

A profile view of a young woman with voluminous, dark curly hair, looking upwards and to the right. She is wearing a dark hoodie. The background is a light purple and pink gradient with large, stylized text elements in various colors.

MICBR

Mercado das Indústrias
Criativas do Brasil

2021

OEI

SECRETARIA ESPECIAL
DE CULTURA

MINISTÉRIO DO
TURISMO



Coordenação Editorial

Raphael Callou

Equipe Responsável

Rodrigo Rossi

Telma Teixeira

Débora Tavares

Correalização

Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo

Editor

Paulo de Tarso dos Reis Lyra

Revisão textual

Texto Certo – Assessoria Linguística

Projeto gráfico

Fabio Oki

Diagramação

Bárbara Monteiro



MICBR

Mercado das Indústrias
Criativas do Brasil
2021

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
O COMPROMISSO HISTÓRICO DA OEI COM A CULTURA	9
Oito anos de mercado das indústrias criativas agitam continente	13
O MICBR como política de internacionalização da indústria criativa brasileira	17
O MICBR EM 2021 ABRE OS HORIZONTES PARA UMA NOVA ERA	29
A pavimentação do sucesso do MICBR 2021: veja quem participou da construção	31
Relembre o que aconteceu na edição 2021	53
MICBR 2021 é sucesso nas páginas, nas redes e nas plataformas de todo o país	73
MICBR 2021 gera R\$ 70 milhões em negócios em três dias de evento	81
UM BREVE BALANÇO E VÁRIOS CAPÍTULOS QUE ESTÃO POR VIR	87

APRESENTAÇÃO

A cultura é um tesouro universal da Humanidade. Por intermédio dela transmitimos nossos valores e asseguramos nossa ancestralidade. Ela unifica os povos em uma linguagem única, impossível de ser explicada, porém sentida diariamente. É o olhar que valoriza o passado, embala o presente e nos dá as ferramentas, ao lado da Educação, para modificarmos o nosso futuro.

Se a cultura é intangível, a indústria cultural é concreta. Uma cadeia produtiva poderosa, que emprega milhões de pessoas, direta ou indiretamente. Apenas no Brasil, de acordo com levantamento do Observatório Cultural Itaú, são 7,1 milhões de pessoas empregadas no chamado mercado criativo, com cerca de 25.740 espaços culturais e 320 mil empresas. Segundo pesquisa organizada pela OEI e CEPAL, pré-pandemia, calcula-se a existência de 29,5 milhões de postos de trabalho para assegurar que a cultura emocione cada um de nós.

A Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) entende a cultura como elemento identificador e unificador dos povos, assim como reconhece o seu importante papel como vetor econômico, que põe comida na mesa de milhares de pessoas.

Como em todos os setores da sociedade e da economia, a pandemia do coronavírus afetou diretamente o mercado da indústria criativa. Espetáculos cancelados, salas de cinema e teatro fechadas, projetos interrompidos e financiamentos suspensos. Esse contexto impôs aos artistas, empregados de apoio e aos próprios investidores a se reinventarem para sobreviver.

Os efeitos da pandemia ainda estão muito presentes em nossas memórias, em nossas vidas e em nossa indústria cultural. Mas chegou a hora de voltarmos a ter esperanças. O MICBR 2021 é um sinal desse renascimento. Ao longo das próximas páginas, vamos mostrar o compromisso da OEI e a parceria com o governo brasileiro para que o Mercado das Indústrias Criativas do Brasil cumpra o papel de plataforma de fomento à indústria cultural.

O propósito deste relatório é reforçar o compromisso da OEI, mostrar o engajamento de tantas pessoas para a realização do evento e lembrar alguns dos grandes momentos do encontro realizado entre os dias 17 e 19 de novembro de 2021. E, claro, plantar as sementes para a próxima edição do MICBR.

Raphael Callou

Diretor e Chefe de Representação

Escritório da OEI no Brasil



O COMPROMISSO HISTÓRICO DA OEI COM A CULTURA

A Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) foi criada em 1949, sustentada por um tripé de raízes extremamente sólidas: a Educação, a Cultura e a Ciência. Esses três pilares transformaram-se na grande missão da OEI, composta por 23 países, um estado dependente (Porto Rico), além da Guiné Equatorial, na África.

Esse contingente populacional, espalhado pela Península Ibérica e América Latina, tem uma produção vasta, que mistura simplicidade com erudição em diversos níveis. E mais do que isso: uma identidade transnacional cultural que sedimenta e torna coesa uma produção que é tão diversificada.

A OEI acredita que a Cultura, mais do que manifestação individual e coletiva de um povo, deve ser encarada como política pública de desenvolvimento econômico e social. A Organização acompanha a percepção de governantes e investidores de todo mundo que também percebem essa nova realidade e passaram a olhar o setor com a atenção que ele merece, conscientes do retorno financeiro que a cultura pode proporcionar a quem nela investe.

As indústrias criativas ganharam novo impulso com o processo digital, as *lives*, os *streamings*, a possibilidade de criação virtual e distribuição intercontinental de conteúdo. A rapidez da internet impulsiona artistas que, em outros tempos, levariam anos para ser descobertos – que dirá, fazerem sucesso. Com a rapidez de um clique, pessoas de outros países descobrem novos produtores e promotores culturais que, muitas vezes, ainda são desconhecidos no próprio quarteirão em que residem.

O universo de países ibero-americanos oferece a esses artistas – iniciantes ou não – a possibilidade de se conectarem, trocarem experiências, dividirem histórias com pessoas tão distantes e, ao mesmo tempo, tão mergulhadas na mesma identidade cultural.

15 anos de uma carta que sistematizou políticas públicas

O ano de 2021 não foi marcado apenas por mais uma edição do Mercado da Indústria Criativa do Brasil (MICBR), marcou também os 15 anos da Carta Cultural Ibero-americana (CCI), aprovada durante a XVI cúpula de chefes de estado e de governo realizada em Montevideú. O documento sistematizou todo o pensamento da Organização e transformou-se no mais importante instrumento político, jurídico e cultural para nossa região.

A CCI é um documento que tem influenciado diversos governantes da região ao salientar que a cultura gera riqueza e bem-estar e, como tal, deve estar atrelada a uma política de acesso de conteúdo às camadas mais amplas da população. Durante a pandemia, essa necessidade tornou-se ainda mais premente. As apresentações culturais *on-line*, nas chamadas *lives*, ajudaram as pessoas a amenizar as angústias do isolamento social.

Como maneira de celebrar o aniversário de lançamento da CCI, a OEI uniu-se à Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL) para produzir o estudo: “A contribuição da cultura no desenvolvimento econômico dos países ibero-americanos”, lançado durante o MICBR 2021. O material precisou ser atualizado com dados e um novo capítulo foi criado para mostrar os impactos da Covid-19 no setor cultural.

A posição de vanguarda, que sempre marcou a OEI fica ainda mais reforçada com esse documento redigido em parceria com a CEPAL. O setor foi mapeado e os impactos negativos da pandemia mensurados, além de elaboradas orientações e diretrizes destinadas aos governantes, mostrando a importância de investimentos cada vez mais substanciais na produção cultural digital, a nova fronteira do mercado criativo.

A Cultura também marca presença transversalmente nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), presentes na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), pois a atividade cultural propicia uma educação de qualidade; trabalho decente e desenvolvimento econômico; redução de desigualdades e inclusão social; e busca por comunidades e cidades sustentáveis, que terão efeito positivo para minimizar as mudanças climáticas.



OITO ANOS DE MERCADO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS AGITAM O CONTINENTE

O primeiro Mercado das Indústrias Criativas Ibero-americano ocorreu na Argentina, com a ideia de estruturar encontros de negócios, fomentos e trocas de informações. Na época, os organizadores estimavam que, na região, o PIB Cultural poderia girar entre 2% e 4%, a depender de país para país, números equivalentes aos principais setores econômicos de cada nação.

Mas existia uma carência, a qual motivou a criação da plataforma do Mercado Criativo: boa parte das importações feitas pelo setor criativo eram provenientes de países de fora da região. Era fundamental estabelecer um mercado regional sul-americano de produção cultural. Essa carência foi o ponto de ignição para a iniciativa dos ministérios de Cultura de países da América do Sul – Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela – para realizar, entre os dias 15 e 18 de maio de 2014, em Mar del Plata, o Mercado de Indústrias Culturais do Sul (Micsul).

As áreas culturais e criativas abrangidas no I Micsul foram: artes cênicas (dança, circo e teatro); audiovisual; design (gráfico, de objetos, de moda e artesanato); jogos

digitais e aplicativos; literatura; e música. Cada país se comprometeu a levar de 60 a 100 empreendedores criativos ao evento, que participariam de uma programação composta por rodada de negócios, foros de discussão setoriais, *showcases* de música e desfile de moda, espaço para mostras de obras, e espaços de apresentação coletiva de projetos.

Nesta edição, o Brasil levou 199 participantes, com 87 interessados institucionais, acadêmicos e convidados para participar das diversas atividades para além das rodadas de negócio.

Além dos países ibero-americanos, foram convidados representantes, financiadores e investidores da Inglaterra, Espanha, Estados Unidos, Índia e Japão.

Números macro do MIC 2014

3100 delegados de toda a América Latina

112 delegados brasileiros registrados para rodadas de negócio pelo Ministério da Cultura

9700 reuniões de negócios estimadas

1200 produtores, conferencistas e funcionários

80 mesas redondas, conferências e palestras

10 desfiles de moda

40 *showcases* de música, 4 de cada país

Chegando a Bogotá

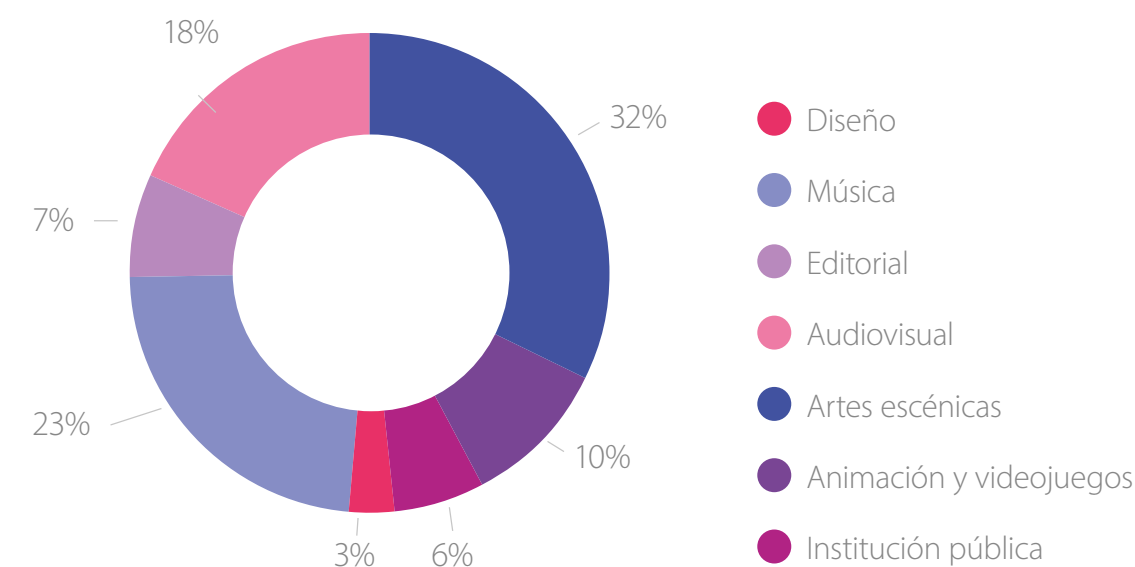
Dois anos depois, em 2016, os criativos dispostos a produzir e os investidores interessados em financiar encontraram-se novamente em mais um Mercado da Indústria Criativa, dessa vez em Bogotá, Colômbia

O encontro envolveu seis setores da indústria: animação e videogames; artes cênicas; audiovisual; desenho; área editorial e música. E representantes de dez países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

Observando o gráfico abaixo, percebe-se a supremacia na área de artes cênicas.

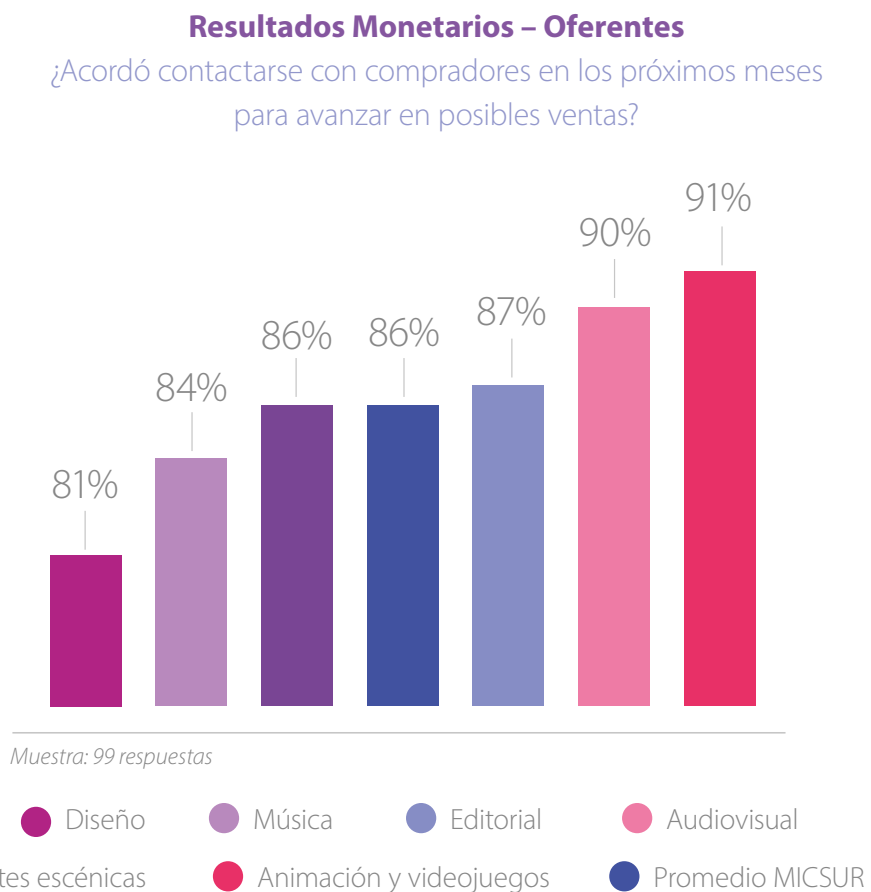
Características de los compradores

¿A qué sector creativo pertenece su empresa?



Muestra: 99 respuestas

Apesar das artes cênicas representarem maior número de compradores e financiadores, o setor que mais gerou expectativa de negócio foi animação e videogames, conforme se observa abaixo.



A expectativa de vendas gerada naquele encontro ficou em US\$ 10,74 milhões. Considerada à cotação de dólar a R\$ 5,00, teremos uma previsão de negócios na ordem de R\$ 53,7 milhões.

MICBR COMO POLÍTICA PÚBLICA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS BRASILEIRAS

As políticas públicas podem ser entendidas como o Estado em ação, por meio de leis, programas, projetos e ações de governo que dão forma ao país. Essa percepção do que são e para quê se fazem políticas públicas tem de estar no radar da sociedade.

Quanto mais democráticos e técnicos forem os processos das políticas públicas, maiores as chances de os resultados serem positivos para toda o país. Como os recursos financeiros são limitados, as políticas públicas desempenham a importante missão de sistematizar a formulação e a implementação de programas finalísticos, financiados com os recursos do contribuinte.

