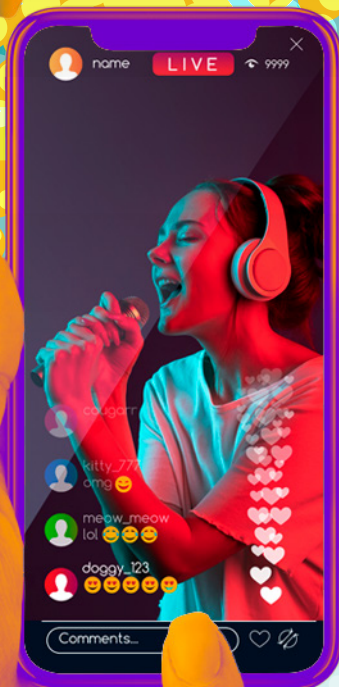


# Edital Sebrae de **Economia Criativa**

Uma coletânea de projetos  
Pernambucanos





## Conselho Deliberativo | Pernambuco 2019-2022

Associação Nordestina da Agricultura e Pecuária – Anap

Banco do Brasil S/A – BB

Banco do Nordeste do Brasil S/A – BNB

Caixa Econômica Federal – Caixa

Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco – Faepe

Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Pernambuco – Facep

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco – Fecomércio/PE

Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco – Fiepe

Instituto Euvaldo Lodi – Núcleo Regional de Pernambuco – IEL/PE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Trabalho e Qualificação de Pernambuco – SEMPETQ

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Estado de Pernambuco – Senac/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Estado de Pernambuco – Senai/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Administração Regional do Estado de Pernambuco – Senar-AR/PE

Fundação Universidade de Pernambuco – UPE

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Ricardo Essinger

Diretor Superintendente

Francisco Saboya Albuquerque Neto

Diretora Técnica

Adriana Tavares Côrte Real Kruppa

Diretora de Administração e Finanças

Roberta de Melo Aguiar Correia

Comitê de Editoração Sebrae Pernambuco

Angela Miki Saito

Carla Andreia Almeida

Eduardo Jorge de Carvalho Maciel

Janete Evangelista Lopes

Jussara Siqueira Leite

Roberta de Melo Aguiar Correia

## Edital Sebrae de Economia Criativa

Uma coletânea de Projetos Pernambucanos

Unidade de Negócios Região Metropolitana do Recife – URM

Leonardo de Abreu Carolino – Gerente

Verônica Ribeiro – Gestora de Economia Criativa

Texto

Briza Mulatinho

Projeto gráfico e diagramação

Edson Figueiredo – ZdiZain Comunicação

Fotografias

Bruno Sant'Ana (páginas 37 a 40)

Carlos Augusto Domingos (página 11)

Flávio Costa – ZdiZain Comunicação (páginas 26, 28, 29, 31, 63, 64, 65, 77)

Sandir Costa (páginas 10 a 13)

Sylara Silvério (página 11)

Stockphotos

Divulgação dos participantes

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco

Rua Tabaiaras, 360 – Ilha do Retiro

CEP: 50750-230 – Recife/PE – Brasil

0800 5700800 / +55 81 2101.8400

# Su má rio

- 4 Apresentação
- 6 O que é Economia Criativa, afinal?
- 8 Economia Criativa efetiva
- 10 Amor by Night
- 14 Audiencia.br
- 18 Liga – Conectando o empreendedorismo cultural
- 23 Buenozaire, minha querida
- 26 Artesanato sustentável
- 33 Cidade das Lendas
- 37 2ª Mostra de Música no Mercado
- 41 Nem 8 nem 80
- 46 Coleção Pernambucalizar
- 50 A valorização da renda renascença e das artesãs em relação a moda autoral
- 54 Gravação DVD musical – Acústico Imaginar Roger Ricco e videoclipes
- 58 Asas do Brincar
- 62 Portal Made PE – Exposição Permanente
- 66 Zime
- 68 Athenas Med Game
- 72 Crie-se
- 77 Musicconnect
- 81 Contatos dos responsáveis pelos projetos

# Apresentação

O Sebrae, através do Projeto Regional Nordeste da Cadeia de Valor da Economia Criativa atua de forma estratégica, abrangente e inclusiva no atendimento aos pequenos empreendimentos que formam uma rede de negócios criativos em nossa Região.

