

QUADRILHA



JUNINA O ANO TODO

CIRCULAÇÃO NACIONAL DE UMA MANIFESTAÇÃO CULTURAL DO BRASIL

2027

UM NOVO ESPETÁCULO.
NOVOS TERRITÓRIOS.
UMA NOVA HISTÓRIA PARA CONTAR.





UMA EXPERIÊNCIA CULTURAL EM CIRCULAÇÃO PELO BRASIL.

EM 2027, A JUNINA MOLEKA 100 VERGONHA COLOCA UM NOVO ESPETÁCULO NA ESTRADA, CONECTANDO DIFERENTES CIDADES POR MEIO DA DANÇA, DA MÚSICA, DA CULTURA POPULAR E DE EXPERIÊNCIAS QUE APROXIMAM ARTISTAS E PÚBLICO.

UMA CIRCULAÇÃO QUE COMBINA:

ESPETÁCULO
CIRCULAÇÃO
FORMAÇÃO
EXPERIÊNCIA

UM NOVO TRABALHO ARTÍSTICO APRESENTADO EM DIFERENTES CIDADES.

20 APRESENTAÇÕES EM 9 CIDADES BRASILEIRAS.

AÇÕES FORMATIVAS EM 3 CIDADES.

ATIVAÇÕES, CONTEÚDOS E ENCONTROS QUE AMPLIAM A RELAÇÃO COM O PÚBLICO.





ONDE ACONTECE

9 CIDADES. UMA CIRCULAÇÃO NACIONAL.

- BRASÍLIA
- CAMPINA GRANDE
- CARUARU
- JOÃO PESSOA
- MOSSORÓ
- PILAR
- RECIFE
- SÃO PAULO
- TAPEROÁ





O PROJETO EM NÚMEROS

UMA CIRCULAÇÃO FEITA PARA ALCANÇAR GENTE.

9

CIDADES

20

APRESENTAÇÕES

+100MIL

PESSOAS

+400

PROFISSIONAIS
ENVOLVIDOS

3

CIDADES COM
AÇÕES DE FORMAÇÃO

+20 MILHÕES[~]

DE ALCANCE DIGITAL PROJETADO



QUEM ESTÁ POR TRÁS

26 ANOS DE HISTÓRIA. UMA MARCA CULTURAL CONSOLIDADA.

DESDE 2000, A JUNINA MOLEKA 100 VERGONHA TRANSFORMA TRADIÇÃO EM ESPETÁCULO, FORMANDO ARTISTAS, MOBILIZANDO PROFISSIONAIS E LEVANDO A CULTURA JUNINA A DIFERENTES PÚBLICOS.

+52 MIL
INSTAGRAM

+23 MIL
TIKTOK

+18 MIL
FACEBOOK

+11 MIL
YOUTUBE

+104 MIL
SEGUIDORES
NAS REDES SOCIAIS

+9 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES

26 ANOS DE TRAJETÓRIA

EXPERIÊNCIA ARTÍSTICA. PRODUÇÃO CULTURAL. CAPACIDADE DE MOBILIZAÇÃO.



EXPERIÊNCIA QUE GERA ENTREGA

UMA TRAJETÓRIA FEITA DE
GRANDES PROJETOS.





IMPACTO CULTURAL

CULTURA QUE CIRCULA. O PROJETO AMPLIA O ACESSO À CULTURA POPULAR E LEVA A LINGUAGEM DA QUADRILHA JUNINA PARA DIFERENTES PÚBLICOS E CIDADES.

PRESERVAÇÃO

VALORIZAÇÃO DE SABERES,
EXPRESSÕES E TRADIÇÕES POPULARES.

CIRCULAÇÃO

UM ESPETÁCULO QUE VIAJA
E ENCONTRA NOVOS PÚBLICOS.

CULTURA NÃO É APENAS O QUE
ACONTECE NO PALCO. É O QUE
CONTINUA DEPOIS DELE.

CRIAÇÃO

UMA NOVA PRODUÇÃO ARTÍSTICA
CONSTRUÍDA A PARTIR DA
LINGUAGEM DA MOLEKA.