De acordo com diversos estudos, o setor cultural é responsável por cerca de 3% do PIB no Brasil. Dessa forma, com o intuito de fomentar e internacionalizar as indústrias criativas, o MICBR deve ser entendido como política pública de fomento à internacionalização, complementando as diversas ações de promoção, divulgação e valorização das artes e culturas nacionais já realizadas pelo Ministério das Relações Exteriores,

Apex-Brasil, Embratur, Ancine, a Secult e outros órgãos que se preocupam com as políticas de exportação de serviços, produtos e bens culturais criativos.

O Brasil é uma grande vitrine, com potencial de atração de investimentos e mídia internacional pelas suas riquezas culturais e criatividade de seus empreendedores. E a indústria criativa é um mercado que movimenta milhões, sendo, por isso, essencial para o país. Isso ficou mais evidente com a pandemia, que obrigou diversos setores a se reinventarem e se adaptarem às mudanças. Desse modo, o MICBR cumpre um papel estratégico e ainda mais importante para democratizar e garantir a diversidade cultural no país.

Brasil tem participação de destaque no MICA 2019

Um ano após a realização da primeira edição do MICBR no Brasil, representantes do governo brasileiro, empreendedores e artistas nacionais participaram do Mercado das Indústrias Criativas da Argentina (MICA), que aconteceu de 28 de junho a 2 de julho de 2019, em Buenos Aires, no formato semelhante à experiência brasileira de 2018.

A capital argentina foi escolhida por integrar a rede internacional de cidades criativas da Unesco, com o título de "Cidade Criativa do Design". O Brasil possui atualmente oito cidades criativas reconhecidas pela entidade ligada à Organização das Nações Unidas (ONU): Brasília e Curitiba, no quesito design; Belém, Paraty e Florianópolis, na área de gastronomia; Santos, no polo de cinema; João Pessoa, no artesanato, e Salvador, na música.

O MICA foi a quinta edição do evento das indústrias criativas, parte integrante da agenda do circuito Mercosul Cultural. A relevância é tanta que o evento foi encerrado pela Cúpula Cultural das Américas, com a presença de ministros e secretários de cultura de diversos países da região.

Para movimentar empresários, promotores, produtores culturais e artistas, foi planejada uma extensa programação de palestras, rodadas de negócios, espaços de *networking*, apresentação de *showcases*, conferências, treinamentos e exposições. Os participantes selecionados atuavam nos setores de audiovisual, artes cênicas, design, edição/publicidade, música, videogames e artes visuais.

O Brasil teve um espaço de destaque entre os países que levaram a Buenos Aires as experiências exitosas da indústria criativa. Uma das palestras realizadas mostrou a experiência do MICBR 2018, realizado em São Paulo, que gerou R\$ 30 milhões em negócios para o setor. O representante brasileiro foi o então secretário nacional de Integração Interinstitucional do Ministério do Turismo, Bob Santos.

O então secretário participou de um *workshop* sobre Novos Indicadores Culturais, rodada de negócios, reunião com o então secretário de Cultura da Argentina, Pablo Avelluto. Entre os planos brasileiros, estava a criação de uma Rede Brasileira de Cidades Criativas, um conjunto de destinos turísticos focado em atividades relacionadas ao audiovisual, artes visuais e dramáticas, conteúdo literário, design, mídias digitais, música, artesanato, folclore e culinária.

MICBR 2018: shows, reuniões, cultura e geração R\$ 30 milhões em negócios

Em 2018, quando o mundo sequer imaginava que pararia em virtude de uma pandemia provocada por um vírus desconhecido, a OEI realizou a primeira edição do Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR 2018), em parceria com a Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

O evento aconteceu entre os dias 05 e 11 de novembro de 2018, em São Paulo, e abrangeu dez setores da economia de cultura: artes cênicas (circo, dança, teatro), audiovisual, animação e jogos eletrônicos, design, moda, editorial, música, museus e patrimônio, artes visuais e gastronomia. Ao todo, 8 mil pessoas se inscreveram para participar do MICBR 2018.

O resultado foi expressivo. Foram gerados R\$ 30 (trinta) milhões em expectativa de negócios, 116 (cento e dezesseis) atividades/eventos, 3 mil reuniões envolvendo artistas, promotores e produtores culturais e mais de 400 empresas brasileiras e de outros países como Chile, Colômbia, Peru, Uruguai, Argentina, Equador e Paraguai.

O MICBR 2018 foi encerrado com um megaevento batizado de Paulista Aberta, com 26 apresentações musicais, sendo uma voltada especificamente para o público infantil, batizado de "Brasileirinhos", um conjunto de poemas musicados com nomes de animais em extinção. O CD Brasileirinhos foi um dos cinco indicados na categoria Melhor Álbum para crianças no Grammy Latino 2010.



Agenda paralela transforma-se em explosão multicultural

No domingo, 11 de novembro, enquanto o público acompanhava as apresentações artísticas nas praças da cidade, as pessoas puderam visitar sete feiras da economia criativa, inseridas nos segmentos gastronomia, design, artesanato, moda e fotografia, entre outros.

Segundo dados do Ministério da Cultura, cerca de duas mil pessoas participaram diariamente nas atividades de mercado; três mil nas programações culturais; e trinta mil no fim de semana do evento.

Em paralelo às rodadas de negócios, foram apresentadas seis atrações de artes cênicas (dança, teatro, circo) em dois espetáculos por dia, reunindo grupos do Brasil todo:

Balé Teatro Castro Alves (BTCA), Salvador/BA;

Cia. Híbrida, Rio de Janeiro/RJ;

Jorge Garcia Cia de Dança, São Paulo/SP;

Cia Solas de Vento, São Paulo/SP;

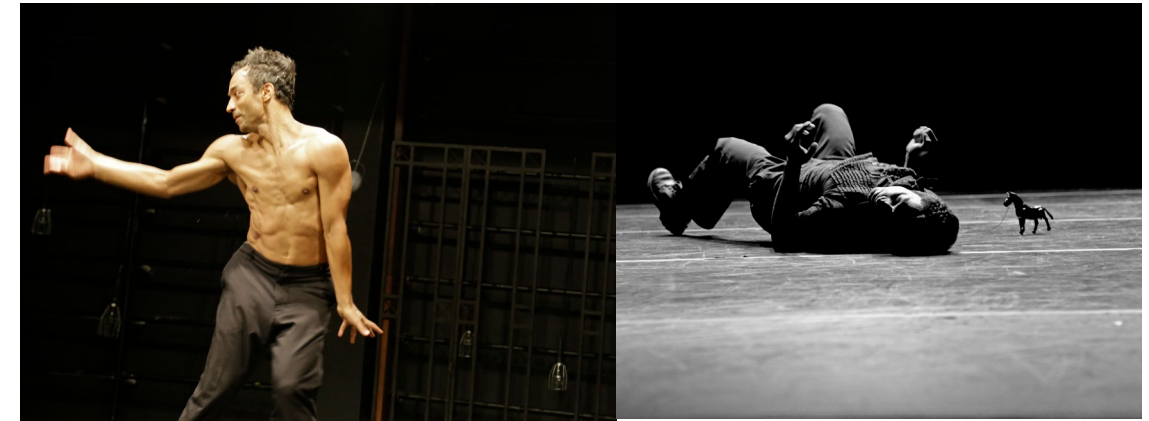
Circo Mínimo, São Paulo/SP;

Focus, Cia de Dança, Rio de Janeiro/RJ

Outras participações no Circuito Off foram: O 32º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira e Exposição Design Sampa | Mobiliário.



"Cia Solas de Vento", São Paulo, SP



"Jorge Garcia Cia de Dança", São Paulo, SP;



"Balé Teatro Castro Alves (BTCA)", Salvador, BA;

A força do MICBR nas redes

Mesmo tendo sido um evento presencial – diferentemente do MICBR 2021, que aconteceu de maneira híbrida por conta da pandemia – o MICBR 2018 também mostrou sua força nas redes sociais. O alcance orgânico mostrou que foram atingidas 509 mil pessoas, cerca de meio milhão, nas redes sociais: 290 mil pessoas no Twitter; 144,6 mil no Facebook; e 75 mil no Instagram, ao longo de todo o evento.

Uma das marcas principais das redes, a produção de *hashtags* para marcar os assuntos que merecem destaque para os internautas, também foi expressiva. Ao todo, foram registradas 1.116 com a #MICBR e 738 publicações com a #MICBR2018, não apenas no Brasil, mas na Argentina, Chile, Colômbia e Estados Unidos.

O espaço na mídia tradicional também foi importante, ao todo foram 109 (cento e nove) inserções, sendo 56 (cinquenta e seis) em rádios e televisões; 12 (doze) em jornais e 41 (quarenta e um) em portais de notícias.



1.116 #MICBR
738 #MICBR2018



109
inserções

56
rádios e televisões

12
jornais

41
portais de notícias

Espaços culturais pulverizam programação da Mostra

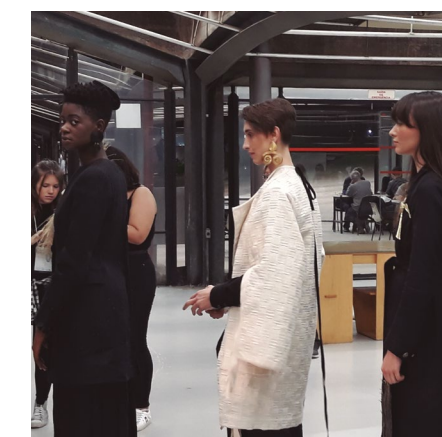
Atividades internas, nas praças, no Espaço Funarte, e em outros espaços culturais, elementos espalhados pela cidade de São Paulo. Em alguns casos, esses locais concentraram atividades variadas, em outros, dedicaram-se com exclusividade a um segmento específico.

A gastronomia, por exemplo, foi uma área forte no Unibes Cultural, que realizou cinco cozinhas-show com temáticas de países diversos: Brasil, Peru, Colômbia, Argentina e Equador. Além disso, o Unibes sediou palestras em setores diferenciados, como a cultura popular brasileira, música, moda, fotografia, educação e diversidade.

A Japan House optou pelo segmento da moda, trazendo para a programação ícones do setor como o fotógrafo Bob Wolfenson, e um dos principais estilistas japoneses contemporâneos, Kunihiko Morinaga, com a jornalista de moda Lilian Pacce.

Já no Centro Cultural São Paulo, a programação explorou temáticas como: “O Impacto Social da Economia Criativa”, com Jorge Melguizo, ex-secretário da Cultura Cidadã e de Desenvolvimento Social da cidade de Medellín, Colômbia. O rapper Emicida falou sobre seu coletivo o “Lab Fantasma”; a jornalista Maria Prata apresentou o avanço das novas tecnologias voltadas para mecanização de postos de trabalho, impactando a forma como as empresas se organizam, na palestra: “O Futuro do Trabalho e o Trabalho do Futuro”.

Outros espaços utilizados foram a Livraria Cultura, o Sesc Av. Paulista, o Sesi e o MASP.





**O MICBR 2021 ABRE
OS HORIZONTES PARA
UMA NOVA ERA**

AUDIOVISUAL E

MARKETING

REVUS

EVENTS

A pandemia do novo coronavírus, que paralisou o mundo a partir de março de 2020, foi especialmente dramática em relação à indústria criativa. Foram dois anos muito difíceis para o setor, com empregos perdidos e renda achatada. A cadeia produtiva composta por milhares de pessoas – que permiteme ajudam os sonhos dos criadores a chegarem ao grande público – começa a se recuperar agora.

Trata-se de uma cadeia produtiva que emprega, de maneira direta ou indireta, algo em torno de 1,7% a 3% de toda a força laboral brasileira. É uma imensidão de pessoas e famílias que viram seu sustento desaparecer rapidamente. Os números brasileiros foram duros e, infelizmente, não foram isolados. Um estudo apresentado durante o MICBR 2021, elaborado em parceria da Organização dos Estados Ibero-americanos (OIE) e a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), mostrou que, em 2020, na fase mais aguda da Covid-19, a taxa de desemprego no setor cultural chegou a 26% em 11 países pesquisados. Além disso, 55% deles tiveram redução na venda de ingressos na ordem de 80%. Em uma análise linear média, a retração foi de 10,7% na região da América Latina e Caribe, de 10,8% na Espanha e de 7,6% em Portugal.

O avanço da vacinação permitiu que as atividades sociais e culturais pudessem, pouco a pouco, retomar o ritmo anterior à pandemia. Ainda que ameaçado por algumas variantes que surgiram nos primeiros meses de janeiro, como a Ômicron, o cenário começou, gradualmente, a voltar ao normal. A tendência é que as coisas voltem ao normal e a cadeia produtiva cultural seja retomada. O MICBR 2021 e outras iniciativas que virão mantêm essa chama viva e a esperança de que os dias de luta seguem, mas os instantes de dor precisam ficar para trás.

A PAVIMENTAÇÃO DO SUCESSO DO MICBR 2021: VEJA QUEM PARTICIPOU DA CONSTRUÇÃO

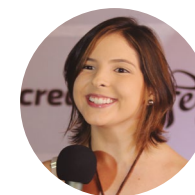
No atual cenário socioeconômico, é fundamental a adoção de políticas públicas que elevam a competitividade da cultura brasileira e possibilitam uma inserção ativa dos nossos agentes e empresas no mercado nacional e internacional, expandindo as áreas de atuação. Por isso, para além do viés de apoio à produção artística, é essencial a parceria com o Estado como agente regulador da economia e responsável pelo fortalecimento e expansão cultural do país, que estenda seu braço para potencializar a sustentabilidade econômica dos empreendimentos artísticos e criativos. O MICBR se insere nesse contexto de construção de uma agenda ampla e transversal de desenvolvimento, buscando potencializar as iniciativas criativas, visando tanto o mercado nacional quanto o internacional.

Como todo evento criativo e cultural, a face mais visível para o público é sempre de quem se expõe nas apresentações ou nas palestras. Mas para que tudo desse certo e os espectadores – no caso do MICBR 2021, presentes de maneira virtual – pudessem desfrutar de momentos inesquecíveis, enriquecedores e provocadores, uma legião de pessoas trabalhou nos bastidores para que tudo saísse da melhor maneira possível.

Assim como um maestro, que conduz toda a orquestra composta por diversos instrumentos e músicos com perfis, estilos e conhecimentos distintos, a produção executiva de um evento é a responsável por cuidar de todos os detalhes para que tudo saia da melhor maneira possível. Além de toda equipe do Escritório da OEI no Brasil e dos servidores da Secretaria Especial de Cultura, o MICBR 2021 contou com uma equipe de consultores para preparar o evento.

Consultor de programação	Antônio Carlos Sartini
Assistente Técnico de programação	Cristiano
Consultor de negócios digitais	Nathalia Kelday
Assistente de negócios digitais	Henrique
Consultor de mercado	Daniela Diniz
Consultores setoriais de mercado	Sabrina Bogado: Jogos Melissa Viana: Design Eduardo Carvalho: Consultor Editorial Beto Lago (Alberto Fialho): Moda Cássia Navas: Artes Cênicas André Sturm: Audiovisual e Animação Angelo Filizola: Música Ana Lourdes de Aguiar: Museus e Patrimônio Afonso Fernando de Oliveira: Artesanato
Assistentes de mercado	Leticia Ferraz e Marcela Rossiter
Produtor pleno	Julia Hormann
Assistente de produção	Luna
Assistente de produção	Carol Vilalobos
Assistente jurídico	Joyce Rodrigues

Cabe um registro especial aos coordenadores do MICBR:



Nathalia Kelday – consultora negócios digitais

Nathalia foi a responsável pela estruturação da plataforma do evento e a programação da cidade virtual criada para o MICBR 2021. Além de desenvolver o meio pelo qual o MICBR foi transmitido, era fundamental também estar atenta às experiências que o encontro estava proporcionando aos usuários e como eles estavam interagindo para amplificar o alcance do MICBR.