No âmbito desse projeto, o Sebrae Pernambuco vivenciou, entre tantas ações realizadas, a experiência de lançar o primeiro Edital de Economia Criativa em nosso Estado, possibilitando grande aprendizado.

Compreendemos que o empreendedor criativo necessita ser capacitado para lidar com as normas vigentes de contratos e convênios do Sebrae, mas sobretudo, necessita receber essas informações numa linguagem que aproxime “o mundo das ideias” do “mundo dos negócios”. Capacitamos o público-alvo em “elaboração de projetos para captação de recursos”, tendo 62 projetos inscritos com 21 aprovados.

Em meio à pandemia do coronavírus, muitos projetos precisaram ser reformulados. Alguns desistiram de seguir adiante. O distanciamento



social e as restrições sanitárias não permitiam encontros presenciais. Fornecedores e parceiros fecharam suas portas e os canais digitais passaram a ter uma importância fundamental para viabilizar os negócios. Todos nos reinventamos nessa crise, mas a Economia Criativa foi mais fortemente impactada.



Essa nova realidade nos conduziu a um ambiente, até então, pouco conhecido por nós, mas que nos deu a oportunidade de vivenciar a transformação digital.

Nesse contexto, apresentamos o e-book com 17 projetos que cumpriram com os objetivos propostos e conseguiram “fazer do limão uma limonada”.

Parabéns a todos os envolvidos!

Verônica Ribeiro

Gestora de Economia Criativa - Sebrae/PE



# O que é Economia Criativa, afinal?

A essa altura, você deve estar se perguntando: mas, afinal, o que é Economia Criativa? Como o próprio nome diz é uma economia baseada na inovação e na criatividade. Em outras palavras, criar ou transformar produtos e serviços com base nas necessidades e expectativas do consumidor.



É muito importante falar desse consumidor. Esqueça um público passivo, que toma decisões de compra a partir das informações fornecidas pelas empresas. A tecnologia mudou completamente esse cenário. O uso de smartphones e da própria Internet, permite o acesso a uma quantidade espantosa de informações.

Hoje, é possível comparar experiências, preços e impressões em tempo real. O consumidor passou a ser um agente ativo, extremamente bem informado e que prefere ouvir a opinião de outros usuários a respeito de bens e serviços.

A confiança deixou de ser vertical e passou a ser horizontal e essa perspectiva muda tudo. Não adianta uma empresa falar daquilo que tem a oferecer, se a impressão do seu cliente não for a mesma, porque

é essa impressão que vai fidelizá-lo e servir como referência para atrair novos consumidores.

E essa impressão vai muito além do produto ou serviço, propriamente dito. A experiência com a marca ganhou um novo status dentro desse processo, sendo decisiva no momento da compra.

Nesse cenário, a maneira como bens e serviços são produzidos e trocados precisou ser transformada. E é aí que a Economia Criativa ganhou força, trazendo novas e diferentes soluções, capazes de responder aos desafios culturais, econômicos, sociais e tecnológicos que enfrentamos.

O que antes poderia ser considerado apenas um nicho de mercado, passou a ser parte essencial da cadeia produtiva numa quantidade cada vez maior de áreas de atuação.

A Economia Criativa veio para ficar. Mas, não ficar parada! O seu papel tem, justamente, a ver com esse movimento incessante. Essa busca pelas ferramentas adequadas para superar desafios e aproveitar oportunidades. Mesmo que para isso seja necessário transformar a realidade.

