FERNANDO & ALESSANDRO

PROPOSTA DE PATROCÍNIO · LEI ROUANET · 2027

Goiás é 1000

Fernando & Alessandro + orquestra de 20 músicos.
Um show sinfônico, gratuito e transmitido ao vivo,
em Goiânia.

> *“As marcas não compram ativos. Elas compram outcomes.”*



O PROJETO

O sertanejo goiano encontra a música sinfônica — em praça pública, de graça.

A dupla Fernando & Alessandro sobe ao palco com orquestra regida pelo maestro Alexandre Muratore e direção musical de Ney Marques, vencedor de dois Grammy Latinos.

Telão de LED no fundo e nas laterais, transmissão ao vivo e o show completo disponível no YouTube.

Goiânia (GO) · execução maio–dez/2027 · show previsto para set/out 2027 · 2 horas · classificação livre

5.000
pessoas no show presencial

20
músicos na orquestra

100%
gratuito, em espaço público

Ao vivo
e no YouTube, por tempo indeterminado

QUEM REALIZA

Um time com chancela.

Fernando & Alessandro · os artistas

Irmãos goianos com mais de 20 anos de estrada, desde 1998 em Inhumas (GO). Chamados de “a Dupla Paixão do Brasil” (ND+, 2024).

Ney Marques · direção musical

2 Grammy Latinos. Trabalhou com Ney Matogrosso e Chitãozinho & Xororó; produtor de “Rensga Hits!” (Globoplay) e “Amigos” (TV Globo).

Alexandre Muratore · maestro

Maestro assistente no Festival de Ópera de San Luis Potosí (México); professor convidado no Brasil, Chile, Colômbia e Portugal.

Minduim Produções · coordenação

Álvaro Alberici Junior, 14+ anos em produção cultural: Festival Makro SP, Turnê GoyazPop, Concerto Bandolim Elétrico (Lei Rouanet).



COMO SUA EMPRESA DECIDE

10 critérios de decisão. *10 outcomes* que você pode medir.

01 Objetivos da Marca	02 Público	03 Visibilidade	04 Vendas	05 Impacto Comunitário
06 Potencial de Marketing	07 Mídia	08 Relacionamento	09 Mídias Sociais	10 Engajamento Interno

01 · OBJETIVOS DA MARCA

Sua marca como a cara do orgulho goiano: popular, sofisticada e inclusiva.

Território de afeto

A marca entra na trilha sonora de Goiás: o sertanejo, a música que o estado exporta para o Brasil.

Inovação com raiz

Um encontro inédito entre o popular e o erudito. Tradição e sofisticação na mesma assinatura.

Reputação ESG

Projeto 100% gratuito, com Libras, audiodescrição, Braille e coleta seletiva por cooperativa de catadores.

COMO MEDIMOS Pesquisa de lembrança e percepção de marca antes e depois do evento.

02 · PÚBLICO

Famílias inteiras, de todas as rendas, no mesmo lugar — e o Brasil inteiro online.

5.000
no show presencial

500
no ensaio aberto

120
alunos da rede pública

Brasil
e exterior, pela live

Perfil

- Classificação livre: de crianças a idosos
- Goiânia e região metropolitana
- Fãs do sertanejo, no coração do agro
- Setor reservado para PcD, idosos e gestantes
- 10% do público via escolas e instituições sociais

COMO MEDIMOS Contagem de público por setor, audiência simultânea da live e visualizações no YouTube.



03 · VISIBILIDADE

No palco, na tela e no tempo.

No palco
Telão de LED no fundo e nas laterais, durante 2 horas de show.

Ao vivo
Transmissão no YouTube e plataformas, com Libras e legendas.

Para sempre
Show completo no YouTube por tempo indeterminado.

Impresso
Folders, cartazes e programação, também em Braille.

Imprensa
Assessoria para veículos locais e regionais.

Bastidores
Making of, ensaios e conteúdo para redes sociais.

COMO MEDIMOS Impressões por ponto de contato e tempo de tela.

04 · VENDAS

Do aplauso ao carrinho: ativações que aproximam o público da sua oferta.

Estande e degustação

Experimentação de produto no espaço do evento, para milhares de pessoas.

Captura de leads

QR code, cadastro e sorteios com consentimento (LGPD) para a base da marca.

Promoção “Rumo ao show”

Compre e concorra a encontro com a dupla ou acesso exclusivo ao ensaio.

Rede de negócios

Convites para revendas, distribuidores e clientes do agro como incentivo comercial.

Ativações comerciais sujeitas às regras da Lei Rouanet (IN MinC nº 29/2026): o show é gratuito e não há venda de ingressos.

COMO MEDIMOS Leads captados, cupons resgatados e vendas no período da campanha.

05 · IMPACTO COMUNITÁRIO

Cultura gratuita, acessível e com legado para quem mais precisa.

4.000
acessos livres para a população

120
alunos em oficinas de música (3 turmas, 8h)

500
pessoas no ensaio aberto e educativo

10%
do público via escolas e instituições sociais

- Libras ao vivo
- Audiodescrição
- Braille e fonte ampliada
- Visita sensorial para pessoas autistas
- Coleta seletiva com catadores
- Fornecedores locais

COMO MEDIMOS Beneficiários atendidos, comprovados no relatório de execução ao MinC.