Ela também auxiliou na capacitação dos empreendedores criativos. Organizou um dia de *workshop* ensinando como navegar na plataforma, qual o canal para acessar, como chegar à sala e como vender o seu produto para o investidor. *“Fizemos também um treinamento de pitching com eles, mostrando qual o melhor formato, como ele pode ser mais impactante. Contamos também com um representante da área artística, que mostrou como montar um portfólio atraente”*, afirmou Nathalia.

O que mais te marcou no MICBR 2021?

“ A parte que mais gostei foi a abertura. A cenografia do Centro de convenções do Brasil 21, assim como o projeto gráfico da cidade virtual criada, estavam lindos. O Rodrigo Rossi, Coordenador da OEI, fez uma apresentação linda. Assim como a apresentação da banda de chorinho. A sintonia na improvisação de mais de nove músicos traduz o esforço necessário para realizar um evento como esse.

Os outros dias também foram interessantes, com muito conteúdo para quem empreende ou quer empreender na Economia Criativa. Além disso, as rodadas de negócios foram bem intensas. Espero que aconteça muitas outras vezes. ”



Daniela Diniz – consultora de mercado

Daniela foi responsável pelo eixo de mercado internacional do MICBR, e tinha a missão de desenhar a metodologia das atividades entre compradores e vendedores, ou seja, as atividades B2B (*business to business*). Por conta da pandemia, houve a necessidade dos encontros do MICBR se darem de forma *on-line*, de modo que foi necessário levar em conta a própria diversidade existente entre os nove setoriais abrangidos. Ela explica que foi proposta a realização de *pitchings* cruzados e rodadas de negócios como estratégia geral, mas com contratações de consultorias individualizadas por setor criativo, capazes de fazer ajustes na execução para se adequarem às demandas dos segmentos.

“ Os *pitchings* cruzados foram também uma inovação, uma vez que o *pitching* normalmente é unilateral, do vendedor apresentando para uma banca de compradores. No formato cruzado, de apresentação de até 5 minutos, tanto de compradores e vendedores, possibilitou que todos os envolvidos tivessem um alinhamento das expectativas de compra e venda, possibilitando um aprofundamento específico de cada empreendedor criativo em sua apresentação nas rodadas de negócio subsequentes. ”



Julia Hormann – consultora de produção executiva

Julia cuidou da produção executiva – o desafio de fazer com que o evento saísse do planejamento e se transformasse em realidade. Ela lembra das inúmeras reuniões de planejamento com todos os fornecedores e envolvidos no projeto.

Olhando para trás e com base nos *feedbacks* recebidos, Julia acredita que tudo deu certo e, de fato, o MICBR 2021 aconteceu conforme

o planejado e conseguiu cumprir todos os objetivos. “Tivemos uma inauguração alegre, que saiu do escopo institucional, que seria uma mesa com autoridades. Foi um formato híbrido. Os setores institucionais tiveram seu espaço e voz. A Banda de Choro fez uma apresentação primorosa”.

O que mais te marcou no MICBR 2021?

“ É difícil escolher o que mais me marcou. O propósito é maravilhoso, sou completamente apaixonada. Tem o propósito de entreter, mas tem um propósito mais profundo e o propósito do MICBR é muito nobre. É um evento que está disponível para estruturar, impulsionar, fomentar, a economia criativa.

Em particular nesta edição, o que eu não esperava que pudesse ser tão tocante, emocionante, que sensibilizou as pessoas, foi a palestra que finalizou o MICBR, com o Alan, poeta. Foi uma palestra muito pé no chão, além de poética. Ele falou do universo do empreendedor, não foi apenas uma palestra bonita para refinar. ”



Antônio Carlos Sartini – consultor de programação

Antônio Carlos organizou toda a programação de conteúdo de maneira coerente, com uma linha editorial capaz de atrair a atenção, fomentar debates interessantes e marcar as mentes de quem assistiu ao MICBR 2021.

Ele lembra que no planejamento macro o MICBR 2021 foi dividido em três tipos de atividades: as palestras magistrais, que encerravam cada dia de evento, e dois encontros criativos diários com palestrantes e mediador.

Também foram organizados os diálogos setoriais, com profissionais e empreendedores que atuam na indústria criativa, debatendo temas

específicos e contribuindo com suas experiências para ajudar na construção de conhecimento e produção de insumo para a formulação de políticas mais efetivas para o setor. Foram mais de 10 encontros setoriais com uma hora de duração cada um.

Sartini destaca outro ponto importante do MICBR 2021. Além das rodadas de negócios, que geraram discussões qualificadas sobre os produtos culturais apresentados, foram sugeridos formatos para colocar os produtos culturais no mercado, criando uma identidade local, mas com potencial para ter visibilidade global. Ele ressaltou também a importância de uma arte inclusiva, não apenas para as minorias, mas também para as pessoas com deficiência. Ter produtos voltados para estas, e que, na produção, tenha igualmente esse grupo, porque elas têm uma sensibilidade, uma experiência, uma bagagem completamente diferentes, que, com certeza, vai agregar. E lembrar que existe um amplo mercado para pessoas com deficiência carente de produtos.

Por fim, ele resalta o mosaico cultural do MICBR 2021. Foram 60 profissionais destacados nas suas áreas debatendo, agentes públicos da área da cultura. Pessoas com muita experiência na área cultural, não só brasileiros, como representantes do Reino Unido, Israel, Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.

O que mais te marcou no MICBR 2021?

“ Um evento como o MICBR é um espaço de troca. Passamos conhecimento, mas aprendemos também. Marcou serem todos os níveis um espaço de troca, com a equipe da OEI e Secult, troca com todos os profissionais que foram convidados para participar dos encontros e palestrar e uma troca muito rica com o público.

Nossa indústria criativa precisa desses momentos de troca de experiências, ideias. O MICBR 2021 permitiu mais agilidade, estar em contato com agentes do Brasil inteiro e de várias partes do mundo. Essa troca foi o mais marcante na minha visão. ”

Três dias de intercâmbio e mundo digital

O MICBR 2021 aconteceu entre os dias 17 e 19 de novembro com várias palestras, rodadas de negócios e conversas envolvendo nove áreas da indústria criativa: audiovisual e animação; design; moda; editorial; jogos eletrônicos; música; museus e patrimônio; artesanato e artes cênicas. Foram ao todo 30 palestras sobre temas distintos, que prenderam a atenção do público de forma geral.

Algumas das palestras que chamaram a atenção do público



ORADOR

KONDZILLA

Produtor e empresário. Fundador da KondZilla Filmes e KondZilla Records



ORADOR

ALLAN DIAS CASTRO

Escritor e poeta



ORADOR

CACO MATTOS

Ator



ORADOR

GUSTAVO LESGART

Dançarino, coreógrafo e professor de dança contemporânea



ORADOR

CHICO PELÚCIO

Ator e diretor de teatro



ORADOR

MARCELO FLORES

Empresário, produtor e educador



ORADORA

EVELINA FYSKATORIS

Gerente de projetos institucionais da Câmara Brasileira do Livro



ORADORA

AMANDA TOJAL

Empreendedora cultural

Confira todos os palestrantes e debatedores que brilharam no MICBR 2021 >>>>

DIA 18 DE NOVEMBRO

Dados sobre a palestra – Diálogo intersetorial

Tema – Novas tecnologias, curadorias e aplicações criativas**Antônio Curti | Curador e diretor artístico**

Formou-se em Cinema pela FAAP, e aos 19 anos criou o festival audiovisual Downtown, que revivia locais esquecidos do centro de São Paulo com experiências diversas. Em 2017, tornou-se sócio da THE FORCE, empresa de instalações de tecnologia na área de marketing e corporativo. Hoje está à frente da AYA, organização de arte e tecnologia com foco em projetos culturais.

**Daniels | Gamer**

Cresceu no interior do Rio Grande do Sul e sempre foi apaixonado por jogos. Durante um período da faculdade, começou a fazer *lives* na Twitch e, à medida que mais pessoas começavam a acompanhá-lo, viu nisso uma possibilidade de se profissionalizar. Mudou-se para São Paulo, onde entrou de cabeça nesse mundo do *e-sports*. Hoje conta com mais de cinco anos de experiência em *lives* e produção de vídeo, além de ter trabalhado com grandes marcas como Microsoft, Gillette, Samsung e outras.

**Simon Szacher**

CEO da Fundraiser & novos negócios. Formado em Administração, pós-graduado em Comércio Exterior e com MBA em Gestão Exponencial. Gestor e produtor cultural, consultor e auditor de eventos e projetos culturais, palestrante e instrutor. Responsável, desde 2005, pelo Festival Internacional de Criatividade PIXEL SHOW e pela Revista ZUPI. Já auditou o Rock In Rio e escreveu, em 2020, um capítulo do livro *Salve a Criatividade! A Criatividade Salva!*.

Tema – Identidade local, visibilidade global: as estratégias para a internacionalização da cultura brasileira**Adam Jayme Muniz | Chefe da divisão de ações de promoção da cultura brasileira do MRE**

Diplomata brasileiro com carreira dedicada principalmente a temas culturais, é chefe da Divisão de Ações de Promoção da Cultura Brasileira no Itamaraty, sendo responsável pela coordenação e supervisão das iniciativas de diplomacia cultural do Brasil em todo o mundo. Anteriormente, Adam Jayme atuou como diretor do Departamento de Assuntos Internacionais do Ministério da Cultura e chefiou a Assessoria Internacional da Agência Nacional do Cinema – Ancine.

**Carlos Alberto Pereira | Gestor público municipal de cultura e economia criativa**

Historiador, produtor, gestor cultural, palestrante, gestor público municipal de cultura e economia criativa de Iguape e Registro, ambas localizadas no Vale do Ribeira (SP). Cogestor da Casa do Patrimônio do Vale do Ribeira, representante regional do Sistema Estadual de Museus SISEM, fundador e integrante do núcleo “Caiçaras” da Comissão Paulista de Folclore. Consultor de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas para o Vale do Ribeira e Sudoeste Paulista.

**Soraya Pessino | Especialista em Gestão Pública e Professora de Relações Internacionais**

Mestra em Estudos Interdisciplinares pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Especialista em Gestão Pública pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Graduada em Relações Internacionais, tem mais de 18 anos de experiência na área de Relações Internacionais e atuou como assessora internacional da cidade de Salvador, BA nos últimos oito anos. Em 2021, assumiu a função de coordenadora geral de assuntos estratégicos internacionais no Ministério da Cidadania.



Patrícia Maia Boldrin

Coordenadora de produção do programa Sr. Brasil da TV Cultura de São Paulo, desde 2005, totalmente voltado ao artesanato brasileiro, considerado maior projeto de exposição de artesanato na televisão. Desde então, é gestora do projeto “Artesanato sustentável” com atuação em diversas frentes, além da cenografia/projeto do programa da TV Cultura, e participa de feiras, eventos, cenografias em projetos alternativos, palestras e publicações.

Tema – Empreendedorismo e inclusão: novas possibilidades e mercados



Caco Mattos | Ator

Ator, palhaço, pesquisador e diretor, desde 2000 atua como artista formador em ações relacionadas com a integração de pessoas com e sem deficiência nas artes. Dirigiu o espetáculo Obstáculos no Festival Internacional de Circo (FIC) e Projeto Novos Modernistas – Teatro Municipal de São Paulo, com artistas com e sem deficiência. É artista pedagogo dos Palhaços Sem Fronteiras Brasil. Integra o projeto Diversidade e Interculturalidade e participa da elaboração da Apostila do Coração voltado para crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social e emocional.



Amanda Tojal | Empreendedora cultural

Museóloga e educadora de museus. Mestre em Artes e doutora em Ciências da Informação pela Universidade de São Paulo. Consultora em Acessibilidade e Ação Educativa Inclusiva para públicos com deficiências em museus, instituições culturais e ambientais. Docente de cursos de Formação em Acessibilidade Cultural e Ação Educativa Inclusiva. Curadora artística e pedagógica da Exposição Itinerante “Sentir pra Ver: gêneros da pintura na Pinacoteca de São Paulo”, desde 2012. Sócia-presidente da empresa Arteinclusão Consultoria em Ação Educativa e Cultural, desde 2003.



Ricardo Shimosakai

Profissional especialista em Acessibilidade, Inclusão e Turismo. Bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi/Laureate International Universities, trabalha desde 2004 na área. Membro do Instituto Iberoamericano de Turismo Accesible, SATH e ENAT, organizações internacionais de turismo acessível. Consultor, palestrante internacional e docente em cursos de pós-graduação e MBA. Criou a Turismo Adaptado, empresa na qual ensina seus cursos on-line, e organizou didaticamente o conceito de Acessibilidade Funcional.

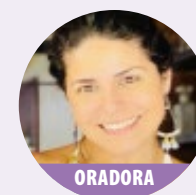
Dados sobre a palestra – Encontro Criativo

Tema – Identidade local, visibilidade global: as estratégias para a internacionalização da cultura brasileira



Pedro Mastrobuono | Presidente do Ibram

Presidente do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) desde março de 2020, membro do Conselho Nacional e Política Cultural (Ministério do Turismo), do Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural do IPHAN, do Conselho Deliberativo do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) e conselheiro do Museu Judaico de São Paulo. Advogado pela PUC-SP, graduou-se também em Storia dell'Arte Italiana pelo Instituto Italiano di Cultura. É fundador do Instituto Alfredo Volpi de Arte Moderna e autor de várias publicações sobre Artes Plásticas e efetividade da proteção do patrimônio cultural.



Bárbara Oliveira | BNDES

Gerente do Departamento de Bens de Consumo, Comércio e Economia Criativa do BNDES. O departamento é responsável pelo apoio ao setor audiovisual. Economista, com mestrado pela UFRJ e MBA em Finanças pelo IBMEC, ingressou no BNDES por concurso em 2008.



ORADORA

Patrícia Zendron | BNDES

Gerente do Departamento de Desenvolvimento Urbano, Cultura e Turismo do BNDES, criado em 2019. Entre outros, o departamento é responsável pelo programa de apoio ao patrimônio cultural brasileiro, incluindo o desenvolvimento de novos instrumentos financeiros e modelos de atuação de instituições culturais brasileiras, visando ao desenvolvimento das cadeias da economia criativa. Economista, com doutorado pela UFRJ, ingressou no BNDES por concurso em 2002.



ORADOR

Everson Leão | BRDE

Formado em Economia pela UFU, mestrado em Desenvolvimento Econômico pela UFPR, é gerente adjunto de operações. Atuou na operacionalização do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) no BRDE entre 2017 e set./2021.



ORADORA

Trinidad Zaldivar | Chefe da divisão de assuntos culturais, solidariedade e criatividade – Inter-American Development bank

Chefe do departamento de Criatividade e Cultura do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) no setor de conhecimento, inovação e comunicação. Especialista nas indústrias criativa e cultural. Seu trabalho é incentivar e financiar a inovação na indústria criativa.