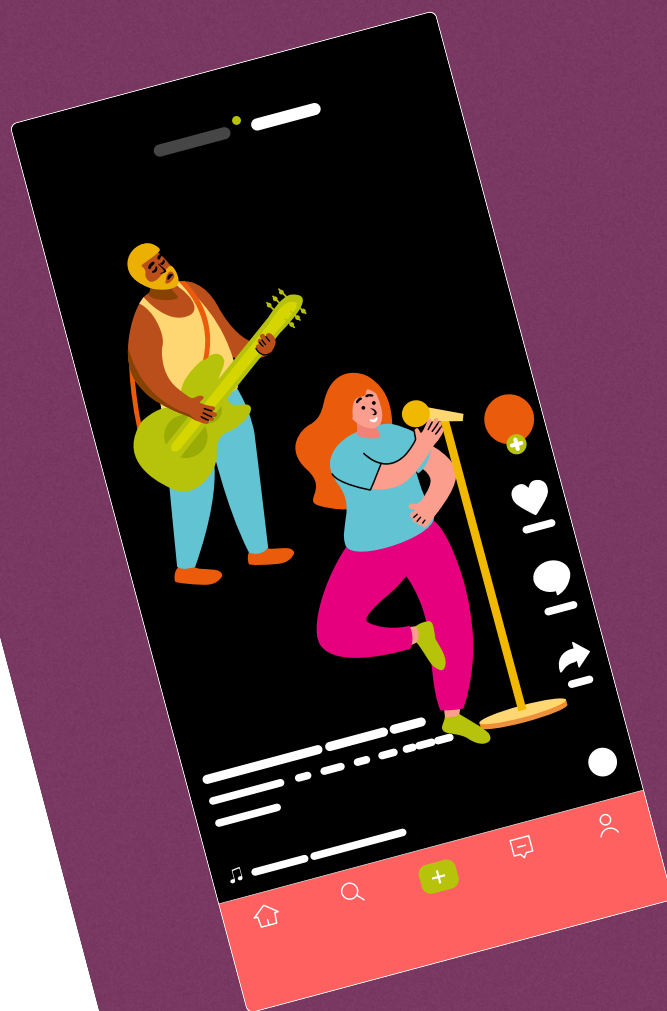


# Economia Criativa efetiva

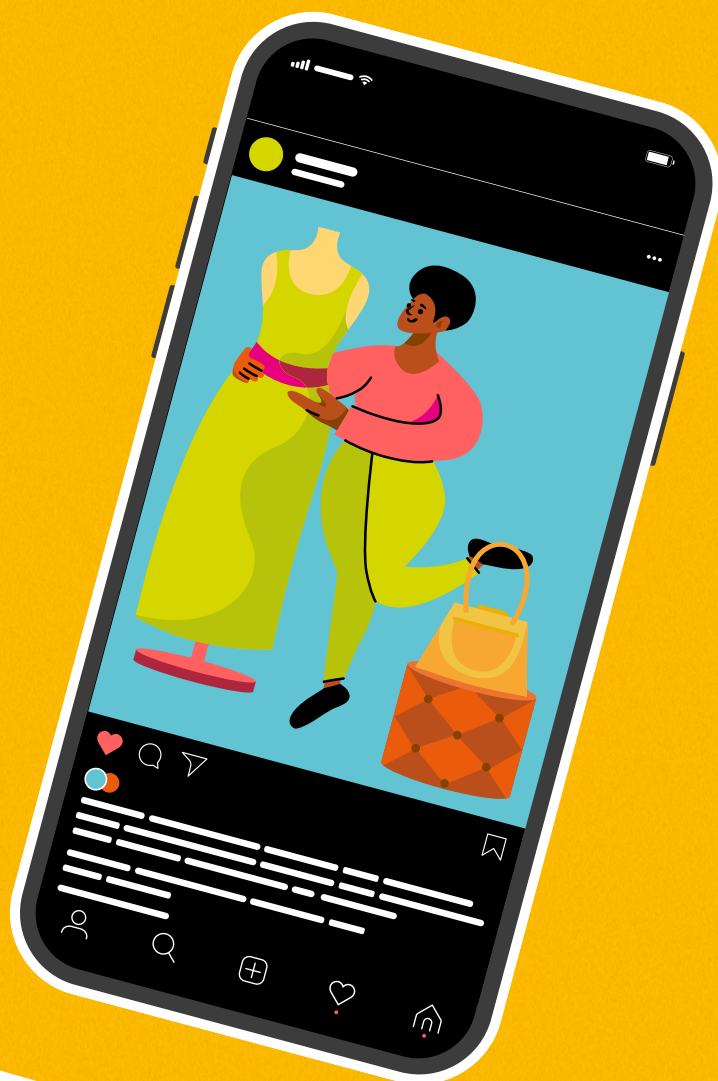
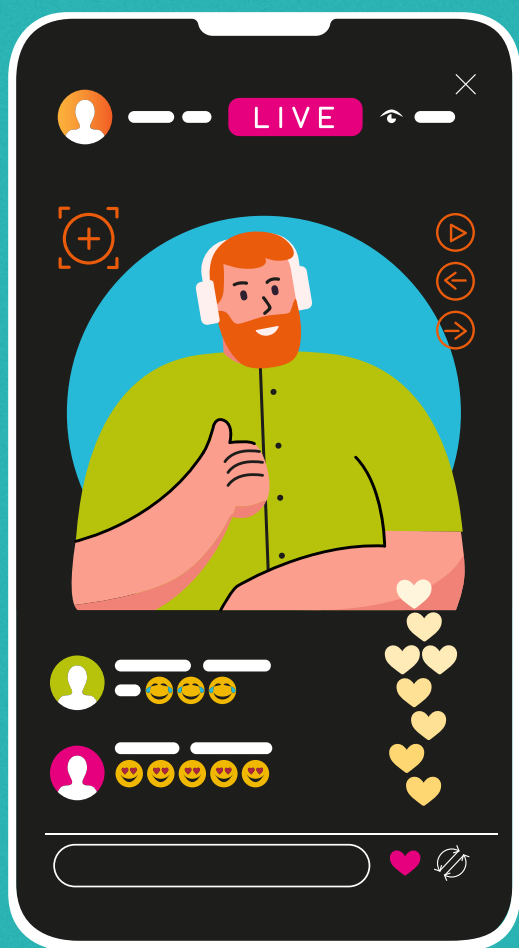
Desde a década de 90, já se falava em “Indústria Criativa”. Na Austrália, foi criada uma divisão no Governo para tratar especificamente dessa área. Essa mesma expressão, era utilizada para designar atividades culturais relacionadas ao teatro, dança, cinema, música, etc. No entanto, os profissionais desses segmentos não se sentiam identificados com o termo “indústria”...