VALORIZAÇÃO

RECONHECIMENTO DA CULTURA
JUNINA COMO EXPRESSÃO
ARTÍSTICA E CULTURAL.





IMPACTO SOCIAL

PESSOAS NO CENTRO DO PROJETO. A CIRCULAÇÃO TAMBÉM CRIA ESPAÇOS DE ENCONTRO, APRENDIZADO E PARTICIPAÇÃO.

+400

PROFISSIONAIS
ENVOLVIDOS

3

CIDADES COM AÇÕES
DE FORMAÇÃO

ACESSO

APRESENTAÇÕES GRATUITAS
E ABERTAS AO PÚBLICO.

PARTICIPAÇÃO

ENCONTRO ENTRE PROJETO,
COMUNIDADE E PÚBLICO.

+100 MIL

PESSOAS PROJETADAS

FORMAÇÃO

COMPARTILHAMENTO DE
CONHECIMENTOS E DESENVOLVIMENTO
DE HABILIDADES.

OPORTUNIDADES

PARTICIPAÇÃO DE ARTISTAS,
TÉCNICOS, PRODUTORES
E PROFISSIONAIS DA CULTURA.





FORMAÇÃO

FORMAÇÃO QUE DEIXA LEGADO. ALÉM DAS APRESENTAÇÕES, O PROJETO CONTARÁ COM AÇÕES DE FORMAÇÃO EM 3 CIDADES, AMPLIANDO A EXPERIÊNCIA PARA ALÉM DO PALCO.

3 CIDADES

AÇÕES FORMATIVAS REALIZADAS DURANTE A CIRCULAÇÃO.

TROCA

ENCONTRO ENTRE PROFISSIONAIS, ESTUDANTES, ARTISTAS E COMUNIDADE.

CONHECIMENTO

COMPARTILHAMENTO DE PRÁTICAS E EXPERIÊNCIAS LIGADAS À PRODUÇÃO CULTURAL.

LEGADO

CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS QUE PERMANECEM DEPOIS DA PASSAGEM DO ESPETÁCULO.

ESPETÁCULO + FORMAÇÃO + CIRCULAÇÃO

UM PROJETO QUE APRESENTA, COMPARTILHA E CRIA OPORTUNIDADES.





IMPACTO ECONÔMICO

UM PROJETO QUE MOVIMENTA UMA CADEIA INTEIRA. UMA CIRCULAÇÃO CULTURAL MOBILIZA MUITO MAIS DO QUE QUEM ESTÁ NO PALCO.

+400 PROFISSIONAIS

ARTISTAS

TÉCNICOS

PRODUTORES

FORNECEDORES

SERVIÇOS

COMUNICAÇÃO

ECONOMIA CRIATIVA

COMÉRCIO LOCAL

CADA CIDADE RECEBE NÃO APENAS UM ESPETÁCULO, MAS UMA CADEIA DE PROFISSIONAIS, SERVIÇOS E EXPERIÊNCIAS. CULTURA TAMBÉM MOVIMENTA ECONOMIA.





SUA MARCA NÃO APENAS APARECE.

ELA FAZ PARTE DA EXPERIÊNCIA.

| PRESENÇA

**A MARCA ACOMPANHA DIFERENTES
MOMENTOS DA JORNADA DO PROJETO.**

| CONEXÃO

**CONTATO COM PÚBLICOS, CIDADES E
COMUNIDADES.**

| CONTEÚDO

**HISTÓRIAS E EXPERIÊNCIAS QUE CONTINUAM
NO DIGITAL.**

| RELACIONAMENTO

**POSSIBILIDADES DE INTERAÇÃO COM
CLIENTES, PARCEIROS E COLABORADORES.**

| EXPERIÊNCIA

**ATIVAÇÕES E AÇÕES DESENVOLVIDAS EM
CONEXÃO COM A PROPOSTA DA MARCA.**

| PROPÓSITO

**ASSOCIAÇÃO COM CULTURA, FORMAÇÃO,
OPORTUNIDADES E ECONOMIA CRIATIVA.**





A MARCA PRESENTE ANTES, AO REDOR E DEPOIS DO ESPETÁCULO.