ORADOR

Tamoio Marcondes | Presidente da FUNARTE

Mestre em Administração Pública pela Universidade de Yourk (Reino Unido), com pós-graduação em Direito Ambiental, Tributário e Constitucional. Foi procurador federal junto à FUNARTE, juiz auditor no Superior Tribunal de Justiça Desportiva e presidente da Comissão de Estudos Jurídicos Desportivos. Foi ainda assessor jurídico da vice-presidência da República e consultor jurídico do Ministério do Esporte.



ORADORA

Alessandra Teixeira | Gerente de patrocínios e eventos da Petrobras

Formada em Comunicação Social com especialização em Relações Públicas, tem MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas. Está na Petrobras desde 2001, tendo atuado como gerente de comunicação da Refap S/A, gerente setorial e coordenadora de comunicação regional da Petrobras e gerente de patrocínio e eventos da Petrobras.



MEDIADORA

Carol Narchi

Gestora cultural e advogada formada pela PUC-SP, atuou por quatro anos na Prefeitura de São Paulo, na Secretaria de Direitos Humanos e Cidadania e na Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo – Spcine como coordenadora de formação. É coordenadora de contratos do Complexo Theatro Municipal de São Paulo, além de consultora especializada em Direitos Culturais, Audiovisual, Terceiro Setor e Propriedade Intelectual.

Tema – Trajetória empreendedora: o segredo do erro

ORADOR

Chico Pelúcio | Ator e diretor de teatro

Formado em Administração de Empresas com especialização em Cinema. Integrante do Grupo Galpão e diretor geral do Centro Cultural Galpão Cine Horto desde 1998. Autor dos livros *Do Galpão ao Galpão Cine Horto, uma História de Gestão Cultural*, em parceria com Romulo Avellar, e *Reflexões sobre Gestão e Sustentabilidade de Pequenos e Médios Espaços Culturais*. Presidente da Fundação Clovis Salgado em 2005 e 2006.



ORADOR

Gustavo Lesgart | Dançarino, coreógrafo e professor de dança contemporânea

Bailarino, coreógrafo e mestre de dança contemporânea. Cursa Arquitetura e cria obras de dança contemporânea para companhias oficiais e independentes da Argentina, Espanha, Finlândia, Noruega e Estados Unidos. Na Argentina, dirige a Companhia Lesgary-Sanguinetti e colabora com o Núcleodanza, El Descueve y De la Guarda. Participa como jurado de projetos para FIBA, Fondo Nacional Artes, Bienal Arte Jovem, Ciudadanza e Prix Lausanne.



ORADOR

Raphael Mayer | Empreendedor social – Simbiose

Eleito como um dos 30 Under pela Forbes em 2021, vencedor do Prêmio Empreendedor Social de Futuro 2018, pela Fundação Schwab (Fórum Econômico Mundial) e *Folha de S.Paulo*, é cofundador e gestor da empresa Simbiose Social (empresa B certificada). Apoiar a gestão de investimentos incentivados de mais de 40 multinacionais no Brasil, entre elas empresas como Volkswagen, IBM, Unilever, Facebook e outras. Especialista em leis de incentivo, formado em Administração de Empresas com especialização em Empreendedorismo Social pela EAESP-FGV.



Patrick Natividade | Gamer

Tem 23 anos e joga Free Fire profissionalmente há dois anos. Antes de se tornar pro player, trabalhava como gari em Florianópolis, SC, e atualmente representa a organização Netshoes Miners.



Gabrielly Mossa | Líder de mercado da Brasil Júnior – Confederação Brasileira de Empresas Juniores

Graduanda em Administração na Universidade Federal do Espírito Santo. Participa ativamente do Movimento Empresa Júnior desde 2017. Foi presidente da CJA, uma empresa júnior da área de gestão do ES, em 2019, e presidente do Conselho da Federação de Empresas Juniores do Espírito Santo, em 2020.



Luciana Fandinho

Produtora cultural e pesquisadora de hip hop e cultura periférica. Antes de se tornar produtora, trabalhou com assessoria no legislativo de São Paulo por 27 anos. Foi presidente do ProAc Edital em 2017 e vice-presidente do mesmo edital em 2018. Juri do Prêmio Governador do Estado de São Paulo e coordenadora das viradas culturais do estado e da cidade de São Paulo.

19 DE NOVEMBRO

Dados sobre a palestra – Diálogo Intersectorial

Tema – Programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo



Ênio Duarte | Gerente da Unidade de Relacionamento do Sebrae Nacional

Economista, com especializações em Finanças Empresariais pela FGV e IBMEC e Liderança Organizacional pela FDC; curso de formação para executivos em INSEAD, Fontainebleau, França, na ILO, Turim, Itália e Stainbeis, Stuttgart, Alemanha. Foi professor de Gestão Empreendedora na UNIDF e UNB, em Brasília. É gerente da Unidade de Relacionamento do Sebrae Nacional e palestrante das áreas de Empreendedorismo, Relacionamento com o Cliente, Omnicanalidade e de diversos temas relativos à gestão empresarial e empreendedorismo.



Eduardo Saron | Dirigente do Itaú Cultural

Mestre em Administração, conselheiro de várias instituições, entre as quais o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (Masp), a Fundação Bienal de São Paulo, o Museu Judaico, o Paço do Frevo, em Recife, PE, a Associação Pró-Dança (APD) – gestora da São Paulo Companhia de Dança – e o Instituto CPFL.



Mila Scarton | Secretária municipal de desenvolvimento econômico, emprego e renda de Salvador

Pós-graduada em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, e em Administração pela Faculdade Ruy Barbosa da Bahia. Cursou Arquitetura e Urbanismo na Universidade Federal da Bahia, e atuou na iniciativa privada como diretora de projetos de Parcerias Público Privadas, desenvolvendo e coordenando estudos de projetos de PPPs e Concessões em todo o país.



Bárbara Rodarte

Microempreendedora individual, com atuação na área cultural há 20 anos. Formada em Cinema (FAAP) e mestre pelo programa Estudos Culturais (USP), atualmente, cursa Direito. Na área pública, atuou na Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo e do Município de São Paulo. Trabalhou, também, no MIS e no Museu do Futebol, e em organizações sociais de cultura. Presta consultoria para prefeituras, tendo implantado o Sistema Municipal de Cultura em alguns municípios.

Tema – Museu de novidades: a inovação nos museus



Sandra Sérgio | Diretora executiva do Museu de Arte do Rio

Especialista em Gestão de Projetos e Programas Sociais, é coordenadora de Projetos Especiais na Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) e diretora executiva do Museu de Arte do Rio de Janeiro. Nos últimos três anos, coordenou o Programa de Cooperação Fortalecimento do papel do setor cultural e do processo de divulgação e internacionalização da produção audiovisual para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro no contexto da Economia Criativa ibero-americana.



ORADOR

Andres Gribinicow | Diretor executivo da Associação Amigos do Museu Nacional de Bellas Artes da Argentina

Atua ainda como consultor externo para organismos internacionais como Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Secretaria Geral Ibero-americana e Organização dos Estados Ibero-americanos sobre indústria criativa e desenvolvimento. Foi secretário de cultura e criatividade e subsecretário de economia do Ministério da Cultura da Argentina.



ORADOR

Alex Calheiros | Diretor-substituto do Departamento de Processos Museais – DPMUS

Professor associado da Universidade de Brasília e diretor Departamento de processos museais. Foi diretor de Difusão Cultural pelo Decanato de Extensão da UnB (Casa da Cultura da América Latina e Casa Oscar Niemeyer) de 2016 a 2021. Possui graduação em Filosofia pela Universidade de São Paulo (2002) e doutorado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (2009).



MEDIADOR

Ezio Déda

Arquiteto, urbanista e escritor, pós-graduado em Desenho, Registro e Memória Visual. É professor da cátedra de Projeto de Arquitetura da UNIT. Em 2008, fundou o Ágora Arquitetos, escritório que desenvolve diversos projetos de arquitetura, urbanismo, exposições e instalações artísticas. Em 2010, lançou pela Editora 7 Letras o livro *A Casa das Ausências*, obra em multimídia com artes integradas. É superintendente do Instituto Banese e do Museu da Gente Sergipana. Em 2017, assinou o projeto do Tiradentes Institute, em Boston, EUA.

Tema – A experiência dos eventos on-line e a transformação cultural na indústria digital



ORADOR

Marcelo Flores | Empresário, produtor e educador

Com mais de 25 anos de experiência em Eventos e Entretenimento, é o fundador da Businessland, empresa de negócios de entretenimento e marketing de experiência. No Brasil, tem dirigido mais de 2.500 eventos, como Réveillon na Paulista, Camarote Brahma, Skol Sensation, Cidade Iluminada, Fifa Fan Fest, Harley Days, Cidade Iluminada, entre vários projetos públicos e privados, assinados por grandes marcas.



ORADORA

Evelina Fyskatoris | Gerente de projetos institucionais da Câmara Brasileira do Livro

Jornalista, com especialização em Gestão de Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela Universidade de São Paulo, e MBA em Produção Editorial, pelo Instituto Singularidades. Atua há mais de 27 anos nas áreas de Comunicação e Relações Institucionais. Nos últimos seis anos, tem sido responsável pela produção do Prêmio Jabuti, o mais tradicional reconhecimento aos profissionais do livro no país.



MEDIADORA

Yael Steiner

Cineasta, sócia da Yael Steiner CINE e CULTURA desde o ano 2000. Uruguaia brasileira, vive no Brasil há 39 anos. Foi CEO do Centro da Cultura Judaica entre 2007 e 2013, e colaborou nos filmes *O ano em que meus pais saíram de férias*, de Cao Hamburger, e *As melhores coisas do Mundo*, de Lais Bodansky. Realizou a Retrospectiva Roman Polanski em 2005, trazendo o diretor ao Brasil. Foi consultora e distribuidora do filme *Sefarad* e consultora estratégica de *Jojo Rabbit*, da Disney Fox (vencedor do Oscar de melhor roteiro original adaptado).

Tema – A economia criativa na América do Sul



ORADORA

Carolina Pereira | Secretária executiva de Economia Criativa – Ministério da Cultura, Artes e Patrimônio do Chile

Administradora pública da Universidade do Chile, desenvolveu sua carreira profissional na área de Gestão Pública na Cultura, atuando nos processos de instalação da institucionalidade cultural chilena, especialmente nas áreas de implementação de políticas culturais nos territórios.



ORADOR

Pablo Vilalva Gusma | Equador

Mestre em Artes, Indústrias Culturais e Criativas pela King's College de Londres, em Relações Internacionais e Comunicação pela Universidade Complutense de Madri, e comunicador estratégico pela Universidade do Equador. Integra a equipe do Ministério da Cultura e Patrimônio do Equador.



Lys Gaynza | Coordenadora do Departamento de Indústrias Criativas – Direção Nacional de Cultura do Uruguai

Mestranda em Políticas Culturais, licenciada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Uruguai. Especializou-se em Cinema e na área de audiovisual. Além de cantora e compositora, Lys também é empreendedora, gestora e programadora cultural na área de Literatura e Design. A partir de 2010, começou a coordenar o Conglomerado editorial, com o objetivo de internacionalizar a publicação de livros uruguaios. Em 2017, passou a integrar a equipe do Centro de Fotografia de Montevideú, e, em 2020, assumiu a representação ministerial da CECIC no Mercosul.



Luis Sanjurjo | Ministério da Cultura da Argentina

Diretor nacional de indústrias culturais do Ministério da Cultura da Argentina. Dirige o Observatório de Culturas Políticas do Centro Cultural de Cooperação Floreal Gorini (CCC). É diplomado em Ciências da Comunicação pela Universidade de Buenos Aires. Como músico, faz parte do grupo Pléyades, primeira banda de reggae foucaulteano.



Ana Carla Fonseca

Doutora em Arquitetura e Urbanismo, com a primeira tese no Brasil sobre cidades criativas (USP), mestre em Administração de Empresas (USP), administradora pública (FGV/SP), economista (USP), com MBA (Fundação Dom Cabral), é consultora e conferencista. Preside a empresa Garimpo de Soluções, pela qual coordenou vários planos estratégicos de economia criativa, no Brasil e no exterior, além de ter atuado para a ONU, o BID e mais de 250 instituições e empresas privadas.

Dados sobre a palestra – Encontro criativo

Tema: Programas Criativos nos Municípios



Fernando Guerrero

Diretor teatral, gestor cultural e radialista. Já dirigiu mais de 60 espetáculos em mais de 40 anos de carreira, com destaque para “A Bofetada”, “Vixe Maria! Deus e o Diabo na Bahia”, “Os Cafajestes” e “De Um Tudo”. Em 2018, estreou como ator no espetáculo autoral “Revele”, uma mistura de stand up, talk show e bate-papo, que percorre sua trajetória profissional e pessoal. É um dos apresentadores do programa de rádio Roda Baiana. Desde 2013, é presidente da Fundação Gregório de Mattos, órgão de Cultura da Prefeitura de Salvador.



Vitor Simião

Aos 27 anos, é o gestor cultural mais novo a ocupar o cargo na história da cidade. Graduado em Jornalismo e em Ciências Sociais, tem pós-graduação em Ciência Política. Além de secretário de Cultura, é presidente da Comissão Especial de Preservação ao Patrimônio Artístico e Histórico-Cultural de Maringá (CEPPAHC).



Danielle Christian Ribeiro Barros

Possui graduação em Pedagogia pela Universidade do Estado do Rio Janeiro. Foi delegada federal do Desenvolvimento Agrário, exerceu a função de assessora institucional da Secretaria Municipal de Educação, do município de Duque de Caxias, na área de desenvolvimento de projetos multidisciplinares, envolvendo, além da educação formal, cultura, oportunidade e incentivo ao empreendedorismo. Tem experiência na área de políticas públicas relacionadas à Educação do Campo e Agricultura Familiar. Exerce a função de subsecretária de cultura da cidade do Rio de Janeiro.



Antônio Marcus Alves de Souza

Mais conhecido como Marcus Alves, é escritor, jornalista e diretor executivo da Fundação Cultural de João Pessoa (Funjope). Foi professor da Universidade Católica de Brasília (UCB), diretor de Comunicação na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), diretor de Comunicação do Ministério de Integração Nacional, assessor técnico da Secretaria de Desenvolvimento do Centro Oeste, do MI, e secretário de Comunicação nas cidades de Conde e João Pessoa, ambas na Paraíba.



Selley Torino

Secretária municipal de empreendedorismo, economia criativa e turismo de Santos, atua há 15 anos na área social. Iniciou a carreira em escolas públicas de Santos. Em 2004, ingressou na COSIPA e trabalhou na Assessoria de Relações Comunitárias, desenvolvendo projetos sociais em Cubatão, Santos e São Vicente. Nessa época, também coordenava o Painel Consultivo Comunitário no CIESP de Cubatão. Em 2011, migrou para a Santos Brasil, coordenando a área corporativa de Responsabilidade Social. A partir de 2013, passou a atuar no Fundo Social de Solidariedade de Santos.



Aldo Valentim

Professor e gestor público. Doutorando em Políticas Públicas na UFRGS, mestre em Gestão e Políticas Públicas pela FGV e em Artes pela UNICAMP. Foi pesquisador visitante na University of Haifa, em Israel. Foi secretário nacional da economia criativa e diversidade cultural no governo federal. Bacharel em Relações Internacionais pela FMU, com aperfeiçoamento em Cooperação Cultural Internacional, pela OEI, em Madri. Foi secretário municipal da cultura adjunto em São Paulo. Também em São Paulo, foi coordenador na Secretaria de Planejamento e Gestão, coordenador de fomento à cultura e coordenador de projetos.