O problema foi resolvido em 2001, quando o pesquisador inglês John Howkins lançou um livro sobre o tema, no qual explicava que ideias são fantásticas, mas precisam de trabalho para que possam se tornar fontes de renda e que, quando isso acontece, o resultado é a Economia Criativa. Um termo melhor aceito e incorporado pela cadeia produtiva em questão, já que a expressão abarca experiências, produtos e serviços desenvolvidos com base na criatividade, inovação, tecnologia e imaginação!

Entre os países emergentes, o Brasil é considerado um dos maiores mercados para a Economia Criativa. Serviços ligados à internet estão







entre os segmentos que mais crescem no país. Os números ajudam a explicar, inclusive, o surgimento de cursos de graduação e pós-graduação voltados para o segmento.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), os bens e serviços culturais correspondem a aproximadamente 7% PIB mundial. A expectativa é que alcance cerca de 10% e 20%, um excelente patamar. No Brasil, a participação da Economia Criativa no Produto Interno Bruto fica em torno de 2,5%. Portanto, ainda há muito o que avançar, mas estamos no caminho certo.

# Amor by Night

O projeto submetido ao edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa teve como propósito produzir um filme de curta duração para apresentar a seguinte narrativa: “em um Universo Distópico, a locutora Sharlenne apresenta – diretamente da cápsula que habita no espaço – um programa de rádio, desses que são veiculados noite adentro, enchendo corações solitários de esperança”.

A Sharlenne é uma mulher, travesti, que se apaixona pela voz (sedutora, misteriosa e “sem rosto”) de Fernando. Essa é a premissa do curta “Amor by Night”, filme dirigido por Henrique Arruda e Sylara Silvério, proponentes do projeto.



Henrique Arruda



Sylara Silvério

Utilizando tons surrealistas e fantásticos, o filme brinca com o poder da voz. Fala da sua capacidade de despertar os mais variados sentimentos e fantasias, além do imaginário de quem ouve.

O filme também é uma homenagem a atriz e performer Sharlene. Sendo o Brasil, o país que mais mata a população LGBTQ+ no mundo, é necessário celebrar histórias que conseguem ultrapassar essa tenebrosa “linha de chegada”: 35 anos de expectativa média de vida para mulheres trans e travestis.

