-produção.
	Roteiros e Narrativas Audiovisuais
	Conteúdo: Tipos e formatos de narrativas audiovisuais. Análise de materiais: filmes, séries, webséries, fotografias, documentários etc. produzidos com o celular.
	Segmentos e referências audiovisuais

bolso: o audiovisual pelo smartphone	Conteúdo: Mercado audiovisual; Campos de atuação; Tendências e Oportunidades Referências profissionais - carreiras promissoras.
	Recursos, ferramentas e atalhos do smartphone
	Conteúdo: Identificação de novos usos do celular para produção de conteúdo audiovisual. Funcionalidades e potencialidade do aparelho celular.
	Segurança e organização digital
	Conteúdo: Conceitos e ferramentas de segurança digital. Backup, espaço memória, armazenamento, download e organização de arquivos (dropbox, google drive, nuvem etc.)
	Ferramentas e configuração da câmera
	Conteúdo: Ajustes manuais. Atalhos. Nomenclatura Símbolos Siglas
	Movimentos de câmera e estabilização
	Conteúdo: Equipamento e acessórios. Manuseio da câmera. Eixo de câmera.
	Noções de atuação para a câmera
Seu celular, sua câmera	Conceitos Básicos de Fotografia
	Conteúdo: História da fotografia. Tipos e formatos de fotografia. Mercado e Profissões. Exportação e compartilhamento. Biblioteca compartilhada.
	Formato de tela e ângulos
	Conteúdo: Composição fotográfica. Enquadramento. Altura e angulação. Regra dos Três Terços.
	Linguagem cinematográfica
	Conteúdo: Câmera objetiva e subjetiva. Câmera frontal e traseira - Seus usos e produções. Glossário do cinematográfico.
	Propriedades e técnicas de iluminação
	Conteúdo: Compreensão da Luz. As luzes para a fotografia (luz de janela, contraluz, golden hour etc). Luz dura e luz difusa. Exposição. ISO. Uso do Flash
	Uso do HDR e do Zoom Digital

	<p>Conteúdo: O que é, como usar e quando usar o HDR e o Zoom Digital. Foco. Profundidade de campo.</p>
	Qualidade e Resolução de Imagem
	<p>Conteúdo: Tipos de formatos, de arquivo e de extensões. Ferramentas para melhorar a qualidade. Banco de imagens. Receber e enviar imagens mantendo a qualidade e resolução.</p>
	Fotografando Pessoas
	<p>Conteúdo: Vertical x Horizontal. Enquadrando pessoas. Iluminação - natural e artificial. Retrato para perfil.</p>
	Fotografando Objetos
	<p>Conteúdo: Técnicas de fotografia de objetos translúcidos, reflexivos e opacos. Esquema de luzes. Técnicas de apresentação de produtos e serviços, como packshot e composição da imagem.</p>
Foto Mobile: tratamento e edição pelo celular	Princípios básicos de edição
	<p>Conteúdo: Escolha do editor. Organização do material. Decupagem. Formatos.</p>
	Ferramentas de edição do smartphone
	<p>Conteúdo: Contraste. Cor. Brilho. Nitidez. Cortes e proporção. Enquadramento</p>
	Edição e uso de aplicativos I
	<p>Conteúdo: Propriedade e ferramentas de aplicativos de edição: APP Snapseed. Lightroom. Photoshop.</p>
	Edição e uso de aplicativos II
	<p>Conteúdo: Propriedade e ferramentas de aplicativos de edição: o RNI Films. VSCO. Facetune. YouCam Makeup. Lens Distortion (LD).</p>
	Fundos e colagens
	<p>Conteúdo: Desfocando o fundo. Fundo infinito. Remoção do fundo. Criação de colagens. Criação de polaroids.</p>
	Design de fotos: Uso do Canva
	<p>Conteúdo: Layout. Textos. Animações. Propriedades e Ferramentas do Canva.</p>
	Uso de filtros e efeitos
<p>Conteúdo: Aplicação de filtros. Aplicação de efeitos fotográficos. Stop Motion. Customização.</p>	