Tema da palestra – Encontro criativo

Tema – Economia do futuro: tendências em atividades e profissões dos setores criativos



Fábio Cesnik | Empresário

Graduado em Direito pela Universidade de São Paulo. Vice-presidente de Relações Institucionais da Câmara de Comércio Brasil-Califórnia (BCCC). Ex-presidente da Comissão de Mídia e Entretenimento do Instituto dos Advogados de São Paulo (IASP) e ex-presidente da Comissão de Direitos Autorais, Imateriais e Entretenimento da OAB-RJ. É sócio do Cesnik, Quintino, Salinas, Fittipaldi e Valério Advogados e da Animus Consultoria."



Fernando Altério | Empresário

Fundou o Palace, em 1982, a primeira casa de espetáculos de São Paulo. Está há 39 anos à frente da Time For Fun, empresa líder no mercado de entretenimento ao vivo na América do Sul com operações no Brasil, Argentina e Chile. Foi precursor no mercado sul-americano na promoção de espetáculos originais da Broadway e lançou, no ano 2000, o primeiro sistema de venda de tickets on-line ao trazer para a América do Sul a Ticketmaster. Também saiu à frente na produção dos espetáculos do Cirque du Soleil no continente. Organizou shows como U2, Madonna, Rolling Stones, Paul McCartney, Roger Waters, Coldplay, AC/DC, entre outros, além de ser o promotor do Lollapalooza Brasil, desde 2014.



Fernando Gabriel | SEO da STRM

Mais de 15 anos de experiência no segmento artístico musical como cantor, compositor, empresário, investidor. É especialista em identificar e diagnosticar ativos musicais, combinando inteligência artificial e experiência prática de mercado para conectá-los ao universo de investimentos por meio de tecnologia.



Deca Farroco | Gerente de produção da Fundação Roberto Marinho – Canal Futura

Atuou como gerente na Unidade de Patrimônio e Cultura. Foi responsável pelo projeto de desenvolvimento e implantação do Museu de Arte do Rio (MAR), inaugurado em março de 2013 em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro. Gerenciou a concepção, desenvolvimento e a implantação do Museu do Amanhã, inaugurado em dezembro de 2015. Em 2016, integrou a equipe de reconstrução do Museu da Língua Portuguesa em São Paulo, sendo responsável pelo gerenciamento de conteúdo, programa educativo e sistema de acessibilidade.



Fabio Alberici

Empreendedor, jornalista, MBA em Marketing, cursos e especializações em temas como Design Thinking, Gestão de Pessoas, e Superapresentações. Possui graduação em Comunicação Social pela PUC-SP. Começou em grandes empresas e é sócio-fundador da Comunicare, iniciada em 2003. Atendeu clientes como Nestlé, IE University, Gocil, RICO (hoje Grupo XP), Grupo Corpus, Bridgestone-Firestone. Também é sócio-fundador do Eu2B.com.

RELEMBRE O QUE ACONTECEU NA EDIÇÃO DE 2021

O MICBR 2021 foi muito mais do que uma nova edição de um encontro que já havia acontecido em São Paulo em 2018, unificando a mentalidade de investimento em cultura. O mundo ainda sofria os efeitos da Covid-19, o que obrigou a OEI e o governo brasileiro a adiarem em um ano a realização do evento, previsto inicialmente para 2020.

O MICBR 2021 foi o símbolo máximo da resiliência de um setor pujante da economia nacional. Um aviso de que as dificuldades podem ocorrer, mas elas apenas fortalecem aqueles que desejam empreender, que pensam fora da caixa, que têm vontade de colocar as próprias marcas nas mentes das pessoas.

Mais uma vez, o chamamento ecoou para convidar todas as tribos que integram a indústria criativa do país. A exemplo do que aconteceu há três anos, a intenção era colocar frente a frente empresas e empreendedores dos setores culturais e criativos do Brasil e de outros países. O objetivo era fazer com que a nossa produção crescesse e fosse ouvida pelos demais países que se encontram sob o mesmo manto da língua portuguesa e espanhola da região ibero-americana.

Foram três dias de palestras, encontros de negócios e shows, que vamos detalhar ao longo das próximas páginas. Esperamos que quem participou conosco tenha gostado e aproveitado o momento para fechar bons negócios e parcerias. E torcemos que, ao lembrar aqui tudo o que aconteceu, fiquem felizes por terem participado, como protagonistas, de mais um capítulo da história criativa de nosso país e da nossa região.

Desejamos que aqueles que não participaram possam, ao ler as próximas páginas, sentir a mesma chama e a mesma emoção experimentada pela equipe que idealizou o evento.

Que venham dias melhores; eles virão. Afinal, como disse Sarah Ellis, diretora de desenvolvimento digital do Royal Shakespeare Company, citando o multiartista David Bowie: *“o amanhã pertence àqueles que podem escutá-lo chegando”*.

Cultura, investimento e tecnologia marcam o MICBR 2021

A importância de articulação de encontros como MICBR é notável dentro de um contexto de ativação continuada de redes criativas e construção de trocas artísticas e comerciais sólidas no mercado nacional e internacional. Auxilia o fortalecimento da cultura e da economia criativa brasileira por meio de sua expansão e visibilidade, permitindo arranjos para a projeção da imagem do Brasil mediante a cultura, estimulando sua influência global a cada edição.

O MICBR 2021 dividiu-se em dois dias de palestras e rodadas de negócios para fomentar a cultura e a indústria criativa. Nas próximas páginas, vocês poderão acompanhar alguns dos momentos marcantes do evento, nas palavras de vários participantes do encontro.

Dia 17 – Abertura dá o tom do MICBR 2021

MICBR 2021 traz expectativa por geração de novos negócios para as indústrias criativas



O retorno tão esperado por empreendedores, agentes culturais, artistas e investidores que movimentam a indústria criativa no país se concretizou com a abertura da segunda edição do Mercado das Indústrias Criativas do Brasil 2021 (MICBR 2021). Com o peso de quem gerou mais de R\$ 30 milhões nos três dias de rodadas de negócios, na edição anterior, em 2018, o evento chegou renovado, totalmente on-line, mais acessível e com a missão de renovar ânimos e a capacidade do setor cultural de se reinventar, após perder 244 mil postos de trabalho no Brasil durante a pandemia.

Felipe Carmona, secretário nacional de direito autoral da Secretaria de Cultura, anunciou o trabalho de desburocratização no registro de obras autorais feito pela pasta. Toda criação pode ser registrada, informou. *“Agora estamos tentando desburocratizar, porque hoje, se você for tentar registrar uma obra de arte, demora meses. Estamos tentando agilizar isso através da tecnologia”*, antecipou.

No primeiro dia do evento, realizado pela Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) no dia 17, o destaque foi para as manifestações de incentivo à produção criativa do país e à capacidade de reinvenção dessa indústria, presente no case trazido por Sarah Ellis, diretora de desenvolvimento digital da Royal Shakespeare Company (Reino Unido), que falou sobre *“O pós-pandemia e a recuperação da economia criativa na área das artes digitais e da música”*.

Sarah Ellis compartilhou o desafio de levar o teatro ao público longe dos palcos presenciais, e como reaprender a se conectar com ele de outras formas, em diversos canais. *“A pandemia não acabou e devemos pensar sobre mundos híbridos interconectados, global, nacional e localmente”*, destacou a diretora. *“O grande impacto no nosso setor é que as casas agora são espaços culturais. Não são apenas uma conexão onde esperamos que o público chegue até nós. É nosso trabalho ir até o público e buscá-lo onde quer que ele esteja”*, concluiu.

De forma virtual, o secretário especial de cultura, Mário Frias, participou da cerimônia oficial de abertura do MICBR 21, destacando importância dos resultados de negócios gerados pela primeira edição, evento que ele reconhece como *“uma política de estado, voltada ao estímulo, ao empreendedorismo cultural, à circulação e à comercialização nacional e internacional de nossos bens e serviços criativos”*. Frias admitiu que o desenvolvimento e o crescimento do setor cultural produtivo passam, necessariamente, pela eficiência da atuação estatal.

Negócios

Para o diretor e chefe da representação da OEI no Brasil, Raphael Callou, o segmento vive momento decisivo de retomada, lembrando que ele foi o primeiro a ser afetado e o último a se recuperar. *“Esse panorama nos inspirou também a fazer algumas adaptações nesse MICBR, que agora é totalmente on-line, mais acessível e inclusivo, focado nas rodadas de negócios”*, frisou. Ele destacou que o evento chegou à segunda edição trazendo muita responsabilidade, mais de 600 rodadas de negócios e mais de 30 palestrantes, com um amplo rol de atividades.

Com fala voltada à importância e ao peso das indústrias criativas no Brasil, Rodrigo Rossi, coordenador nacional de cooperação da OEI, enfatizou a importância da riqueza e diversidade cultural brasileira, reconhecida no mundo inteiro, e mandou um recado animador aos participantes do evento: *“o Brasil se destaca pela sua diversidade e riqueza cultural; isso nos une enquanto nação. E o MIC é exatamente esse espaço, onde a diversidade, a criatividade e as ideias são transformadas em negócio. Aos empreendedores que foram selecionados nos editais, se preparem, porque a OEI e a Secult vão apoiar vocês ao máximo, para gerar o maior número possível de negócios”*.

Em seguida, o secretário especial de cultura substituto, André Porciúncula, fez críticas à classificação da cultura como serviço não essencial, pelos gestores públicos, que segundo ele, gerou a interrupção do acesso à cultura. Ainda criticou quem atrela a sobrevivência do setor cultural ao aporte de verbas públicas. *“Existe um estigma equivocado de que cultura sobrevive e vive apenas do dinheiro do contribuinte, com dinheiro público. Não é verdade”*, afirmou.

A importância do papel do Estado nesse setor também foi reafirmada por Aldo Valentim, secretário nacional da economia criativa e diversidade cultural da Secretaria Especial da

“Esse panorama nos inspirou também a fazer algumas adaptações nesse MICBR, que agora é totalmente on-line, mais acessível e inclusivo, focado nas rodadas de negócios”
Raphael Callou

“*aos empreendedores que foram selecionados nos editais, se preparem, porque a OEI e a Secretaria de Cultura vão apoiar vocês ao máximo, para gerar o maior número possível de negócios*”
Rodrigo Rossi

Cultura. De acordo com ele, o atual governo fez o maior repasse de recursos ao setor cultural, no valor de R\$ 3 bilhões. Mencionou, ainda, ações emergenciais feitas pelo governo federal para socorrer o setor criativo e criticou o excesso de dependência do setor das verbas públicas. *“Temos que pensar a cultura contando com outros parceiros, sem dependência excessiva, exclusiva do Estado”*.

Encerrando a cerimônia de abertura, Daniel Diniz, ministro do turismo substituto, mencionou uma enquete que costuma fazer com turistas, acerca do que mais gostam no Brasil. As respostas geralmente citam o povo, a diversidade cultural e as belezas naturais. Ele usou essa referência para destacar a importância do MICBR, ao tratar dessa diversidade cultural.

A programação do primeiro dia do evento foi encerrada com a apresentação cultural do grupo Chorando as Pitangas, reconhecido pela crítica como um expoente do novo choro brasileiro.



Grupo
Chorando as
Pitangas

Dia 18

KondZilla, internacionalização da cultura, estratégia e erro para produzir cultura marcam segundo dia do MICBR 2021

Uma das principais atrações do MICBR 2021, o empresário, diretor de criação e produtor Konrad Dantas, mundialmente conhecido como KondZilla, contou a trajetória do menino da periferia de Santos, que perdeu a mãe aos 18 anos e hoje, aos 33, é dono do maior canal de músicas do YouTube da América Latina, com 65 milhões de inscritos – terceiro maior do mundo – de uma gravadora, de uma empresa de licenciamentos e com parcerias de programas com a Netflix, Paramount, Globoplay e Multishow.



KondZilla

KondZilla abriu a palestra dizendo que é preciso sempre ter um sonho e uma meta a ser alcançados diariamente, evitando, assim, a frustração de chegar aonde se quis e achar que não tem mais nada a alcançar. O artista também explicou que precisa manter o vínculo com suas origens. *“Falo com meus amigos diariamente. Saí da favela há 10 anos, mas continuo produzindo coisas para ela. Falo com os jovens para me inteirar das gírias e saber do que eles gostam e o que estão ouvindo”*, ensinou.

KondZilla lembrou o início difícil, quando escrevia canções de hip hop, gravava CDs dos amigos e revendia para as gravadoras de funk de São Paulo. Com o dinheiro herdado do seguro de vida deixado pela mãe, bancou um curso de Web Designer. Depois, fez um curso de Direção para produzir os próprios videoclipes. Foi videomaker do Charlie Brown Junior, passou a agenciar artistas – hoje tem um casting de quase 100 cantores de funk – e, desde 2017, aboliu armas, mulheres com roupas íntimas e palavrões dos clipes que produz.

“Produzo música, conteúdos editoriais, vídeos, esquetes de humor para o Porta dos Fundos. Fui um dos primeiros parceiros para produção de podcasts para o Spotify. Faço Branded Content, Product Placement – inserir produtos na narrativa sem parecer – roteirizo e produzo conteúdo para TV aberta, fechada e paga, edito músicas e administro carreiras, além de ter uma empresa de licenciamento de produtos como cadernos, capas e capacetes de moto, bonés e chinelos”, enumerou ele. E o futuro? “Vou produzir conteúdo para a área de educação. Será o que chamo de ‘eduternimento’. Queria ganhar dinheiro, sair da favela, como devolvo isso pra sociedade? Se fosse só ganhar dinheiro, seria um porre”, ensina ele.

Trajetórias de sucesso

Outros encontros criativos e diálogos setoriais envolveram o público do MICBR com histórias que mudaram vidas, tinham tudo para dar errado, mas acabaram gerando bons negócios. Elas foram contadas em “O segredo do erro”, painel mediado pela produtora cultural Lu Fandinho. O enredo reuniu cinco profissionais ligados à indústria criativa, como Chico Pelúcio, ator e diretor de teatro, que tem uma lista de empreendimentos culturais na cena de Belo Horizonte, que une arte e ações sociais em 17 projetos, alavancados com poucos recursos.

“Falo com meus amigos diariamente. Saí da favela há 10 anos, mas continuo produzindo coisas para ela. Falo com os jovens para me inteirar das gírias e saber do que eles gostam e o que estão ouvindo”
KondZilla



Chico Pelúcio

Outra história inspiradora é a de Raphael Mayer, empreendedor cultural que se tornou conhecido pela ferramenta social Simbiose, criada para viabilizar a gestão de empreendimentos culturais e democratizar o uso de recursos públicos para projetos culturais. *“Conseguimos trazer inteligência e dados para viabilizar esses investimentos”, conta.*

Além de Raphael, que foi tateando até conseguir apoio do Facebook para tornar a ferramenta de fato eficiente, o bailarino argentino, coreógrafo e mestre de dança contemporânea, Gustavo Lesgart, teve um longo aprendizado em vários países até se consolidar como um profissional reconhecido no meio. Arriscou trocando a arquitetura pelo teatro e dança, mas contou que achou seu espaço em várias companhias independentes de dança.

Mesmo em área distinta, com Gabrielly Musso não foi diferente. A líder de mercado da Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior) criou o movimento de incentivo a jovens empreendedores. *“Estamos em todos os estados do Brasil hoje, desenvolvendo habilidades na área de gestão, vendas, cursos etc.”*, contou Gabrielly, que demorou

a conquistar a confiança dos clientes. Mesmo caso do gamer Patrick Natividade, ex-gari, morador de periferia, que hoje tem carteira assinada para jogar Free Fire e complementa a renda como youtuber.