Sharlene, atualmente com 58 anos de vida e mais de três décadas de profissão, acumula apresentações em praticamente todos os palcos/boates de Pernambuco, além de inúmeras turnês na Europa. A sua história se confunde com a história da arte sexo diversa local, o que faz de Sharlene um símbolo de resistência para toda uma geração de artistas.





Em “Amor by Night” - diferentemente da maioria das narrativas protagonizadas por corpos trans e travestis – Sharlene não fala das suas cicatrizes pessoais, processo de transição ou aceitação da sociedade. No filme, ela vive uma história de amor surreal. Tratando de temas e receios comuns a toda sociedade, o filme traz uma narrativa leve, nostálgica e, sobretudo, alegre. A ideia foi tirar esse corpo historicamente vulnerável e colocá-lo em um ambiente onde não somente é aceito, como assume uma posição profissional de comando.

Quando se tem discutido bastante o tema diversidade, a parceria do Sebrae, através do edital de Economia Criativa, tem um papel fundamental para tirar essa ideia do papel e possibilitar aos seus criadores viabilizar um projeto destinado a esse nicho de mercado: a população LGBTQ+.



O projeto também gerou renda, direta ou indiretamente, para cerca de 20 profissionais da cadeia do audiovisual pernambucano. Esse é o principal legado do projeto que terá desdobramentos, pois a equipe pretende, após o lançamento do curta metragem, produzir uma web série e assim conseguir alcançar um número ainda maior de corações... apaixonados.



# Audiencia.br

O projeto submetido ao edital edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Cria teve como propósito trazer para o mercado da produção audiovisual uma nova ferramenta que auxiliasse os produtores a tornar o produto final mais atraente para o mercado consumidor, sem perder as suas características originais.

A plataforma audiência.br é um aplicativo desenvolvido com a finalidade de coletar dados – quantitativos e qualitativos – sobre o espectador que assiste filmes brasileiros no cinema. Essas informações adquiridas devem ser repassadas para toda a cadeia produtiva do segmento, desde a compra do ingresso até a análise dos aspectos emocionais do filme. Passando pela história em si, roteiro, personagens, fotografia, direção de arte, figurino, montagem e trilha sonora. A proposta do aplicativo vem também suprir uma carência

por instrumentos capazes de identificar quem é o público-alvo do cinema nacional, através de informações básicas como gênero, idade e classe social. Além de informações mais complexas como gosto e análise do discurso, mensagens diretas e indiretas que conseguem ser percebidas. Um panorama completo sobre quem vai ao cinema e quais são as suas impressões acerca dos filmes exibidos. Toda essa análise está baseada em dados obtidos na tentativa de tornar mais eficiente a troca de mensagens entre quem produz e quem consome conteúdo audiovisual nas salas de exibição. O objetivo é fazer com que as produções locais tenham os subsídios necessários para atender às necessidades e expectativas do consumidor, considerando o fato do cinema ser uma forma de expressão artística com características muito particulares. A proposta previu que o público-alvo beneficiado, em um primeiro momento, será as empresas produtoras, investidores e distribuidores de filmes nas salas de cinema. Em um segundo momento, o audiência.br será distribuído para emissoras de televisão (abertas e fechadas), serviços de VOD e streamings, estudiosos e pesquisadores do segmento e áreas afins, de acordo com a demanda específica do filme.



O audiência.br é um MVP (Minimum Viable Product ou Produto Mínimo Viável) que deve ser aprimorado, tendo em vista que a ideia foi concebida antes da Pandemia do Covid-19, numa situação de consumo extremamente diferente do cenário em que se apresentou para a realização dos testes. Já era sabido que o mercado produtor/exibidor precisava ter uma visão mais abrangente do público, principalmente em relação ao audiovisual brasileiro e, sendo mais específico, à produção de filmes pernambucanos. Não pela perspectiva de quem faz, mas de quem assiste, ou seja, da audiência. Só assim seria possível compreender de forma mais assertiva as suas demandas, o que faz com que alguém saia de casa para assistir a um determinado filme, em detrimento da concorrência. No entanto, a situação muda completamente, quando se tem as salas de cinema fechadas.