I NA CAMPANHA

PRESENÇA NA DIVULGAÇÃO OFICIAL DA CIRCULAÇÃO.

I NAS CIDADES

ASSOCIAÇÃO ÀS CIDADES QUE RECEBEM O PROJETO.

I NA EXPERIÊNCIA

ATIVACÕES E AÇÕES DE RELACIONAMENTO NO ENTORNO DAS APRESENTAÇÕES.

I NO DIGITAL

CONTEÚDOS, REDES SOCIAIS E REGISTROS DA CIRCULAÇÃO.

I NOS BASTIDORES

CONTEÚDOS QUE APROXIMAM O PÚBLICO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO E REALIZAÇÃO.

I NO IMPACTO

ASSOCIAÇÃO AOS RESULTADOS CULTURAIS, SOCIAIS, FORMATIVOS E ECONÔMICOS.

APRESENTAÇÕES GRATUITAS E ABERTAS AO PÚBLICO.





A MARCA QUE CHEGA JUNTO, CHEGA ANTES.

UMA CAMPANHA QUE COMEÇA ANTES DO ESPETÁCULO. A CIRCULAÇÃO TERÁ UMA CAMPANHA PRÓPRIA DE COMUNICAÇÃO, CRIANDO DIFERENTES MOMENTOS DE CONTATO ENTRE O PROJETO, O PÚBLICO E AS MARCAS PARCEIRAS.

| LANÇAMENTO

APRESENTAÇÃO OFICIAL DO PROJETO E INÍCIO DA COMUNICAÇÃO.

| CAMPANHA

CONTEÚDOS DIGITAIS, REDES SOCIAIS, MATERIAIS PROMOCIONAIS E MÍDIA URBANA.

| CIRCULAÇÃO

DIVULGAÇÃO DAS APRESENTAÇÕES E AÇÕES REALIZADAS NAS CIDADES.

| CONTEÚDO

BASTIDORES, REGISTROS E HISTÓRIAS QUE PROLONGAM A EXPERIÊNCIA.

| LEGADO

FILME-REGISTRO E DOCUMENTAÇÃO DA CIRCULAÇÃO.





QUATRO FORMAS DE FAZER PARTE DESSA HISTÓRIA.

PROJETO APROVADO NA LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA | PRONAC: 267228

**MOLEKA
É FOGO**

R\$ 500.000
PATROCINADOR PRINCIPAL

**DE TIRAR O
CHAPEU**

R\$ 400.000
PATROCINADOR DE DESTAQUE

**DESCAN
SANTO**

R\$ 262.012,50
PATROCINADOR ASSOCIADO

INVESTIMENTO TOTAL
R\$ 1.162.012,50

**NOMES INSPIRADOS EM TEMPORADAS QUE FAZEM PARTE DA TRAJETÓRIA
ARTÍSTICA DA JUNINA MOLEKA 100 VERGONHA.**





MOLEKA É FOGO

R\$ 500.000 | PATROCINADOR PRINCIPAL DA CIRCULAÇÃO

A MARCA ASSUME A POSIÇÃO DE PRINCIPAL PATROCINADORA DA CIRCULAÇÃO NACIONAL, COM ASSOCIAÇÃO PRIORITÁRIA AO PROJETO E MAIOR CONJUNTO DE OPORTUNIDADES DE VISIBILIDADE, RELACIONAMENTO E ATIVAÇÃO.

CHANCELA E POSICIONAMENTO

- CHANCELA DE PATROCINADOR PRINCIPAL.
- POSSIBILIDADE DE ASSINATURA INSTITUCIONAL: "[MARCA] APRESENTA [NOME DO PROJETO] – 2027", CONFORME APROVAÇÃO E ADEQUAÇÃO À COMUNICAÇÃO DO PROJETO.
- ASSOCIAÇÃO DA MARCA COMO PRINCIPAL PATROCINADORA DA CIRCULAÇÃO E DA CAMPANHA OFICIAL.
- DESTAQUE PRIORITÁRIO NAS PRINCIPAIS PEÇAS DA CAMPANHA.
- MAIOR NÍVEL DE EVIDÊNCIA DA MARCA DENTRO DA HIERARQUIA DE PATROCINADORES.