Estratégias

Outro destaque da programação foi o Diálogo Intersetorial “Identidade local, visibilidade global: as estratégias para a internacionalização da cultura brasileira”, que reuniu estratégias relevantes para divulgar nossa cultura em outros países. Chefe da divisão de ações de promoção da cultura brasileira do Itamaraty, Adam Jayme Muniz informou que o ministério não faz política cultural, mas política externa. “Se você tem ideia ou outro projeto em outro país, procure os postos diplomáticos do Brasil naquele país”, indicou. “Somos uma potência criativa em muitas dimensões”, disse.

Carlos Alberto Pereira Junior, gestor público municipal de cultura e economia criativa, trouxe para a discussão uma lacuna que, segundo ele, acontece na economia criativa: a diversidade cultural. “Não adianta falar de economia criativa se não tiver processo de educação. Quando vamos começar a falar em educação patrimonial, para o turismo e para regiões que podem ser transformadas em vetores de desenvolvimento?”, questionou.

Já Soraya Pessino, especialista em Gestão Pública e professora de Relações Internacionais, reconhece que são várias as estratégias para internacionalização da cultura. “É importante pegar essa diversidade cultural como elemento de promoção internacional, porque são instrumentos que temos para promover nossas riquezas”, destacou. O painel foi mediado pela produtora cultural Patrícia Maia Boldrin.

Setor se reinventa por causa da pandemia

O setor cultural sofreu durante a pandemia, mas a tecnologia e as novas formas de produção podem ajudar o setor a se reinventar. Essa foi a principal conclusão do painel que reuniu Natalia Armijos, diretora geral de cultura da Organização de Estados Ibero-americanos para

a Educação, Ciência e a Cultura da OEI e o secretário nacional da economia criativa e diversidade cultural da secretaria de cultura, Aldo Valentin.

Ambos apresentaram o estudo “Contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico dos países ibero-americanos”, uma parceria da OEI com a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL). “Sabemos que ainda estamos diante de questões de isolamento social, o que impede o desenvolvimento da indústria como se esperava no período pré-pandemia. Estava tudo pronto para lançarmos esse livro no ano passado e fizemos um debate sobre como incluir o legado que estava nos deixando a pandemia. Não nos arrependemos de repensar o trabalho”, afirmou Natalia.

“É importante o levantamento dos indicadores para o monitoramento das políticas, bem como para a tomada de decisão dessas políticas públicas e saber a importância das políticas de inclusão. Existe a tendência do aumento das receitas e, conseqüentemente, do consumo com o avanço das tecnologias, como as plataformas de streaming, por exemplo”, completou Aldo.

“É importante o levantamento dos indicadores para o monitoramento das políticas, bem como para a tomada de decisão dessas políticas públicas e saber a importância das políticas de inclusão. Existe a tendência do aumento das receitas e, conseqüentemente, do consumo com o avanço das tecnologias, como as plataformas de streaming, por exemplo”
Aldo Valentin

Dia 19

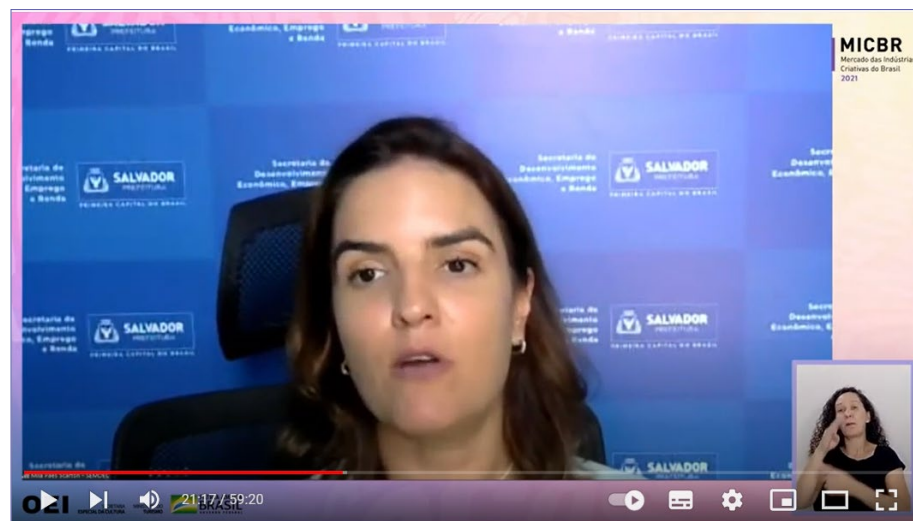
Inovação, adaptação e empreendedorismo são destaques no último dia de MICBR 2021

Dois setores distintos trouxeram experiências e dados que evidenciam efeitos da pandemia na forma de compartilhar produtos, conteúdos e, também, de empreender. Destaques do último dia da programação do MICBR 2021, os diálogos intersetoriais

trouxeram reflexões sobre “Programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo” e sobre “Museu de novidades: a inovação nos museus”, temas que se destacaram nas lives do dia. “Durante a pandemia, houve um aumento do número de empreendedores no Brasil, mas não por opção, e sim por questão de sobrevivência”, disse Ênio Duarte Pinto, gerente da Unidade de Relacionamento do Sebrae Nacional. “O empreendedorismo, de certa forma, venceu a pandemia, ao manter pequenos negócios ativos”, afirmou.

Segundo ele, nesse período de isolamento, a forma de empreender também teve que ser reavaliada por grandes empresas, como a Starbucks, por exemplo, maior rede de cafeterias do mundo. O gerente do Sebrae contou que a rede está redefinindo seu modelo de negócios para algo próximo do sistema drive-thru. Ênio também explicou que o Sebrae se manteve próximo dos empreendedores nesse período, com consultorias tecnológicas e conteúdos *on-line*.

Muito ativa na capital, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Emprego e Renda de Salvador, com vários programas de incentivo à indústria criativa, agora trabalha no sistema de tributação para fomentar essa indústria, com o objetivo de minimizar impactos da Covid no setor, conforme anunciou Mila Scarton, titular da pasta, em Salvador.



Mila Scarton

Para Eduardo Saron, diretor do Itaú Cultural, a pandemia trouxe graves impactos ao setor cultural, mas também abriu muitas possibilidades. “Não há algo mais eficaz contra a depressão e a ansiedade do que a arte e a cultura”, disse, afirmando que a indústria criativa gera mais empregos do que a indústria da construção.

Novidades

Os museus também são referência de reinvenção na pandemia. É o caso do Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR). “Nosso público virtual já superou o presencial. Tínhamos 96 mil de visitantes no formato presencial e hoje são 125 mil virtuais”, revelou Alexandro Lima, coordenador geral de administração do MAR, na Organização dos Estados Ibero-americanos no Brasil. Hoje, o MAR já funciona em formato híbrido e deve permanecer assim. O coordenador citou ainda outra inovação no museu nesse período de pandemia: a universalização do acesso a partir do momento em que todas as atividades desenvolvidas presencialmente migraram para o formato digital.

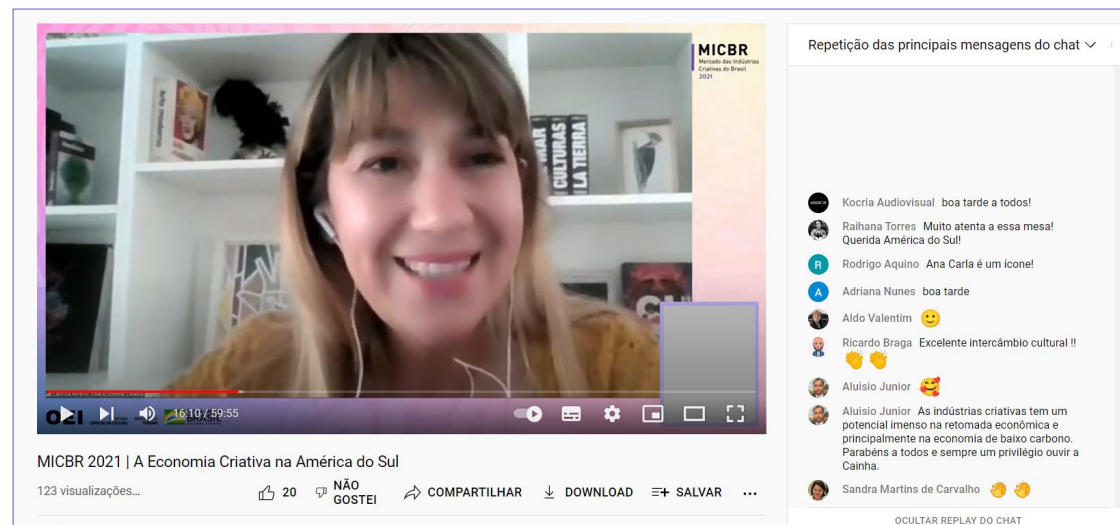
Quem também comemorou os avanços em inovação nesse setor foi Andres Gribinicow, diretor executivo da Associação Amigos do Museu Nacional de Bellas Artes (Argentina). “A Associação se manteve mais ativa na pandemia, com a oportunidade de expandir cursos em meio digital que não seriam viáveis no mundo presencial”, afirmou. Também disse que nesse período conseguiram aumentar o número de sócios, de alunos, de matrículas em toda a Argentina, por causa do formato virtual.

Alex Calheiros, diretor do Departamento de Processos Museais do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), reforçou a importância dos museus na cadeia criativa, mas contou que, no início da pandemia, havia uma impressão de que os museus entrariam em colapso. “A pandemia nos abriu oportunidades de pensar os museus de outras formas”, disse. Ele informou que, em breve, o Ibram se tornará um órgão fiscalizador do patrimônio dos museus. Atualmente, o Instituto também está dialogando com OEI para desenvolver uma solução tecnológica que disponibilize metadados dos museus.

A realidade de nossos vizinhos

Um dos painéis mais esperados dessa edição de 2021 foi o “Diálogo intersetorial: a economia criativa na América do Sul”, no qual os vizinhos do Brasil expuseram as ações tomadas localmente para estruturar e impulsionar a indústria criativa local.

A secretária executiva de Economia Criativa do Ministério das Culturas, Artes e Patrimônio do Chile, Carolina Pereira, contou que o plano nacional de economia criativa foi lançado em 2015, justamente para inserir o setor na pasta na qual ela é secretária. *“A partir de 2018, aceleramos esse processo de institucionalização, buscando fomentar a produção local e a internacionalização dos produtos. Mas a pandemia nos impôs um tremendo desafio ao mostrar a precarização do setor”.*



Carolina Pereira

“A partir de 2018, aceleramos esse processo de institucionalização, buscando fomentar a produção local e a internacionalização dos produtos. Mas a pandemia nos impôs um tremendo desafio ao mostrar a precarização do setor”

Carolina Pereira

Essa precarização passava pelo fato de os trabalhadores terem de exercer muitas funções para conseguir algum nível de sustento. A pandemia também forçou o processo de digitalização, algo para o qual muitos trabalhadores e setores não estavam ainda preparados.

Luis Sanjurjo, do Ministério da Cultura da Argentina, associou o desenvolvimento cultural e produtivo às formas de financiamento. *“O mundo assiste a um momento de liquidez, de volatilização dos limites. Precisamos permitir o acesso desses recursos ao processo produtivo”*, declarou. Isso também passa, segundo o profissional argentino, pelo reconhecimento de setores de alto potencial no país, como o tango e o circo, por exemplo. *“Desenvolvemos ainda uma plataforma digital para promoção da indústria cultural e um catálogo exportável de produtos”.*

O diretor de políticas públicas para artes, empreendedorismo e inovação do Ministério da Cultura e Patrimônio do Equador, Pablo Villalva Guzmán, lembrou que, há pouco mais de 10 anos, a política cultural equatoriana estava difusa em várias entidades e ministérios. O país aprovou leis específicas para o setor em 2016 e, a partir de então, o Ministério começou a definir competências criando um sistema específico para identificar setores da cultura nacional.

“Equador é um país musical e adoram dançar. Cerca de 65% de nossa produção cultural está ligada à música”, disse Pablo Guzmán. *“Vivenciamos, sobretudo com a pandemia, a necessidade de compreender o panorama global das indústrias criativas. Temos muitos produtores, criadores e poucos meios de distribuição. E a necessidade de criar um plano de diversificação para fazer do Equador um destino de atração criativa”.*

“Passamos por um processo de certificação de ofícios técnicos da indústria criativa, de profissionais que estão em etapa inicial e daqueles que desejam entrar neste setor”

Lys Gainza

Já a coordenadora do Departamento de Indústrias Criativas do Ministério da Educação e Cultura do Uruguai, Lys Gainza, afirmou que o país, apesar de ser pequeno e com a maior parte da população concentrada em Montevidéu, tem áreas territoriais e o esforço maior é pela descentralização das políticas da indústria criativa.

“Passamos por um processo de certificação de ofícios técnicos da indústria criativa, de profissionais que estão em etapa inicial e daqueles que desejam entrar neste setor”, explicou Lys. “É um processo de transformação e conhecimento da forma como podemos apresentar os produtos da economia criativa”, completou.

O futuro dos setores criativos

Tecnologia, inteligência artificial, algoritmos, aliados à capacidade criadora inata dos seres humanos criativos. Esses foram os eixos do painel *“Encontro criativo e economia do futuro: tendências e profissões dos setores criativos”*. Em um debate de duas horas, o presente e futuro do setor foram debatidos com propriedade e riqueza de detalhes.

Fábio Cesnik, sócio-fundador da Cesnik, Quintino, Salinas, Fittipaldi e Valério Advogados, destacou que o país desenvolveu, ao longo dos anos, uma política robusta de fomento. *“Essa construção permitiu, associada aos empreendedores, formar um sistema sólido de cultura, espaços culturais que deixou o país na vanguarda desta indústria”*.

O advogado acrescentou que a pandemia impactou a todos ao impor às pessoas a perda da experiência do ao vivo. *“A gente tem uma oportunidade para readaptação. A virtualização do mundo veio para ficar. Temos vistos muitas plataformas de e-learning, streaming, e-book”, enumerou.*

Fernando Altério, CEO da T4F, empresa que há 32 anos oferece experiências diversas de entretenimento, destacou as novas profissões criadas na indústria criativa. Muitas delas já existiam, mas não faziam parte do universo cultural, como engenheiros de

dados. *“Vivemos uma jornada digital com decisões tomadas com base em dados. Medimos a relevância do artista de forma quantitativa para dar valor a ele, medindo as formas de crescimento do trabalho dele”*.

Esse processo envolve não apenas os artistas, mas os consumidores. *“As novas gerações, mais do que seguir os artistas preferidos, são guiadas pelo tipo de experiência oferecida a eles. Precisamos entender de gastronomia, fazer estudos com realidade aumentada”*.

Para o CEO da STRM, Fernando Gabriel, a digitalização do mercado gera muitos dados e informações que auxiliam na tomada de decisões. *“Só o Spotify lança mais de 60 mil músicas por dia. A sensibilidade sempre foi importante, mas, hoje, as margens de erro são enormes. É preciso entender que o modelo de indústria mudou”, afirmou.*

A plataforma STRM monitora mais de um milhão de artistas, 17 milhões de lançamentos e 70 milhões de faixas. *“Para o artista, o mais importante sempre vai ser o lado criativo. Ter conhecimento sobre essas questões de tecnologia e comportamento ajuda, mas para o artista em si o que vai contribuir para a carreira é a sua essência, seu diferencial, a criação. Para os demais profissionais não, é parte fundamental ter a percepção clara de dados, como consegue promover e distribuir esse conteúdo de forma mais eficiente”*.

