

USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
CELACC - CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS

PROJETA+ Cultura:

Proposta de software e aplicativo para desenvolvimento de projetos culturais

Profª Ma. Cláudia Vendramini Reis

Profª Dra. Karina Poli

Alexandre Cesar Fernandes de Paula
Beatriz Nunes Cantarin
Camila Estephania Pereira Rodrigues
Laura Martins
Lívia Maria Tenório de Freitas
Victória Furbringer Bayma

São Paulo

2022

SUMÁRIO

1	Resumo.....	pág. 02
2	Justificativa.....	pág. 03
3	Objetivos.....	pág. 04
4	Ficha Técnica.....	pág. 05
5	Orçamento e Fluxo de Reembolso.....	pág. 06
6	Cronograma.....	pág. 07
7	Plano de comunicação, divulgação e comercialização.....	pág. 08
8	Possíveis editais e fontes de financiamento.....	pág. 16
9	Referências Bibliográficas.....	pág. 20

1. Resumo

Trata-se de proposta de criação de plataforma (software) para desenvolvimento de propostas para projetos culturais, em atendimento a demandas comuns de produtores e artistas, no processo de escrita, organização e inscrição em seleções ou chamadas, por meio de editais, e/ou apresentação para captação de recursos de patrocinadores. A plataforma irá proporcionar a confecção de materiais ligados à gestão de projetos culturais (pré-produção e produção) e à finalização e/ou prestação de contas (pós-produção), com formatos pré-definidos, em atendimento aos parâmetros de editais regulares e de importância reconhecida, como o ProAC/SP, o Pronac (antiga Lei Rouanet), entre outros, mas também haverá a opção de personalização desses materiais, buscando atender a uma infinidade de outras chamadas públicas ou necessidades dos usuários.

Entre as funcionalidades previstas para a elaboração de propostas, estão:

- Coleta, o tratamento e o uso de dados (de pessoas, de lugares, de serviço, etc.) de forma automatizada;
- Ferramentas de facilitação de desenvolvimento de conceituação do projeto cultural (apresentação, objetivos e relevância);
- Controle de atividades da proposta (checklist em atendimento às normas de determinado edital, por exemplo);
- Interface com ferramentas de comunicação e colaboração (e-mail, agenda de contatos, formulários de coleta de dados), gerenciamento de arquivo (drives), análises e relatórios, operações e gestão (calendários, agenda de atividades e fluxos de trabalho);
- Geração de documentos (declarações de inscrição ou participação, fichas técnicas, planilhas orçamentárias, cronogramas, etc.);
- Coleta de assinaturas digitais;

Para um momento futuro, a plataforma também será desenvolvida para as fases de pré-produção, produção e pós-produção de projetos culturais, com a inclusão de ferramentas como:

- Checklists e controles de atividades (apresentação ou circulação de espetáculo, evento, publicação, programa, etc.);

- Interfaces com ferramentas necessárias, já mencionadas; geração de documentos (comunicados, relatórios, roteiros, etc.), controle financeiro e fiscal e gestão de pessoas e processos;
- Ferramentas de geração de documentos e relatórios necessários à prestação de contas;

2. Justificativa

As últimas décadas provocaram mudanças estruturais em diversos setores produtivos, refundando alguns, a exemplo do marketing e da comunicação. O segmento cultural também passou por diversas transformações, e um cenário possível, mostra que uma parte significativa do setor sofreu os impactos desses acontecimentos, porém ainda não teve acesso a vários benefícios desse novo cenário, como se pode observar com a chegada da pandemia e a suspensão das atividades culturais presenciais, a vulnerabilidade de artistas e produtores por esse período.

É sabido que os impactos foram amplos e indistintos, porém, é possível ver como muitos setores do comércio, por exemplo, que antes da pandemia ainda eram pouco presentes no mundo digital, rapidamente se adaptaram, desenvolvendo ou aderindo a serviços de e-commerce. A arte, em especial, audiovisual e música (consideradas como indústrias culturais ao longo do século XX), viram surgir novas estruturas na forma de consumo e o aparecimento de novos gigantes em ambos os setores, mas a maior parte de artistas e produtores dessas complexas cadeias, ficaram de fora das negociações econômicas, em um caminho de precarização alinhado à lógica neoliberal ascendida nas últimas três décadas no Brasil e em boa parte do planeta.