CAMPANHA E VISIBILIDADE

- DESTAQUE NAS PRINCIPAIS PEÇAS DIGITAIS E INSTITUCIONAIS.
- PRESENÇA DE DESTAQUE EM MÍDIA URBANA, CONFORME PLANO DE COMUNICAÇÃO E DISPONIBILIDADE.
- DESTAQUE NAS PEÇAS DE DIVULGAÇÃO DA CIRCULAÇÃO.
- PRESENÇA NAS PRINCIPAIS PEÇAS PROMOCIONAIS DO PROJETO.
- INSERÇÕES ESTRATÉGICAS NAS REDES SOCIAIS DA MOLEKA.
- ASSOCIAÇÃO DA MARCA AOS PRINCIPAIS MOMENTOS DA CIRCULAÇÃO.

ATIVAÇÃO E EXPERIÊNCIA

- ATIVAÇÃO EXCLUSIVA DA MARCA EM UMA DAS CIDADES DA CIRCULAÇÃO.
- POSSIBILIDADE DE CRIAÇÃO DE EXPERIÊNCIA PERSONALIZADA PARA CLIENTES, CONVIDADOS E COLABORADORES.
- PERFORMANCE OU INTERVENÇÃO ARTÍSTICA DIRECIONADA À MARCA, CRIADA OU ADAPTADA EM CONJUNTO COM A EQUIPE DO PROJETO.
- POSSIBILIDADE DE ESPAÇO PARA ATIVAÇÃO DE MARCA NAS AÇÕES PRESENCIAIS, CONFORME ESTRUTURA DE CADA LOCAL.
- POSSIBILIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES E MATERIAIS PROMOCIONAIS.
- AÇÕES DE RELACIONAMENTO INTEGRADAS À EXPERIÊNCIA DO PROJETO.

FORMAÇÃO E IMPACTO

- ASSOCIAÇÃO DA MARCA ÀS AÇÕES FORMATIVAS REALIZADAS NAS 3 CIDADES.
- PRESENÇA INSTITUCIONAL NA COMUNICAÇÃO DAS AÇÕES DE FORMAÇÃO.
- POSSIBILIDADE DE ASSOCIAÇÃO DA MARCA A UMA AÇÃO OU CIDADE DE FORMAÇÃO, CONFORME PLANEJAMENTO.
- ASSOCIAÇÃO DA MARCA AO IMPACTO CULTURAL, ARTÍSTICO E FORMATIVO DO PROJETO.



MOLEKA É FOGO

R\$ 500.000 | PATROCINADOR PRINCIPAL DA CIRCULAÇÃO

A MARCA ASSUME A POSIÇÃO DE PRINCIPAL PATROCINADORA DA CIRCULAÇÃO NACIONAL, COM ASSOCIAÇÃO PRIORITÁRIA AO PROJETO E MAIOR CONJUNTO DE OPORTUNIDADES DE VISIBILIDADE, RELACIONAMENTO E ATIVAÇÃO.

CONTEÚDO

- CONTEÚDOS ESPECIAIS ASSOCIADOS À PARCERIA.
- CONTEÚDO EXCLUSIVO DE BASTIDORES.
- INSERÇÕES DA MARCA EM CONTEÚDOS RELACIONADOS À CIRCULAÇÃO.
- DESTAQUE NO FILME-DOCUMENTÁRIO/FILME-REGISTRO.
- POSSIBILIDADE DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PERSONALIZADO PARA A MARCA.
- POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO INSTITUCIONAL DE REGISTROS AUTORIZADOS.