06 · POTENCIAL DE MARKETING

Uma história pronta para ser contada pela sua marca.

“Dois irmãos que começaram cantando em festas do interior de Goiás, em 1998, sobem ao palco com uma orquestra.”

O enredo da campanha

Assinatura “[Sua Marca] apresenta”

Associação direta ao espetáculo em toda a comunicação.

Conteúdo proprietário

Bastidores dos ensaios, arranjos sinfônicos e o maestro em cena.

Pauta ESG pronta

Educação musical, acessibilidade e gratuidade, com dados auditados.

Território Goiás e agro

Conexão com o Centro-Oeste e o público do sertanejo.

COMO MEDIMOS Peças produzidas, alcance das campanhas e engajamento por conteúdo.

Uma dupla que já é pauta — agora com um espetáculo inédito para contar.



Talk Nejo · YouTube, 2022



Prosa de Boteco · YouTube, 2024



ND+ · “Dupla Paixão do Brasil”, 2024

Plano: assessoria local e regional · release do ensaio · cobertura do show · filme no YouTube.

COMO MEDIMOS Clipping de inserções e valoração da mídia espontânea com citação da marca.

08 · RELACIONAMENTO

Uma noite para estreitar laços com clientes, parceiros e autoridades.

500

acessos do patrocinador

Cota prevista no plano de distribuição do show, em área reservada.

50

vagas no ensaio aberto

Bastidores com a dupla, o maestro e Ney Marques — experiência rara.

1:1

encontro com a dupla

Meet & greet e fotos com a dupla para convidados VIP.

COMO MEDIMOS Convidados atendidos, satisfação (NPS) e oportunidades geradas no CRM.

09 · MÍDIAS SOCIAIS

Conteúdo antes, durante e depois — com a dupla como embaixadora.

ANTES · MAI–SET

Contagem regressiva

Bastidores dos ensaios, arranjos sinfônicos e collabs com a marca.

DURANTE · O SHOW

Live + stories

Transmissão no YouTube com Libras e legendas; cobertura em tempo real.

DEPOIS · SEMPRE

Show completo + cortes

Filme no YouTube, making of e cortes curtos para Reels e Shorts.

Instagram @fernandoealessandrooficial · **353 mil seguidores** · 1.020 posts

YouTube @FernandoeAlessandro · 1,9 mil inscritos · 71 vídeos

COMO MEDIMOS Alcance, visualizações, engajamento e menções à marca por fase.

10 · ENGAJAMENTO INTERNO

Colaboradores com orgulho de onde trabalham.

Show em família

Parte dos 500 acessos do patrocinador vira convite para colaboradores e suas famílias.

Vagas nas oficinas

12 vagas do patrocinador nas oficinas de música, para filhos de colaboradores.

Voluntariado

Equipes apoiam o acolhimento e as oficinas com escolas públicas.

Endomarketing

Bastidores e ensaio aberto como incentivo e conteúdo para os canais internos.

COMO MEDIMOS Adesão às ações internas e pesquisa de clima e orgulho de pertencer.

INVESTIMENTO

Um investimento incentivado, com retorno em 10 frentes.

Valor total do projeto · Lei Rouanet

R$ 577.665



- Show, orquestra e estrutura · R$ 389.000 (67%)
- Acessibilidade, divulgação, gestão e captação · R$ 188.665 (33%)

Quem patrocina

Empresas tributadas pelo lucro real, até 4% do IR devido.

Abatimento

Projeto aprovado no Art. 18: 100% do valor patrocinado abatido do IR.

Cotas

Master R$ 231.066 · Ouro R$ 115.533 · Prata R$ 57.766 · ou cota única.

Calendário

PRONAC 266500 · execução mai–dez/2027.

RESUMO

10 critérios, 10 outcomes.

Critério	O que a marca recebe	Como medimos
Objetivos da Marca	Orgulho goiano, inovação e ESG na assinatura	Lembrança e percepção
Público	5.000 presenciais + audiência online nacional	Público e audiência
Visibilidade	Marca no LED, na live e no YouTube perene	Impressões e tempo de tela
Vendas	Ativações, leads e promoções	Leads e vendas
Impacto Comunitário	120 alunos, 4.000 acessos, acessibilidade total	Beneficiários auditados
Potencial de Marketing	História e conteúdo proprietário	Alcance das campanhas
Mídia	Pauta inédita com dupla já reconhecida	Clipping e valoração
Relacionamento	500 acessos, ensaio e encontro com a dupla	NPS e oportunidades
Mídias Sociais	Conteúdo em 3 fases com a dupla	Engajamento por fase
Engajamento Interno	Orgulho, família e voluntariado	Adesão e clima

VAMOS CONVERSAR

Sua marca no palco de Goiás em 2027.

“As marcas não compram ativos. Elas compram outcomes.”

Minduim Produções · coordenação do projeto
Álvaro Alberici Junior · (62) 98298-7848 · contato@minduimproducoes.com.br

F&A Produções Artísticas · proponente
feaproducoesartisticas@gmail.com · (62) 99681-3741

Fernando & Alessandro
fernandoealessandro.com.br · @fernandoealessandrooficial