A observação de como ainda ocorrem as atividades de produção cultural, principalmente entre o grupo numeroso e significativo de produtores e artistas autônomos ou independentes — e que se enquadram nessa definição por possuírem trabalhos de pequeno ou médio alcance territorial, formação de público ainda pouco desenvolvida, e que, em função dessas duas primeiras condições, possuem pouca interlocução ou expertise com possíveis contratantes ou patrocinadores (públicos ou privados) — gerou interesse em buscar formas de otimizar processos e assim permitir que esses profissionais possam dedicar suas

ações mais intensamente no aprimoramento ou ampliação de outras atividades que também lhes competem, como processos de criação e execução de atividades culturais e artísticas.

3. Objetivos

O principal objetivo do software é a melhoria da eficiência nas atividades relacionadas à produção cultural, sejam essas, a elaboração de propostas ou a gestão de projetos culturais. Busca-se aqui, fomentar o aumento do nível de profissionalização da produção, principalmente em segmentos mais autônomos e independentes do setor cultural, com a otimização do tempo de execução de tarefas não fundamentais ou de alta previsibilidade, redução da refação de atividades com a minimização de erros comuns no processo manual, maior transparência e entendimento de etapas e da visão do todo, incentivo técnico a produção de forma colaborativa, democratização do acesso ao fazer cultural (pela perspectiva da produção como é organizada e estabelecida hoje) e o transbordamento ou reação em cadeia dessas melhorias aos demais atores do setor, como programadores, pareceristas, curadores, artistas e o próprio público.

4. Ficha técnica

FICHA TÉCNICA	
EQUIPE	QTDE
DESENVOLVIMENTO	
Gerente de produto	1
Product Owner	1
Desenvolvedor front-end	2
Desenvolvedor back-end	4
UX/UI Product Designer	1
Analista de QA (Quality Assurance)	1
Analista de Marketing	1
COMUNICAÇÃO	
Assessor de Imprensa	1
Criador de Conteúdo	2
Diretor de Arte	2
Gestor de Mídias Sociais	2
ADMINISTRATIVO	
Financeiro	1
Assistente de RH	1
Contador	1
Advogado	1

5. Orçamento e fluxo de reembolso

PLANILHA ORÇAMENTÁRIA				
EQUIPE	QTDE	REMUNERAÇÃO	PRAZO	VALOR
DESENVOLVIMENTO				
Gerente de produto	1	R\$ 10.424,00	8	R\$ 83.392,00
Product Owner	1	R\$ 7.000,00	8	R\$ 56.000,00
Desenvolvedor front-end	2	R\$ 5.000,00	5	R\$ 50.000,00
Desenvolvedor back-end	4	R\$ 5.000,00	4	R\$ 80.000,00
UX/UI Product Designer	1	R\$ 4.500,00	6	R\$ 27.000,00
Analista de QA (Quality Assurance)	1	R\$ 3.800,00	4	R\$ 15.200,00
Analista de Marketing	1	R\$ 3.500,00	3	R\$ 10.500,00
COMUNICAÇÃO				
Assessor de Imprensa	1	R\$ 7.000,00	3	R\$ 21.000,00
Criador de Conteúdo	2	R\$ 4.500,00	3	R\$ 27.000,00
Diretor de Arte	2	R\$ 4.500,00	3	R\$ 27.000,00
Gestor de Mídias Sociais	2	R\$ 3.000,00	3	R\$ 18.000,00
Verba de Campanha Patrocinada	1	R\$ 7.000,00	3	R\$ 21.000,00
ADMINISTRATIVO				
Financeiro	1	R\$ 4.500,00	8	R\$ 36.000,00
Assistente de RH	1	R\$ 2.500,00	8	R\$ 20.000,00
Serviços contábeis	1	R\$ 500,00	8	R\$ 4.000,00
Assessoria Jurídica	1	R\$ 15.000,00	1	R\$ 15.000,00
Licenças e outros custos ref a direitos	1	R\$ 26.000,00	1	R\$ 26.000,00
Custos Administrativos e Financeiros	1	R\$ 3.000,00	8	R\$ 24.000,00
Impostos		R\$ 561.092,00	9,38%	R\$ 58.078,16
			TOTAL	R\$ 619.170,16