RELACIONAMENTO

- DESENVOLVIMENTO DE KIT DE EXPERIÊNCIA DA MARCA.
- AÇÕES DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES, PARCEIROS E COLABORADORES.
- POSSIBILIDADE DE EXPERIÊNCIAS EXCLUSIVAS PARA CONVIDADOS DA PATROCINADORA.
- POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO DE INGRESSOS, CONVITES OU ACESSOS DISPONIBILIZADOS PELO PROJETO PARA AÇÕES DE RELACIONAMENTO, QUANDO APLICÁVEL.

PÓS-PROJETO E RESULTADOS

- RELATÓRIO PERSONALIZADO DE RESULTADOS DA PARCERIA.
- DADOS DE PÚBLICO, ALCANCE, CIDADES, APRESENTAÇÕES, PROFISSIONAIS ENVOLVIDOS E AÇÕES FORMATIVAS.
- REGISTRO FOTOGRÁFICO E AUDIOVISUAL DAS PRINCIPAIS ATIVAÇÕES DA MARCA.
- ENTREGA DE REGISTROS AUTORIZADOS PARA UTILIZAÇÃO INSTITUCIONAL.





DE TIRAR O CHAPÉU

R\$ 400.000 | PATROCINADOR DE DESTAQUE

UMA PARCERIA DE ALTA VISIBILIDADE, COM PRESENÇA RELEVANTE NA CIRCULAÇÃO, OPORTUNIDADES DE ATIVAÇÃO E ASSOCIAÇÃO DA MARCA ÀS EXPERIÊNCIAS CULTURAIS DO PROJETO.

POSICIONAMENTO E VISIBILIDADE

- CHANCELA DE PATROCINADOR DE DESTAQUE.
- MARCA EM POSIÇÃO DE DESTAQUE NA COMUNICAÇÃO OFICIAL.
- PRESENÇA NAS PRINCIPAIS PEÇAS DIGITAIS.
- PRESENÇA EM MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO E MÍDIA URBANA, CONFORME PLANO DE COMUNICAÇÃO E DISPONIBILIDADE.
- INSERÇÕES NAS REDES SOCIAIS DA MOLEKA.
- PRESENÇA NAS PRINCIPAIS PEÇAS INSTITUCIONAIS E PROMOCIONAIS COMPATÍVEIS COM A HIERARQUIA DA COTA.

ATIVAÇÃO E EXPERIÊNCIA

- ATIVAÇÃO DE MARCA EM UMA DAS CIDADES DA CIRCULAÇÃO, MEDIANTE PLANEJAMENTO.
- POSSIBILIDADE DE PERFORMANCE DIRECIONADA À MARCA.
- POSSIBILIDADE DE EXPERIÊNCIA DE RELACIONAMENTO PARA CONVIDADOS.
- AÇÕES COM CLIENTES, PARCEIROS E COLABORADORES.
- POSSIBILIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES E MATERIAIS INSTITUCIONAIS.
- ESPAÇO PARA ATIVAÇÃO, QUANDO PREVISTO NA ESTRUTURA DA AÇÃO.

FORMAÇÃO

- ASSOCIAÇÃO DA MARCA À COMUNICAÇÃO DAS AÇÕES FORMATIVAS.
- POSSIBILIDADE DE ASSOCIAÇÃO A UMA DAS CIDADES DE FORMAÇÃO.
- PRESENÇA INSTITUCIONAL NAS COMUNICAÇÕES RELACIONADAS ÀS ATIVIDADES.

CONTEÚDO

- CONTEÚDOS DIGITAIS ASSOCIADOS À PARCERIA.
- PRESENÇA EM REGISTROS DE BASTIDORES SELECIONADOS.
- MARCA NOS CRÉDITOS DO FILME-DOCUMENTÁRIO/FILME-REGISTRO.
- POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO INSTITUCIONAL DE REGISTROS

RELACIONAMENTO

- POSSIBILIDADE DE KIT DE EXPERIÊNCIA DA MARCA.
- AÇÕES DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES, PARCEIROS OU COLABORADORES.
- POSSIBILIDADE DE BRINDES EM AÇÕES ESPECÍFICAS.