A gerente de produção da Fundação Roberto Marinho e do Canal Futura, Deca Farroco, brincou durante o debate, que enquanto os colegas de painel estavam pensando no futuro, ela estava centrada no presente, com um pé no passado. Isso porque ela é especialista em museus. *“As pessoas olhavam os museus como uma coisa de antiga-*

“As pessoas olhavam os museus como uma coisa de antigamente. Mas promovemos uma revolução no setor, quando inauguramos museus com narrativas tecnológicas, como o Museu da Língua Portuguesa, do Futebol e do Amanhã. Hoje, os acervos não são mais a centralidade do setor, mas, sim, os visitantes”

Deca Farroco

mente. Mas promovemos uma revolução no setor, quando inauguramos museus com narrativas tecnológicas, como o Museu da Língua Portuguesa, do Futebol e do Amanhã. Hoje, os acervos não são mais a centralidade do setor, mas, sim, os visitantes”.

Ela falou também com bastante orgulho do projeto da Fundação em parceria com a Organização dos Estados Ibero-americanos, a Co.liga. “É uma escola que se pretende ser diferente, livre, para incluir as juventudes C, D e, que hoje, estão alijadas do dito mercado da indústria criativa”. Deca explica que a intenção é criar conexões, redes, para aproximar os meninos carentes de possíveis jobs. “É preciso ter mais atenção para a entrada no mercado de trabalho. Faltam ofertas e a juventude com menos oportunidades precisa de mais apoio”.

Sobre como atuar e resistir nesse mercado, a palavra que permeia as falas dos debatedores é paixão. “Só consegue ser resiliente se tiver paixão pelo segmento” afirmou Fernando Gabriel. Para Deca, a frase basilar é: “Só as pessoas inovam”.



Deca Farroco

Julia Stateri, da empresa Pequenos Nativoz do setor de games:

“Considero que minha participação no MICBR 2021 foi bastante proveitosa. O evento superou minhas expectativas e reavivou minhas forças para trabalhar no meu projeto, o Pequenos Nativoz, posteriormente à entrega definida pela Lei Aldir Blanc. Penso que será possível desenvolver desdobramentos do produto, fortalecer contatos tanto no mercado, quanto na academia e ganhar alcance no exterior. Indicaria com tranquilidade a participação na próxima edição do evento aos colegas”.

Andrey do Amaral dos Santos, da empresa Pergunta Fixar da área editorial:

“Estar num evento da magnitude do MICBR é maravilhoso para empresas como a minha, porque ampliamos nosso escopo de participação em empreendimentos diversos. Fizemos negócios para além do mercado editorial. Depois do MICBR, transformamos os títulos da Pergunta Fixar em espetáculos teatrais, vendemos e compramos direitos autorais, pensamos em coedições, nos aproximamos da indústria de games, entre outros negócios com diversas linguagens culturais. Talvez sozinhos jamais conseguiríamos realizar tanto, mas, impulsionados pelo MICBR, produzimos muito e com resultados positivos”.

Iris Macedo, da empresa de artes cênicas Fervo Projetos:

“O MICBR, além de ter sido uma experiência cultural bastante enriquecedora, me permitiu ampliar a rede de contatos nacionais e internacionais, resultando em nossa participação no MICA (Mercado de Indústrias Culturais Argentinas). O formato gamificado deu um toque especial ao evento, e a qualidade das palestras, encontros intersetoriais e treinamentos foi surpreendente. Tive o privilégio de apresentar a Plataforma de Internacionalização MERCADANÇA, na rodada de negócios, que foi muito bem recebida, e estou ansiosa para as futuras edições do mercado para realizar novos negócios”.

Pedro Guilherme de Pontes Galliez Pinto, da empresa de audiovisual Multi Arte Brasil (MAB):

“Fiz novos contatos e aprendi com os negócios criativos de outros participantes. As rodadas de negócio me possibilitaram estar cara a cara com potenciais parceiros e compradores, abrindo promissoras oportunidades para a produtora, tanto na prestação de serviços, quanto na realização de novos projetos. Uma iniciativa que colaborou muito com a trajetória da MAB. Obrigado MICBR”.

Juska Mendonça, agente de produção, representante de Sergio Groove:

“Participar do MICBR 2021 foi uma oportunidade ímpar de se conectar a outros setores da cultura, bem como conhecer novos talentos na música. O movimento artístico musical não está centrado apenas no artista e sua música, mas em toda uma cadeia de agentes promotores, onde o MICBR entra como um elo forte no encontro desses recursos com grande contribuição para o desenvolvimento da economia criativa no Brasil”.

Sergio Groove, músico contrabaixista:

“Mostrar meu trabalho a agentes culturais de outros lugares do Brasil nas rodadas de negócios do MICBR 2021 está sendo de grande importância para ampliar minha rede de contatos que vem se construindo desde meu início de carreira, há 30 anos atrás. Não se consegue medir a real conquista dos resultados dessa participação, pois abrir portas para o conhecimento é tão fluido como a música e a criatividade: o alcance vai além do visível”.

MICBR 2021 É SUCESSO NAS PÁGINAS, NAS REDES E NAS PLATAFORMAS DE TODO O PAÍS

Um evento de cultura criativa precisa de uma estrutura de divulgação à altura para comunicar, difundir e perenizar os debates realizados em alto nível por todos os convidados, palestrantes, debatedores e moderadores.

O MICBR 2021 cumpriu seu papel efetivo nessa área, algo muito importante em um evento que, diferentemente da edição de 2018, foi totalmente on-line, por conta das limitações impostas pela pandemia do coronavírus.

Além da divulgação na mídia tradicional, uma estrutura de redes sociais envolvendo site próprio, além de Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, assegurou um acompanhamento qualificado do evento e gerou ótimo retorno aos participantes.

Mídias tradicionais diversas apresentam o MICBR 2021

Ao longo dos três dias de evento, foram geradas 147 publicações em mais de 60 veículos nacionais. Dentre eles, destacam-se: *Estadão*, revista *Veja*, revista *Exame*, revista *IstoÉ*, portal *UOL*, portal *Yahoo!*, portal *R7*, *SBT News*, *Folha de Pernambuco*, *Agência Brasil*, *Correio Braziliense*, *Metrópoles* e *Jovem Pan*.

Destaques

Metrôpoles
KondZilla revela segredos do sucesso no YouTube durante a MICBR 2021

ESTADÃO
Indústria criativa: resiliência e esperança em tempos pós-covid

Agência Brasil
Organização internacional quer impulsionar indústria criativa brasileira

Política
Indústria criativa: resiliência e esperança em tempos pós-covid

Evento: Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR) 2021
Evento promove intercâmbio entre empresas criativas até amanhã

FOLHA de PERNAMBUCO
Evento da indústria criativa quer reverter impactos da pandemia na cultura nacional

veja
Mercado da indústria criativa se reúne para discutir retomada dos negócios

Coluna Radar/veja
Atingida em cheio pela pandemia da Covid-19, a indústria criativa gera quase 5 milhões de postos de trabalho no país e é responsável por 2,6% do PIB, mas encolheu 5% com o fechamento de cinemas, teatros e museus e a suspensão de shows e espetáculos.

Portal Metrôpoles
Indústria criativa busca reverter impactos da pandemia na cultura

ISTOÉ
Empresas criativas do Brasil promovem intercâmbio com a Ibero-América

Evento: Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR) 2021
Evento promove intercâmbio entre empresas criativas até amanhã

exame.

Por Marcio de Freitas*

Economia criativa

O Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR 2021) segue se reinventando e está otimista em relação à recuperação pós-pandemia. O megaevento, que acontecerá de 17 a 19 de novembro, de maneira virtual, reunirá 115 empreendedores e investidores de nove segmentos para discutir a retomada do setor. Há cerca de um ano, o setor empregava, direta ou indiretamente, 3,2 milhões de pessoas. No fim de 2020, esse número caiu para 2,7 milhões, mas agora deve voltar a subir. As inscrições estão abertas pelo [site](#).

Wabi com 50% de desconto

O delivery Wabi está antecipando as promoções num "esquentar" com ofertas exclusivas em todas as suas plataformas: produtos de limpeza, higiene, snacks e bebidas alcoólicas poderão chegar até 50% off. A ideia é oferecer ainda mais oportunidades para os seus clientes, que vão dos varejistas até o consumidor final. Na Semana Verde, entre os dias 08 e 12 de novembro, o lojista poderá abastecer a loja com descontos no Wabi2b e se preparar para as vendas pelo aplicativo Wabi durante a Semana Vermelha, que vai acontecer entre 22 e 30 de novembro.

Safra adere a Pacto da ONU

OEI promove eventos para players do setor cultural em busca de negócios

Para entender mais, a **Bússola** conversou com o diretor.

Bússola: O Mercado das Indústrias Criativas Brasil (MICBR21) acontece em que a indústria cultural brasileira ainda se resente dos efeitos da pandemia? O que o encontro traz de conteúdo e informação relevante neste momento do setor?

Raphael Calouso: O MICBR é uma iniciativa que visa fortalecer não só a parte como também a de geração de oportunidades. Nesse sentido, teremos mais encontros dentro das rodadas de negócios em nove diferentes eixos da economia criativa que são: audiovisual e animação, design, moda, editorial, jogos eletrônicos, patrimônio, artesanato e artes cênicas, constituindo, assim, uma ferramenta parcerias e de estabelecimento de oportunidades de negócios entre compra empreendedores da área.

Entendemos também que esse é um momento de reinvenção, de reorientação do setor, e nossa percepção é a de que, por meio das rodadas de negócios, conseguimos gerar um ambiente de sinergia entre as demandas dos compradores, orientados para o mercado da indústria criativa, e os empreendedores criativos, que poderão apresentar e colocar à disposição dos mercados seus produtos, serviços e demais criações.

Bússola: A cadeia produtiva das indústrias criativas é extensa, não se limita apenas ao cantor, gamer, estilista ou coreógrafo/dançarinos visíveis ao público. As parcerias surgidas do MICBR2021 poderão auxiliar também os profissionais por detrás dos palcos?

Exame/Bússola 12/11/2021

<https://exame.com/bussola/o-que-promove-eventos-para-players-do-setor-cultural-em-busca-de-negocios/>

Exame/Bússola 10/11/2021

<https://exame.com/bussola/alternativa-consumo-de-alimentacao-fora-de-casa-sinaliza-elevacao/>

Portal SBTNews 9/11/2021

<https://www.sbtnews.com.br/noticia/brasil/>

Evento internacional promete impulsionar indústria criativa no Brasil

O MICBR 2021 é uma parceria da Organização dos Estados Ibero-americanos com a Secretaria de Cultura do Brasil.

Portal SBTNews 9/11/2021

<https://www.sbtnews.com.br/noticia/brasil/>

Empresas criativas do Brasil promovem intercâmbio com a Ibero-América

Abertura do encontro será no próximo dia 17

A Organização dos Estados Ibero-americanos em parceria com a Secretaria de Cultura do Governo Federal realizam o evento MICBR 2021, Mercado das Indústrias Criativas do Brasil. O evento vai ser realizado de forma on-line nos dias 17, 18 e 19 de novembro, e as inscrições estão abertas.

Leia as últimas notícias no portal SBT News

Cerca de 115 empreendedores, 30 palestrantes e representantes de nove segmentos da economia criativa vão participar do evento virtual. O encontro será aberto ao público em 17 de novembro, e as inscrições estão abertas.

METRÓPOLES

Evento reúne representantes da economia criativa em busca de negócios

O encontro de negócios para nove eixos da economia criativa será debatido virtualmente de quarta (17/11) a sexta-feira (19/11).

Para fomentar a retomada do setor cultural e da economia criativa após o atenuamento da pandemia de Covid-19, o evento Mercado das Indústrias Criativas Brasil (MICBR 2021) voltará a reunir representantes da área em busca de novos negócios.

A ocasião servirá como oportunidade para nove eixos promoverem atividades de formação, como palestras, oficinas e minicursos. O evento é uma parceria da Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural com a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI).

A intenção é colocar empreendedores em contato com possíveis consumidores de produtos e serviços.

A segunda edição do evento ocorrerá entre esta quarta (17/11) e a sexta-feira (19/11). O primeiro encontro, realizado em 2018, **São Paulo**, gerou R\$ 30 milhões em negócios.

Seminário que incentiva negócios criativos termina hoje

Agência Brasil

19/11/2021 07h21

O Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR), evento online, que discute a economia dos setores cultural e criativo, terminará hoje (19). A **programação**, que começa às 10h e se estende até as 21h, terá discussões sobre temas como programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo, inovação dos museus, eventos online e tendências profissionais do mercado.

Também está prevista mais uma rodada de negócios com 115 empreendedores de nove segmentos selecionados e 80 compradores convidados. Essa é a segunda edição do evento, que, em 2018, no primeiro ano, gerou R\$ 30 milhões em negócios, segundo o escritório brasileiro Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI), que organiza a promoção junto com a Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo.

UOL Notícias 19/11/2021

<https://noticias.uol.com.br/mais/noticias/agencia-brasil/2021/11/19/seminario-que-promove-eventos-para-players-do-setor-cultural-em-busca-de-negocios-termina-hoje-no-19/>

R7 BRASILIA

Evento será estímulo para a recuperação econômica do setor cultural, segundo diretor da OEI

RECORD TV INTERIOR RJ

Estão abertas as inscrições para o Mercado das Indústrias Criativas do Brasil, **evento gratuito** voltado para agentes culturais para impulsionar e internacionalizar o mercado brasileiro. Fruto de uma parceria da Organização dos Estados Ibero-americanos com a Secretaria de Cultura do Governo Federal, o evento é virtual e aberto a todos os públicos.

Agência Brasil

Empresas criativas do Brasil promovem intercâmbio com a Ibero-América

Abertura do encontro será no próximo dia 17

A Organização dos Estados Ibero-americanos em parceria com a Secretaria de Cultura do Governo Federal realizam o evento MICBR 2021, Mercado das Indústrias Criativas do Brasil. O evento vai ser realizado de forma on-line nos dias 17, 18 e 19 de novembro, e as inscrições estão abertas.

Leia as últimas notícias no portal SBT News

Cerca de 115 empreendedores, 30 palestrantes e representantes de nove segmentos da economia criativa vão participar do evento virtual. O encontro será aberto ao público em 17 de novembro, e as inscrições estão abertas.

Sarah Ellis, do Royal Shakespeare Company, e grupo Chorando as Pitangas são as grandes atrações do primeiro dia do MICBR 2021

Evento virtual será aberto hoje, às 19h, com objetivo de promover o intercâmbio cultural e impulsionar a cultura brasileira em outros países, no pós-pandemia.

Publicado em 17/11/2021 13h56

MICBR
Mercado das Indústrias Criativas do Brasil
2021
DE 17 A 19 NOVEMBRO

Mercado das Indústrias Criativas do Brasil 2021 (MICBR 2021) inicia hoje a sua maratona virtual de três dias – 17, 18 e 19 de novembro – com a disposição de mudar a cara da indústria criativa neste período pós-pandemia. O grande nome da primeira noite de evento é a diretora de Desenvolvimento Digital da Royal Shakespeare Company, Sarah Ellis.

Nas redes, conteúdo criativo assegura o sucesso do evento

Um intenso trabalho de comunicação garantiu que o MICBR 2021 repercutisse também nas principais redes sociais do país. Para divulgação de conteúdo e transmissão dos eventos, foi criado também um site próprio para divulgar os conteúdos do MICBR 2021.