6. Cronograma PROJETA+ CULTURA

EAP	ATIVIDADE / MÊS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.0	INICIAÇÃO												
1.1	Levantar Requisitos do Projeto	X											
1.2	Ver Premissas Restrições Projeto	X	X										
2.0	PLANEJAMENTO												
2.1	Criar Declaração de Escopo	X	X										
2.2	Criar EAP (WBS)		X										
2.3	Criar/Revisar Cronograma	X	X				X						
3.0	EXECUÇÃO												
3.1	Realizar KickOff		X										
3.2	Mobilizar Equipe do Projeto		X	X									
3.3	Definição de arquitetura, infraestrutura e segurança de dados		X										
3.4	Início do desenvolvimento da arquitetura			X									
3.5	Definição do UX				X								
3.6	Desenvolvimento front-end				X								
3.7	Desenvolvimento e entrega de prova de conceito (POC)				X	X							
3.8	Início do desenvolvimento das telas (Backend): Home, Login, Logout, Criação dos modelos de inscrição aos editais, Criação da área de acompanhamento do projeto submetido						X	X					
3.9	Início do desenvolvimento das telas (Frontend): Home, Login, Logout, ,Criação dos modelos de inscrição aos editais, Criação da área de acompanhamento do projeto submetido						X	X					
3.10	Desenvolvimento das telas (Backend): Criação dos modelos de prestação de conta aos editais (inicialmente ProAC), Criação da								X	X			

	área de repositório de arquivos (importação e exportação), Catálogo de editais abertos, Criação do ambiente de chat, Criação de um espaço para dicas e sugestões.														
3.11	Desenvolvimento das telas (Frontend): Criação dos modelos de prestação de conta aos editais (inicialmente ProAC), Criação da área de repositório de arquivos (importação e exportação), Catálogo de editais abertos, Criação do ambiente de chat, Criação de um espaço para dicas e sugestões.								X	X					
3.12	Fase de QA de cada etapa					X		X		X					
3.13	Encerramento dos testes de cada etapa						X		X		X	X			
3.14	Deploy em ambiente de produção											X	X		
4.0	MONITORAMENTO E CONTROLE														
4.1	Controlar RH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
4.2	Controlar fluxo de caixa e pagamentos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
4.3	Monitorar cronograma		X				X								
5.0	ENCERRAMENTO														
5.1	Entregar projeto												X		

7. Plano de comunicação, divulgação e comercialização

7.1. Análise Interna

Para a realização do plano de comunicação, será necessária a participação de um assessor de imprensa, produtores de conteúdo, gestores de mídias sociais e um diretor de arte. Essa equipe será responsável pela criação da identidade visual da marca, do site, das interfaces do software no desktop e no aplicativo, além da

produção de artes (animadas e estáticas) para publicações das redes sociais do Projeta+ Cultura. Além de assumir a divulgação do produto nos demais veículos de mídia, o assessor de imprensa ainda prestará assistência na construção da ferramenta que servirá de base para a construção da comunicação dos produtores que usam a plataforma.

7.2. Recursos existentes

Atualmente, a equipe possui uma assessora e duas gestoras de mídias sociais e produtoras de conteúdo, no entanto, ainda não possui recursos de investimento tanto para o time quanto para o orçamento necessário para iniciar campanhas de mídia e impulsionamento de publicações nas redes sociais.

7.3. Recursos necessários

No momento, além do apoio financeiro para custear a realização do projeto e a colocação em prática do plano de comunicação, também seriam necessários investimentos para o suporte da equipe envolvida no projeto.

7.4. Objetivo do Plano de Comunicação

Objetivo da Etapa 1 - Apresentar o Projeta+ Cultura para o seu público alvo e construir uma base de usuários e seguidores através de palestras e workshops, direcionados para festivais, feiras de negócios e centros de formação focados nos temas relacionados à Economia Criativa, Economia da Cultura, Campo de Produção Cultural e Ecossistemas de Produção Cultural.