IMPACTO E RESULTADOS

- ASSOCIAÇÃO DA MARCA AO IMPACTO CULTURAL E FORMATIVO DO PROJETO.
- RELATÓRIO DE ENTREGAS E RESULTADOS DA PARCERIA.
- REGISTROS FOTOGRÁFICOS E AUDIOVISUAIS DAS AÇÕES REALIZADAS.



DESCANSANTO

R\$ 262.012,50 | PATROCINADOR PARCEIRO

UMA PARCERIA QUE ASSOCIA A MARCA À CIRCULAÇÃO NACIONAL DA MOLEKA, COM PRESENÇA NA COMUNICAÇÃO, NAS EXPERIÊNCIAS PRESENCIAIS E NAS AÇÕES DE FORMAÇÃO.

VISIBILIDADE

- CHANCELA DE PATROCINADOR PARCEIRO.
- PRESENÇA DA MARCA NAS PEÇAS OFICIAIS DE COMUNICAÇÃO, CONFORME A HIERARQUIA DA COTA.
- APLICAÇÃO DA MARCA NOS MATERIAIS DIGITAIS.
- PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS DA MOLEKA.
- INSERÇÕES EM CONTEÚDOS DE DIVULGAÇÃO DA CIRCULAÇÃO.
- PRESENÇA EM MATERIAIS INSTITUCIONAIS SELECIONADOS.

ATIVACÃO E EXPERIÊNCIA

- POSSIBILIDADE DE ATIVAÇÃO INSTITUCIONAL DE MARCA.
- POSSIBILIDADE DE AÇÕES DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E COLABORADORES.
- POSSIBILIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES EM AÇÕES ESPECÍFICAS.
- PARTICIPAÇÃO EM EXPERIÊNCIAS PRESENCIAIS, CONFORME PLANEJAMENTO DE CADA AÇÃO.

FORMAÇÃO

- ASSOCIAÇÃO DA MARCA ÀS AÇÕES DE FORMAÇÃO DO PROJETO.
- PRESENÇA NA COMUNICAÇÃO RELACIONADA ÀS ATIVIDADES FORMATIVAS.
- ASSOCIAÇÃO AO IMPACTO SOCIAL E CULTURAL GERADO PELAS AÇÕES DE FORMAÇÃO.

CONTEÚDO

- PARTICIPAÇÃO EM CONTEÚDOS DIGITAIS SELECIONADOS.
- PRESENÇA NOS CRÉDITOS DO FILME-DOCUMENTÁRIO/FILME-REGISTRO.
- PRESENÇA EM REGISTROS DE BASTIDORES ASSOCIADOS AO PROJETO.
- POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO INSTITUCIONAL DE REGISTROS AUTORIZADOS.