De nada adianta, contudo, produção de conteúdo apenas para a mídia tradicional e para alimentar o site próprio. Para impulsionar um evento desse porte, é fundamental a interação nas redes sociais, com material criativo – à altura dos palestrantes e debatedores – que tenha a capacidade de despertar e fixar a atenção do público.

Mais uma vez, é fundamental lembrar que, diferentemente de 2018, o MICBR 2021 foi completamente on-line. Por isso, as redes sociais foram uma arena fundamental e poderosa para a difusão de conteúdo criativo.

MICBR 2021 no Instagram

44.294 de alcance das postagens	36.409 impressões de postagens
508.772 impressões totais	1.966 engajamentos das postagens
2.575 visualizações do perfil	17.110 curtidas de postagens
31.948 alcances de postagens	
Alcance no Instagram: 233.127	
Impressões no Instagram: 286.078	

A atuação efetiva no Instagram gerou resultados consideráveis:

- Os posts geraram mais de **500 mil impressões totais**;
- O público mais engajado foi o **feminino**, com **56,37%**;
- A principal faixa-etária foi de **35 a 44 anos**;
- O maior público foi oriundo de **São Paulo** seguido por **Rio de Janeiro** e **Brasília**;
- Foram feitos **32 posts**, que geraram **17 mil curtidas**.

MICBR 2021 no Facebook

Alcance da página: **764.853**

Impressões totais: **793.544**

Número de curtidas: **6.827**

Mais números do Mercado das Indústrias Criativas no Facebook

Alcance total: **453.331**

Impressões totais: **575.051**

Total de cliques no link: **1.880**

Alcance no Facebook: **222.251**

Impressões no Facebook: **288.921**

Assim como no Instagram, o desempenho do Facebook foi exitoso

- A página obteve mais de **700 mil impressões totais** e um aumento de **1,49%** na taxa de engajamento;
- Foram feitos **33 posts** durante o período analisado (32 posts + 1 capa);
- **6.827 curtidas totais** nas postagens;
- Maior público oriundo de **São Paulo**, seguido por **Rio de Janeiro** e **Fortaleza**;
- Maior faixa-etária de **35 a 54 anos**.

Em um evento *on-line*, com debates da indústria criativa, não há como o YouTube não ser uma plataforma importante para difusão de conteúdo.

Números do MICBR 2021 no Youtube

Visualizações do canal: **108.355**

Total de tempo assistido: **851:02:00**

Inscrições do canal: **1.160**

Visualizações: **2.960**

Vídeos do canal: **109**

Números consolidados do Youtube

- O **pico de inscritos se deu no dia 15/11**, dois dias antes do evento;
- Foram realizadas **15 transmissões**;
- A faixa-etária predominante foi de **35 a 44 anos de pessoas oriundas do Brasil, Argentina e Peru**;
- A duração média de visualizações nos vídeos foi entre **10 e 20 minutos**.

MICBR 2021 GERA R\$ 70 MILHÕES EM NEGÓCIOS EM TRÊS DIAS DE EVENTO

O MICBR 2021 gerou cerca de R\$ 70 milhões em potenciais negócios por produtores, artistas e investidores.

O receio de que o encontro pudesse ser prejudicado pela ausência do “olho no olho” na hora de fechar um patrocínio dissipou-se com os resultados obtidos. Os números da edição de 2021 foram mais que o dobro dos obtidos em 2018, quando foram efetivados R\$ 30 milhões em negócios.

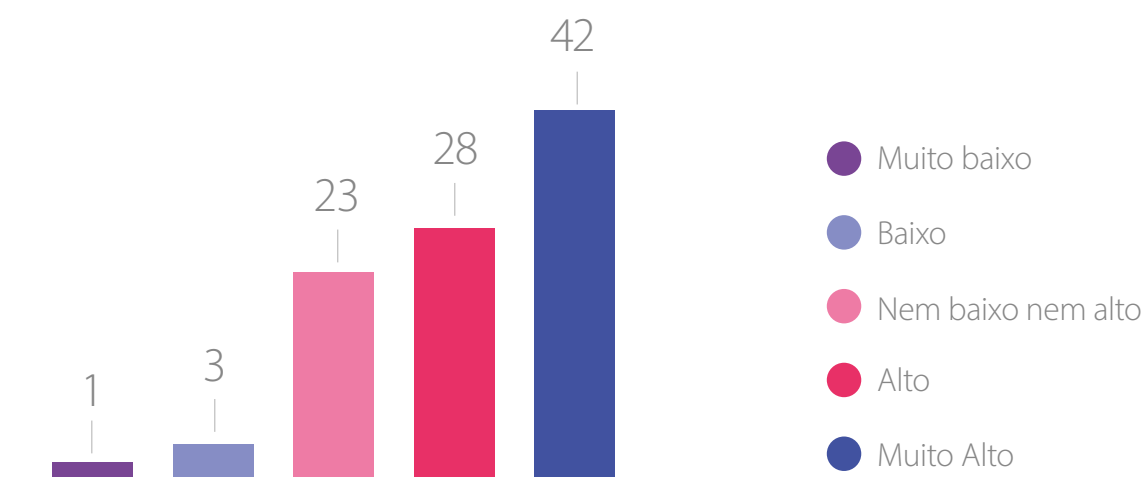
Esses resultados animadores devem-se a vários fatores. Um deles foi o fato de a pandemia ter aguçado a importância da cultura como forma de entender o mundo ou fugir das agruras e dores do cotidiano. Portanto, havia uma ansiedade latente de voltar a impulsionar a máquina de sonhos que é a indústria criativa.

Além disso, esse setor foi extremamente impactado pela pandemia, gerando a perda de milhares de postos de trabalho com o cancelamento de shows, espetáculos teatrais, de dança, exposições, produções audiovisuais e outras formas de cultura que necessitam de público para serem apreciadas e monetizadas – no caso de produções de

artesanato, por exemplo. Nesse sentido, havia uma demanda reprimida de financiamento e a ideia inerente de que é preciso voltar a impulsionar um setor que garante emprego, em tempos normais, para pouco mais de 7 milhões de pessoas no Brasil.

Por fim, a própria estruturação do evento, na opinião dos participantes, ajudou nos bons resultados obtidos. Convidados a opinar em uma pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) sobre estrutura, configuração organizacional, condições operacionais e de apoio à participação no evento, 70% dos entrevistados indicaram um grau de satisfação alto ou muito alto.

Avaliação geral do evento (n=97) (B1)



Modelo de *pitchings* cruzados ajuda a impulsionar negócios

Os encontros no MICBR 2021 entre produtores culturais e artistas com possíveis investidores e financiadores deram-se em dois modelos de estrutura: os *pitchings* cruzados e as rodadas de negócios.

De modo geral, a atividade de *pitching* cruzado foi avaliada positivamente por 82% dos pesquisados, que consideraram o modelo relevante ou muito relevante para a concretização dos negócios.

- A qualidade da equipe do MICBR 2021 foi avaliada como boa e ótima por 94% dos respondentes;
- A plataforma digital na qual ocorreu a atividade foi avaliada como boa e ótima por 84% dos respondentes;
- A qualidade dos produtos/serviços apresentados foi considerada boa e ótima por 79% dos respondentes;
- A qualidade das apresentações foi classificada como boa e ótima por 77% dos respondentes;
- O formato da atividade, ou seja, se ela promoveu abertura para a relação comercial que seria desenvolvida nas rodadas de negócios, foi avaliado como bom e ótimo por 75% dos respondentes;
- O perfil dos vendedores/compradores foi avaliado como bom e ótimo por 74% dos respondentes;
- O nível de preparo dos participantes foi avaliado como bom e ótimo por 72% dos respondentes;
- A afinidade dos produtos/serviços apresentados com os objetivos do empreendedor foi avaliada como boa e ótima por 63% dos respondentes.

Qualidade das rodadas de negócios também chamou atenção dos participantes

As rodadas de negócios também foram aprovadas pelos participantes. É bom lembrar algumas diferenças entre os dois modelos. O *pitch* é uma apresentação curta, com geralmente 3 a 5 minutos, em que empreendedor apresenta o seu serviço ou produto para o investidor. O objetivo é despertar o interesse do cliente ou investidor pelo negócio ou produto de quem está apresentando. Já a rodada de negócios é uma prática que coloca frente a frente o empreendedor e seu cliente, com a finalidade de verificar a possibilidade de negócio. O *pitching* cruzado foi uma estratégia utilizada pela OEI para que os empreendedores também conhecessem os investidores. Assim, permitiu que os empreendedores se preparassem de forma direcionada para as rodadas de negócio.

Confira as avaliações dos participantes sobre as rodadas de negócios:

- A qualidade da equipe do MICBR 2021 foi considerada boa ou ótima por 95% dos pesquisados;
- A plataforma digital utilizada para operacionalizar as rodadas foi avaliada como boa e ótima por 91% dos empreendedores;
- O tempo estabelecido para o diálogo foi percebido como bom e ótimo por 80% dos pesquisados;
- A pontualidade dos participantes, seu nível de preparo para a atividade e a qualidade dos produtos e serviços apresentados foram qualificados como bons e ótimos por 78%, 77% e 75% dos respondentes, respectivamente;
- O formato da atividade, ou seja, se propiciou a realização de negócios, foi considerado bom e ótimo por 72% dos respondentes;
- Os quesitos quantidade de reuniões agendadas e a afinidade dos produtos/serviços com os objetivos do empreendedor foram avaliados como bons e ótimos por 68% e 65% dos respondentes, respectivamente.

Outros números importantes sobre os negócios do MICBR 2021

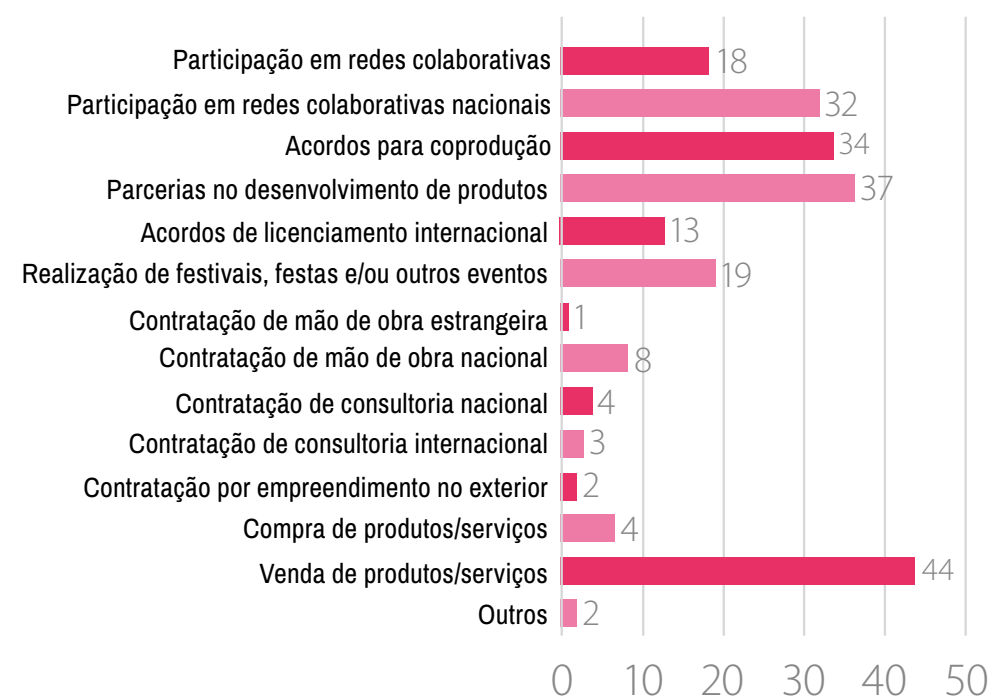
72% dos entrevistados afirmaram ter estabelecido algum contrato efetivo de negócio durante o MICBR 2021.

Tipos de contratos de negócio estabelecidos



81% dos entrevistados afirmaram ter estabelecido possibilidades futuras de negócios consistentes e importantes durante o MICBR 2021

Expectativa de relações de negócio a partir do MICBR 2021



- 66% dos entrevistados confirmaram na pesquisa ter cumprido os objetivos estabelecidos ao decidir participar do MICBR 2021;
- A atividade para a qual o evento se mostrou mais relevante foi a ampliação das redes de contatos nacionais, indicada por 74% dos respondentes como relevante e muito relevante;
- O estabelecimento de parcerias nacionais, aquisição de conhecimento, aprendizado sobre os setores culturais e criativos e intercâmbio de experiências foram considerados relevantes e muito relevantes por 69%, 65% e 62% dos pesquisados;
- A aquisição de conhecimento/aprendizado sobre sua área de negócio, venda/compra de produtos ou serviços e contato com inovações foram qualificados como relevantes e muito relevantes por 55%, 54% e 53% dos pesquisados.

UM BREVE BALANÇO E VÁRIOS CAPÍTULOS QUE ESTÃO POR VIR

As páginas produzidas até aqui mostraram a construção de uma história. Desde os impactos da Covid-19 no setor cultural, como também a gênese da estruturação do Mercado das Indústrias Criativas no Brasil. Trata-se de uma plataforma que promove o setor pujante da economia, que garante renda e difunde a identidade cultural das nações ibero-americanas. Foi possível testemunhar as primeiras edições do MIC na Argentina – por duas vezes, em Mar del Plata (2014) e Buenos Aires (2019) – em Bogotá (2016) e Brasil (2018 e 2021).

Foi possível lembrar os desafios de organizar o MICBR de maneira virtual em 2021. De um lado, como adaptação ao contexto da pandemia, do outro, um novo formato, que permitiu mais democratização de acesso, uma vez que qualquer pessoa, de qualquer lugar do mundo, pode participar gratuitamente. Foi necessário qualificar o contrato entre investidores e empreendedores, além de criar um ambiente virtual que promovesse uma experiência única para os participantes. O resultado, como já foi narrado, foram R\$ 70 milhões de negócios confirmados ou projetados durante o evento.

Ainda foi possível lembrar algumas palestras marcantes, conferindo a qualidade de quem participou do evento, com currículos e expertise suficientes para manter a indústria criativa em alta, mesmo nos momentos de dificuldade. São as pessoas que alumiam o espírito do MICBR com a chama da esperança, da criatividade e do empreendedorismo, mantendo esse setor vivo e pujante. A capacidade de se reinventar, de juntar as dificuldades e transformar em insumos de criação. Em dança, em música, em artesanato, em teatro, em games, em filmes ou em produtos editoriais.

Os empreendedores criativos nunca tiveram medo de desafios. Se tivessem, escolheriam empregos mais tradicionais, burocráticos. Sempre colocam a alma e o coração em primeiro lugar como uma bússola para derrubar muros e abrir espaço em cortinas de fumaça. Financiar e investir nesses desbravadores é também colocar a digital nesse instinto de independência.

Mas essa história não tem um ponto final. É bom que não tenha. O futuro nos aguarda. Novos mercados da indústria criativa estão por vir. Esperamos que sem restrições sanitárias, mas com o mesmo ímpeto transformador e desafiador de sempre. Porque a cultura e a criatividade sempre serão necessárias e indispensáveis. E o MIC é exatamente esse espaço, onde a cultura, a criatividade e as ideias se transformam em negócios.



MICBR

Mercado das Indústrias
Criativas do Brasil
2021

OEI SECRETARIA ESPECIAL DE CULTURA

MINISTÉRIO DO
TURISMO