Objetivo da Etapa 2 - Divulgar o Projeta+ Cultura nos veículos de mídia em geral, tais como jornais, revistas, sites, blogs, rádios e podcasts que abordem assuntos de interesse para produtores culturais. Esta etapa se propõe a criar um tráfego inicial no site e formar uma base de seguidores para as redes sociais.

Objetivo da Etapa 3 - Produzir conteúdos para as mídias sociais destacando a importância dos agentes intermediários do conhecimento sobre produção cultural e criativa. A partir dessas ações, a campanha busca atrair novos seguidores nas redes

sociais, que se converterão em usuários da plataforma. Esta etapa também reforçará atividades da primeira etapa, publicando convites para cursos e palestras e apresentando o software de maneira didática.

7.5. Público Alvo

O público alvo da marca é constituído por produtores culturais e artistas, no processo de escrita, organização e inscrição em seleções ou chamadas, por meio de editais, e/ou apresentação para captação de recursos de patrocinadores.

7.6. Personas

Para o desenvolvimento do projeto e criação do Projeta+ Cultura, foram identificadas três personas que integram o público alvo da marca.

A primeira delas é Luiza Sahd, de 34 anos, paulistana, formada em Políticas Públicas pela PUC, em São Paulo. Na época da faculdade, Luiza estagiou na Secretaria de Cultura e, desde então, não largou mais o setor cultural. Formou-se e virou produtora cultural, ficando à frente da produção de shows de artistas brasileiros e eventos musicais.

A segunda persona é Leandro Bó, de 42 anos, recifense, formado em História pela Universidade Federal de Pernambuco e especializado em Arte-Educação. Leandro é programador cultural de um centro recreativo na cidade em que nasceu e, como freelancer, atua como produtor de peças de teatro.

A última é Amália Dias, de 26 anos, carioca, formada em Artes Cênicas na USP e atriz na Cia. Chão de Estrelas. Apesar de ser jovem, Amália está diretamente envolvida com as produções da Cia. em que trabalha e, por se tratar de uma companhia de teatro independente, também fica responsável pela inscrição das peças e projetos em editais da cidade e do estado do Rio de Janeiro.

7.7. Branding

A marca posiciona-se como referência no mercado e brilha por conta de seu ineditismo. Por se tratar de uma plataforma que visa facilitar a vida de produtores culturais e todos os demais envolvidos na produção de um projeto cultural, a

Projeta+ Cultura coloca-se como uma marca jovem, com tom de voz moderado e informativo.

7.8. Identidade visual, logo e tagline



7.8.1. Logo e tagline

A fonte utilizada para aplicação do logo e da tagline (slogan) foi Bobby Jones, em tamanho 20.1 para o logo e 15.1 para a tagline. As cores utilizadas estão relacionadas diretamente às cores das referências estéticas, com aplicação em fundo verde, amarelo e laranja. Já a escolha da fruta no centro se deu por estas serem frutas (limão e laranja) que, apesar de não serem tipicamente brasileiras, estão ligadas intrinsecamente ao cotidiano dos brasileiros e que, normalmente, podem ser utilizadas por completo e para vários tipos de finalidade, indo além da alimentação. Por fim, o nome da plataforma foi definido com base na sua finalidade, que é gerir projetos, e segmentação específica para o setor cultural. A tagline, ou slogan, reforça seu objetivo de ser um aplicativo de gestão prático, versátil e intuitivo.

7.8.2. Referências estéticas

A primeira referência estética foi o Tropicalismo – movimento musical que transformou a cultura brasileira e teve como marco o lançamento do disco Tropicália ou Panis et Circensis, em 1968, que contou com a participação de músicos como Tom Zé, Gilberto Gil, Gal Costa, Caetano Veloso, a banda Os Mutantes, entre

outros. O movimento foi marcado pelo uso de cores fortes, vibrantes e tipicamente brasileiras, que tinham como objetivo refletir o objetivo dos artistas à época: usar a arte como resposta à ditadura militar.



Montagem criada com os expoentes da Tropicália.