O consumo do audiovisual foi impactado severamente pelo isolamento social. O aumento do número de espectadores virtuais, que já consumiam se somou aos que passaram a consumir, através de plataformas online e streamings. Tudo isso, levou alguns realizadores e distribuidoras a lançar obras cinematográficas inéditas, antes destinadas a serem lançadas exclusivamente em salas de cinema. Esse contexto mudou todas as regras desse mercado e foi nessa conjuntura que o audiência.br teve que assumir outra configuração. O desafio foi enfrentado e, mesmo no contexto da pandemia, o projeto foi executado, sofrendo alguns ajustes, mas as etapas previstas foram realizadas de maneira satisfatória, dentro do cronograma previsto.

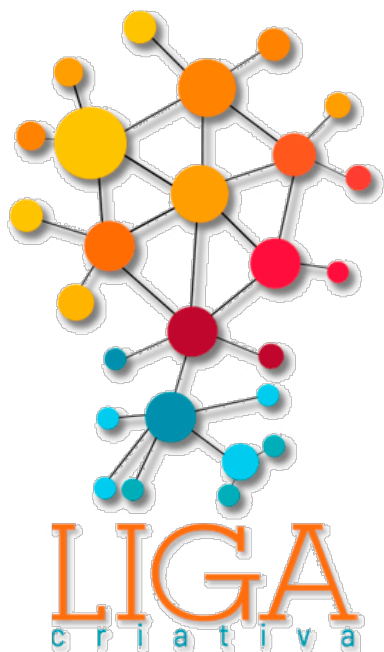
Compreendemos que o protótipo deve passar por vários testes e ajustes até chegar ao produto final: um aplicativo que auxilie a produção do cinema nacional e local, no sentido de atender – ou



mesmo superar – às expectativas do consumidor. Esse objetivo é preciso ser associado a uma boa campanha de marketing e vendas que auxilie o posicionamento no mercado e contribua com os ajustes a partir do retorno dos clientes consumidores, criando maior engajamento.

O edital de Economia Criativa do Sebrae foi o primeiro passo dentro de uma iniciativa ambiciosa e inovadora, que deve incrementar a produção audiovisual pernambucana, a partir de dados e informações mais consistentes, possibilitando que os filmes locais concorram em outro patamar de competitividade por espaços de exibição dentro e fora do Brasil.