	Pensando no feed - Práticas nas redes sociais.
	Conteúdo: Fotografias no formato das redes sociais. Flatlay. Painel inspiracional de feed.
Luz, celular e ação! - gravação de vídeos pelo smartphone	Propriedades do vídeo
	Conteúdo: Formatos. Resolução. Frame Rate. ISO (Iluminação). Plataforma de Upload. Movimentos etc.
	Equipamentos e acessórios de gravação
	Conteúdo: Utilidade de equipamentos e acessórios - os mais usados. Como fazer equipamentos e acessórios gastando pouco, exemplo: teleprompter e tripé de pvc. Aplicativo Simple Teleprompter.
	Elaboração de roteiro
	Conteúdo: Tipos de Roteiro. Redação. Pauta. Storyline. Narrativas
	Ambiente de gravação
	Conteúdo: Improvisação de cenário. Iluminação. Captação e controle de áudio. Chroma Key (O que é, como fazer).
	Aplicativos de gravação de vídeos
	Conteúdo: Uso e Propriedades dos aplicativos: Cinema FV-5 e Open Câmera.
	De olho nas tendências: gravação de reels e Tik Tok
	Conteúdo: Apresentação das plataformas. Gravação no estilo reels e tik tok. Publicação.
	Youtube: criação de canal e transmissão de live
	Conteúdo: Criação e configuração do canal. Diferença entre Vídeo Público, Privado, Não Listado e Programado. Título, Descrição e Tags. Produção, conteúdo e gravação de live (ao vivo).
Renderização e exportação de vídeos	
Conteúdo: Definição e para o que serve. Compactação. Formato. Programas de vídeo: Sony Vegas e Adobe Premiere.	
	Edição de vídeos na prática
	Conteúdo: Importação. Cortes.Gravação/Inserção de locução. Decupagem. Volume Inteligente etc.
	Ferramentas de produção criativa

Vídeo Mobile: tratamento e edição	Conteúdo: Inserir texto e legenda. Inserir trilha sonora - Técnica fade in e fade out. Rotação. Transição. Efeitos
	Editar vídeos em aplicativos para smartphone I
	Conteúdo: Propriedade e ferramentas de aplicativos de edição - Kinemaster, Powerdirector e Adobe Premiere Cli.
	Editar vídeos em aplicativos para smartphone II
	Conteúdo: Propriedade e ferramentas de aplicativos de edição- CapCut, Inshot, YouCut e Filmora Go.
	Técnicas e edição de velocidade e movimento
	Conteúdo: Tracking Motion. Stop Motion. Edição de velocidade. Movimentos da Câmera.
	Design de vídeos: Uso do Canva
	Conteúdo: Layout. Textos. Animações. Propriedades e Ferramentas do Canva.
	Publicação e edição de vídeos para as redes sociais
	Conteúdo: Formatos, pixels e FPS. Codepcs e compressão. Alterar formato do projeto/vídeo. Edição Publicação de vídeo para stories, feed, youtube, reels e IGTV.
	Responsabilidade ética e social na produção de conteúdo
	Conteúdo: Legislação pertinentes ao audiovisual e meio digital. Direitos autorais. Plágio.
Influência digital:	O Social Media Marketing
	Conteúdo: Conceito e tipos de mídias sociais. Gerência de mídias sociais: função, responsabilidades, soft e hard skills. Conceitos de Crossmedia e Transmídia. Conceito e tipos de redes sociais.
	Processo de Criação de Persona
	Conteúdo: Persona: o que é, como criar e por que criar. Análise do público-alvo. Mapa de empatia para conhecer o cliente.
	Fundamentos do Marketing
	Conteúdo: Conceitos do Marketing - SEO e SEM. KPI e ROI. Marketing de Influência. Marketing em tempo real (Live). Inbound Marketing. Marketing de Conteúdo. Fluxo de Nutrição. E-mail Marketing. Inside Sales. Gamificação. Growth Hacking. SaaS - Software As a Service.
Publicidade e Propaganda - Social Ads I	

Marketing e Mídias sociais	Conteúdo: Glossário do Instagram ads e Facebook ads. Gerenciamento de conta - visão geral. Criação e gerenciamento de campanhas. Planejamento e segmentação de mídia
	Publicidade e Propaganda - Social Ads II
	Conteúdo: Glossário do Google ads e YouTube ads. Gerenciamento de conta - visão geral. Criação e gerenciamento de campanhas. Planejamento e segmentação de mídia
	Estética digital
	Conteúdo: Branding. Posicionamento de marca. Identidade visual. Nicho. Uso do Canva
	Produção de conteúdo digital I
	Conteúdo: Tipos de conteúdo e fonte de conteúdo. Planejamento e Organização de Conteúdo - programação de postagens e calendário. Ferramentas e aplicativos de controle.
	Produção de conteúdo digital II
	Conteúdo: Copywriting. Copy Flow. Headline e Lead. Scripts e blocos de persuasão. Estratégias editoriais.
	Monetização digital
	Conteúdo: Funil de Vendas. Marketing de Afiliados.
	Mercado digital
	Conteúdo: E-commerce e M-commerce. Marketplace (Marketing de Parceria).
	Plataformas digitais e rentabilidade
	Conteúdo: Afiliação. Plataformas rentáveis - Eduzz, Udemy, Hotmart, Monetizze.
Análise e monitoramento digital	
Conteúdo: Análise de tráfego orgânico e tráfego pago. Algoritmo. Google Analytics. KPIs e Metas de trabalho	