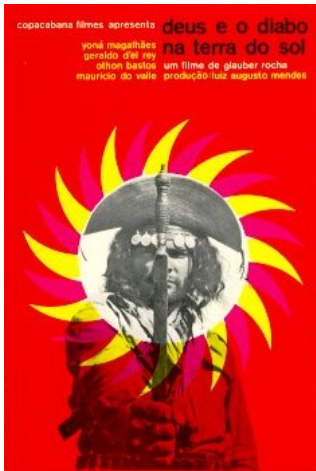
<https://pitchfork.com/features/lists-and-guides/the-story-of-tropicalia-in-20-albums/>



Montagem criada a partir de elementos, cores e a presença dos integrantes da Tropicália.

<https://jornal.usp.br/cultura/os-50-anos-de-uma-ideia-chamada-tropicalismo/>

Já a segunda referência estética foi o Cinema Novo – movimento audiovisual marcado pela retomada do cinema nacional pelas mãos de diretores como Glauber Rocha, Ruy Guerra, Nelson Pereira dos Santos, entre outros, que ficaram conhecidos por se inspirarem na subversão do neorealismo italiano e na Nouvelle Vague francesa. O Cinema Novo destaca-se por ter sido um movimento artístico, audiovisual e político, que fazia crítica à desigualdade social que arrebatou o Brasil durante os anos de 1960 e 1970.



Poster do filme "Deus e o Diabo na Terra do Sol", dirigido por Glauber Rocha.

<https://www.adorocinema.com/filmes/filme-91057/fotos/detalhe/?cmediafile=1996139>

6



Poster do filme "Rio, 40 graus", dirigido por Nelson Pereira dos Santos.

http://lounge.obviousmag.org/distracao_planejada/2016/12/o-cinema-realidade-em-rio-o-40-graus.html

7.9. Discurso

A marca estabelece um discurso voltado para profissionais de setores culturais e criativos, além de atuar em ecossistemas de produção cultural e criativa, como ferramenta para otimização de tempo e simplificação da burocracia envolvida no momento da inscrição de projetos culturais em editais.

7.10. Público financiador e apoiador

O público que poderá financiar e apoiar o desenvolvimento da plataforma Projeta+ Cultura são editais de inovação e tecnologia, além de instituições privadas

que possuam iniciativas sociais e culturais e que também disponibilizam editais próprios, como é o caso da Natura (Natura Musical, Instituto Natura) e do Itaú (Itaú Cultural, etc).

Já o público apoiador será formado por jovens profissionais que possam fazer o suporte da plataforma com a prestação de serviços. Para o desenvolvimento da plataforma, entram em cena os programadores, desenvolvedores, gestores de tecnologia e web designers. E, para o desenvolvimento da estratégia, do plano de comunicação e da gestão das mídias sociais, deverá haver uma equipe de editores, produtores de conteúdo, analistas de comunicação, diretores de arte (designers), editores de vídeo e community managers.

7.11. Público de fruição

O público de fruição da plataforma Projeta+ Cultura é amplo e abrangente e engloba profissionais dos 25 aos 60 anos que estejam envolvidos com setores culturais e criativos e que desejam acessar a área da cultura e submeter projetos culturais a editais públicos e privados.

O perfil dos profissionais é composto por pessoas que atuam como sociedade civil (empresas, profissionais autônomos, instituições sem fins lucrativos, professores, estudantes) na área de políticas culturais, gestão e produção cultural, economia criativa, com ou sem formação superior e que tenham alguma relação com outras áreas das ciências humanas e sociais.

Inicialmente, são profissionais de todos os estados do Brasil, que devem viver em cidades em que haja editais públicos ou privados voltados para a área cultural e que contemplem seu setor de atuação.

São, em sua maioria, produtores culturais com alguma experiência e consumidores de produtos e serviços culturais mais segmentados (diversidade). Vivem a cultura dentro e fora do ambiente de trabalho. Estão familiarizados com a diversidade presente na produção cultural do país, possuem interesse em política e educação e utilizam as redes sociais para se informar e se posicionar. Dentro da bolha formada por amigos, colegas e familiares, possuem o hábito de compartilhar conteúdo relevante pensando no coletivo.

7.12. Campanha

A campanha de divulgação ocorrerá em 3 etapas. A primeira é a inscrição do projeto em editais, participação em rodadas de negócio (pitch) de cultura, tecnologia e desenvolvimento e realização de workshops sobre a plataforma em espaços de formação de agentes culturais (Universidades, Faculdades, Escolas de Teatro, etc.)