# Liga

## Conectando o empreendedorismo cultural

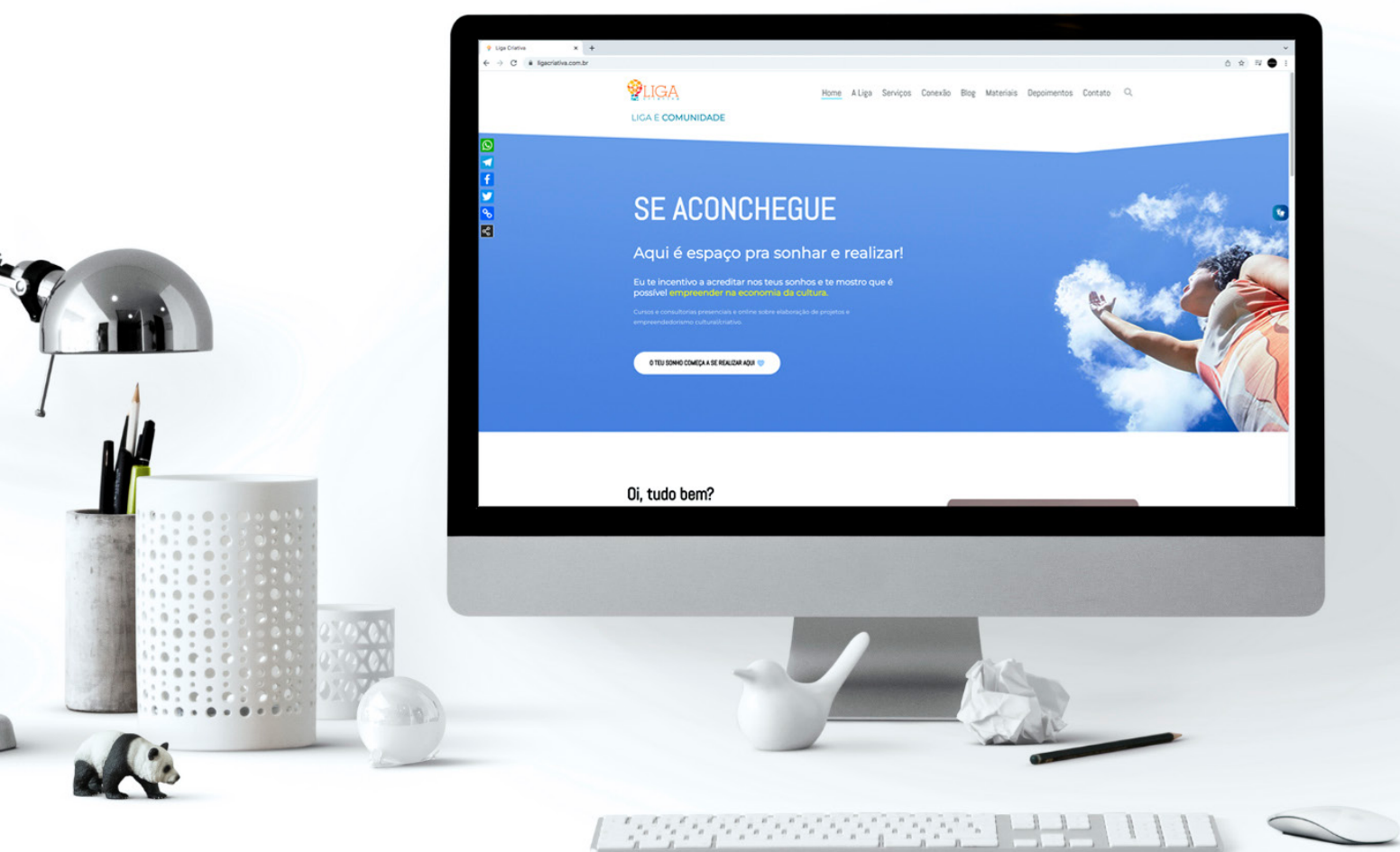
Quem começa a vida profissional trabalhando com arte e cultura, sabe bem quais são as maiores barreiras encontradas por quem decide trilhar esse caminho. Foi pensando nesse público, que nasceu a “Liga Criativa”. Por trás desse empreendimento, um sonho: impulsionar e materializar projetos criativos. Por trás desse sonho, um nome: Eliz Galvão, que descobriu nessa atividade um propósito de vida.

Eliz atua no mercado há mais de 10 anos e aposta, sempre, na possibilidade de ver as suas ideias se transformarem em algo real, concreto e lucrativo. Para isso, tem se dedicado a estudar temas relacionados ao



Eliz Galvão

desenvolvimento pessoal, finanças, empreendedorismo, economia criativa, marketing para pequenos negócios e criatividade, áreas que agregam valor a carreiras e negócios relacionados ao segmento. Passou a desenvolver projetos culturais locais e nacionais. Nessa perspectiva, propõe que os próprios criativos possam elaborar os seus projetos, ganhando, com isso, mais liberdade e autonomia. E, para realizar o sonho de Eliz e de centenas de pessoas, o Sebrae chegou junto. Através do edital que contemplou apoiar projetos inovadores para empreendimentos da Economia Criativa, o Sebrae apoiou o desenvolvimento do Projeto