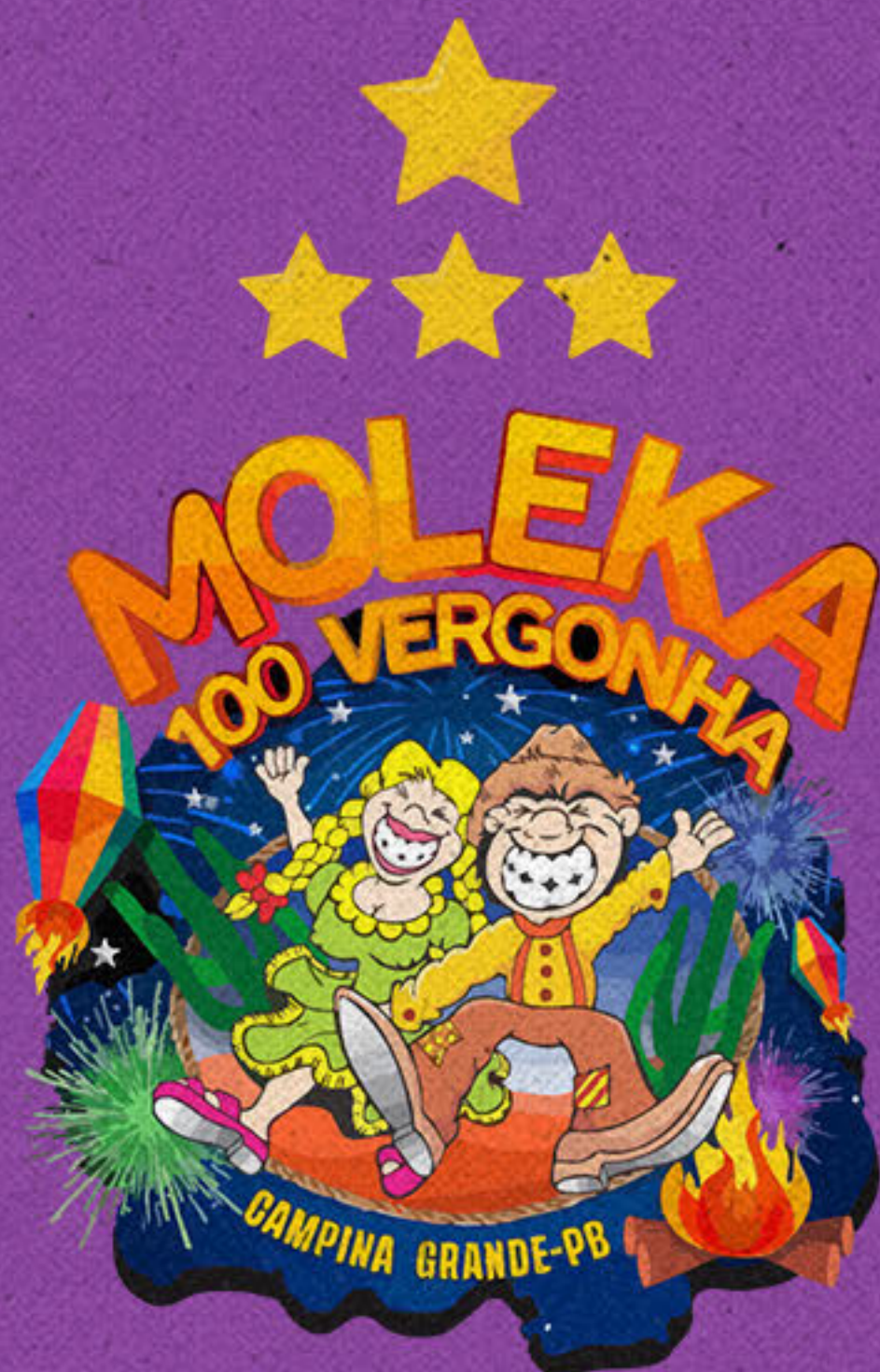
RELACIONAMENTO

- POSSIBILIDADE DE AÇÕES DE RELACIONAMENTO EM MOMENTOS ESPECÍFICOS DO PROJETO.
- POSSIBILIDADE DE MATERIAIS OU BRINDES INSTITUCIONAIS.
- ASSOCIAÇÃO DA MARCA ÀS EXPERIÊNCIAS PROPORCIONADAS PELA CIRCULAÇÃO.

IMPACTO E RESULTADOS

- ASSOCIAÇÃO DA MARCA À CIRCULAÇÃO CULTURAL E ÀS AÇÕES DE FORMAÇÃO.
- RELATÓRIO DE ENTREGAS DA PARCERIA.
- REGISTRO FOTOGRÁFICO DA PARTICIPAÇÃO DA MARCA NO PROJETO.





2027

**UM NOVO ESPETÁCULO.
NOVAS CIDADES,
UMA NOVA HISTÓRIA
PARA CONTAR.**

CULTURA. EXPERIÊNCIA. IMPACTO.

CONTATO:

DIRETOR DE PROJETOS:

ERIK CRISTÓVÃO ARAÚJO MELO

ERIKCRISTOVAO@GMAIL.COM

ERIKCRISTOVAO@HOTMAIL.COM

QJMOLEKA@GMAIL.COM

83 98727-7429

WWW.MOLEKA.ORG