A segunda etapa será o lançamento do software e aplicativo para o público geral. Neste momento, a assessoria de imprensa divulgará a plataforma para os veículos de mídia em geral.

Na terceira etapa, acontecerá a criação das redes sociais do Projeta+ Cultura e a ativação nas redes sociais, com tráfego de publicações orgânicas e tráfego pago (anúncios).

7.12.1. Campanha da Etapa 1 - Rodadas de negócio e workshops

Tema: Como a tecnologia pode ser uma ferramenta valiosa para o trabalhador do setor cultural?

Palavras chave: Projetos Culturais, Tecnologia, Desenvolvimento de sistemas, Aplicativo, Economia Criativa, Economia da Cultura, Campo de Produção Cultural e Criativo, Ecossistemas de Produção Cultural e Criativo.

- Meta – identificação do perfil do público e temas de interesse
- Meta – inscrição em editais e em rodadas de negócios (pitch) sobre tecnologia e inovação, cultura e desenvolvimento.
- Meta – criação de materiais promocionais, discurso de vendas e estratégia de negócio.
- Meta – participação efetiva em feiras de negócios e pitch de ideias.

Duração: três meses.

7.12.2. Campanha da Etapa 3 - Lançamento do software e aplicativo

Tema – O novo sistema para o trabalhador da cultura chegou. Divulgação com a assessoria de imprensa nos veículos de mídia em geral.

Palavras chave – Cultura, Projetos Culturais, Gestor Cultural, Aplicativo, Tecnologia e Inovação, Planejamento.

- Meta – alcançar o público geral.
- Meta – aumentar em 35% o número de seguidores em todas as redes sociais.
- Meta – testar a aderência do público ao sistema.

7.12.3. Campanha da Etapa 2 - Ativação nas redes sociais

Tema – Criação de peças orgânicas para Meta (Facebook e Instagram) e anúncios nas redes sociais, Search de anúncios responsivos para o Google Ads, Outbrain e RoiX.

Palavras chave – Cultura, Projetos Culturais, Aplicativo, Tecnologia e Inovação, Desenvolvimento de Software.

- Meta – criação de peças orgânicas para Meta (Facebook e Instagram) e anúncios nas redes sociais, Search de anúncios responsivos para o Google Ads, Outbrain e RoiX.
- Meta – aumentar em 50% o número de seguidores em todas as redes sociais.
- Meta - gerar fluxo de visitação para o site e redes sociais.

Duração: três meses

8. Possíveis editais ou outras fontes de financiamento

- BNDES Funtec
- EMBRAPII-BNDES Inova+
- FINEP Inovacred
- SEBRAETEC
- PROAC – INCENTIVO AO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

8.1. Dos objetivos e diretrizes

8.1.1. BNDES Funtec - Inova + BNDES-EMBRAPII

O programa BNDES Funtec apoia financeiramente projetos de pesquisas e desenvolvimento nos Institutos de Tecnologia em parceria às empresas, com intuito de levar o conhecimento acadêmico ao mercado e promover o desenvolvimento tecnológico e inovação em áreas de interesse estratégico do País.

O fundo não é comportado via editais e pode ser proposto a qualquer período do ano. Tem como principais diretrizes¹:

- Apoiar soluções onde são identificados gargalos para soluções tecnológicas a fim do desenvolvimento tecnológico no país;
- Assegurar a continuidade do desenvolvimento nas áreas selecionadas, e acelerar a obtenção dos resultados das pesquisas, além de conjugar esforços de Institutos de Pesquisas e empresas, mediados através de parcerias BNDES;
- Apoio a projetos que promovam a efetiva introdução de inovações no mercado;
- Aproximar Instituições Tecnológicas e empresas, promovendo a aplicação de conhecimento gerado na academia e setor produtivo;
- Incentivo a estruturação de projetos que combinam diferentes instrumentos de apoio

8.1.2. FINEP Inovacred

A Finep opera produtos de financiamento reembolsável de forma descentralizada, por meio de agentes financeiros credenciados, com o objetivo de atender, preferencialmente, atividades inovativas de empresas e outras pessoas jurídicas de micro, pequeno e médio porte presentes em todos os Estados Brasileiros. Através desta forma de operação, são oferecidos os seguintes produtos: Finep Inovacred, Finep Inovacred Conecta, Finep Conecta Automático, Finep Inovacred Expresso, Finep Inovacred 4.0 e Finep Aquisição Inovadora. Na operação descentralizada, os processos de análise, contratação, acompanhamento e

¹ Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-funtec>. Acesso em: 20 ago 2022.

prestação de contas são realizados pelos agentes financeiros credenciados, que assumem integralmente o risco da operação

8.1.3. SEBRAETEC

O Sebraetec promove a melhoria de processos, produtos e serviços dos clientes do Sebrae por meio do acesso à inovação. Ele é baseado em uma plataforma que une pequenos negócios a prestadores de serviços.

8.1.4. PROAC – INCENTIVO AO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Para gerar recursos à plataforma Projeta + Cultura, o edital de incentivo ao desenvolvimento da economia criativa, através da lei de incentivo do PROAC, seleciona projetos que visam o desenvolvimento da economia criativa voltadas ao setor cultural.

Economia criativa neste caso é entendida como “modelos de negócio, gestão e empreendimentos cujo insumo e o seu processo de desenvolvimento partem da criatividade, do conhecimento ou dos saberes e fazeres de comunidades, coletivos e indivíduos, com objetivo de gerar valor simbólico, trabalho e renda, proporcionando o desenvolvimento e fortalecimento cultural, econômico e social de uma região, seu objetivo é transformar a habilidade criativa natural em ativo econômico e recursos para o desenvolvimento de negócios e modelos inovadores. A Economia Criativa abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços.” (PROAC, 2019)

Das diretrizes, o proponente deve contemplar um dos seguintes modelos de negócios²:

- Soluções tecnológicas e inovadoras aplicadas à atividades culturais e criativas;

² Disponível em:

<https://proac.sp.gov.br/editais_resultados/edital-proac-no-152019-incentivo-ao-desenvolvimento-da-economia-criativa/>. Acesso em: 19 ago 2022.

- Apoio à implementação e/ou manutenção de espaços de criação e produção em Economia Criativa;
- Apoio à realização de eventos inovadores em Economia Criativa;
- Realização e publicação de estudos e pesquisas não educacionais sobre Economia Criativa;
- Criação de conteúdo cultural e artístico em mídias digitais.

O proponente estabelece o valor do projeto apresentado, que deverá de acordo com os custos estimados e respeitando o teto de até R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Ainda sobre o orçamento, segundo o PROAC, o valor total de recursos disponível para o presente é de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), havendo recursos remanescentes e não havendo outros projetos que se enquadrem nos percentuais estabelecidos, tais recursos poderão ser destinados a projetos enquadrados em outras categorias do mesmo Edital.

Das contrapartidas, são previstas ações do proponente como retribuição à sociedade. Estas ações devem contribuir para a facilitação do acesso aos bens culturais, a formação de público, estímulo a práticas artísticas e culturais, a qualificação de indivíduos e coletivos em relação às diversas linguagens artísticas e expressões culturais. São de obrigatoriedade do proponente dispor:

- a) Gratuidade em no mínimo 20% de todas as atividades/apresentações propostas;
- b) Ao menos 01 atividade de formação ou capacitação viabilizada com base no modelo de negócio apresentado no projeto;
- c) Participação com 01 apresentação da atividade cultural viabilizada a partir deste projeto em ações e programas da Secretaria de Cultura.

Entende-se que o Projeta+ Cultura não tem caráter de fins lucrativos e que torna-se disponível para contribuir na formação e desenvolvimento do setor cultural e de integração para viabilizar o retorno de investimentos para o campo da cultura e de seus trabalhadores.

9. Referências Bibliográficas

https://proac.sp.gov.br/editais_resultados/edital-proac-no-152019-incentivo-ao-desenvolvimento-da-economia-criativa/

<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-funtec>

<https://embrapii.org.br/parceria-bndes/>

<http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/programas-e-linhas/inovacred-empresa-e-ict-s>

<https://datasebrae.com.br/sebraetec/>