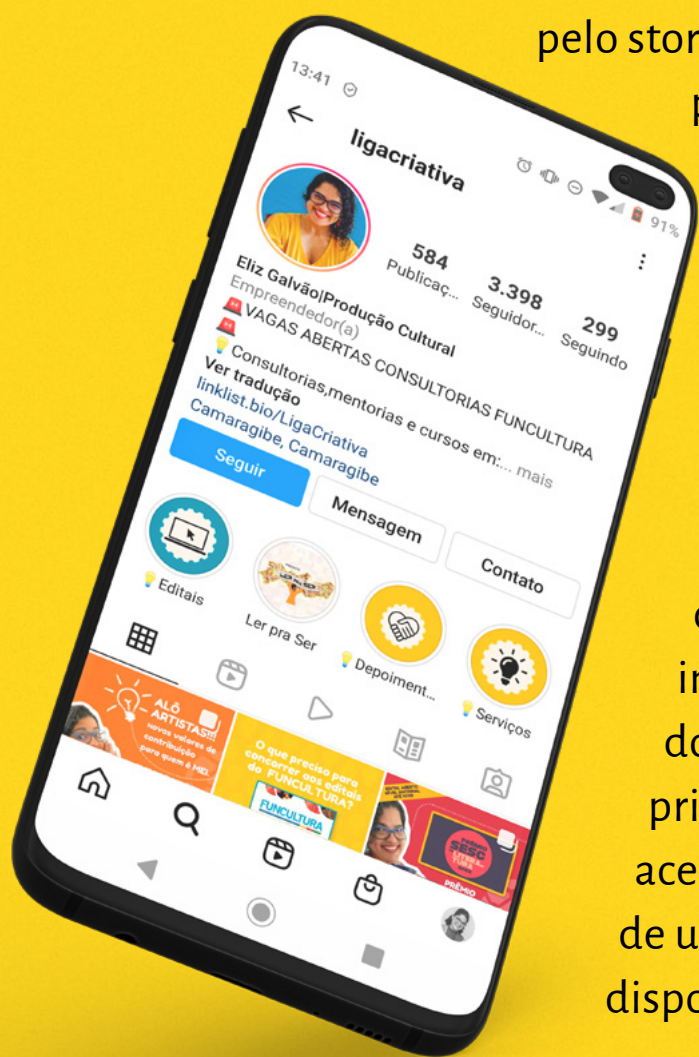


“Liga – Conectando o Empreendedorismo Cultural”, aprovado dentro do segmento de mídias interativas.

O projeto teve como objetivo fortalecer a comunicação digital da Liga Criativa através da **criação de um site** e gerenciamento da rede social (Instagram [@ligacriativa](#)) com recursos de mídias interativas como forma de propagar conhecimento acerca do universo do empreendedorismo cultural e financiamento a cultura, com foco principal nos empreendedores culturais/criativos do estado de Pernambuco, fortalecendo, assim, a sua comunicação e ajudando a propagar o conhecimento acerca do empreendedorismo e financiamento culturais. A estratégia do projeto contemplou a

utilização das ferramentas de mídia interativa já presentes no Instagram como: lives ao vivo, criação de desafios pelo stories, IGTV, produção de conteúdo

permanentes, interação com o público através dos comentários, feeds e mensagens privadas. No Instagram, a Liga utiliza todas as ferramentas disponíveis para buscar e “falar” com o seu target: lives ao vivo, criação de desafios, IGTV, produção de conteúdo permanente, além da interação com o público, através dos comentários, feeds e mensagens privadas. O usuário também tem acesso à rede social (Instagram), além de uma série de conteúdos gratuitos, disponibilizados através de newsletter,



e-book e blog. Na aba “Conexão”, pode divulgar o seu perfil e portfólio de empreendedor cultural/criativo.

O projeto realizou uma pesquisa/convite, utilizando as redes sociais e grupos de Whatsapp, formado por agentes culturais para convidar profissionais/empresas com perfil para fazer parte da aba Conexão.

O site da Liga, em dezembro/2020 contabilizou 30 empresas/profissionais cadastrados, tendo representantes de vários estados do Brasil e de diversos



setores da economia criativa. Cumpriu, portanto, com os objetivos propostos como divulgação no site links de acesso a livros e e-books de especialistas/profissionais das áreas de empreendedorismo cultural.

Dessa forma, a empresária conseguiu reunir em um só lugar todo conhecimento e expertise adquiridos em sua trajetória profissional, prestando um serviço relevante para segmentos da cadeia produtiva da economia criativa, cumprindo os objetivos do projeto.



# Buenozaire, minha querida

O projeto apresentado traz à tona o imaginário coletivo de uma pequena cidade pernambucana que se desenvolveu à “imagem e semelhança” de outra cidade, situada em terras argentinas.

Imagine dois cenários: de um lado, a Buenos Aires argentina, fundada em 1563 e com mais de 3 milhões de habitantes. Do outro, a Buenos Aires brasileira, mais especificamente, localizada na Zona da Mata pernambucana e com cerca de 13.000 moradores.

A ocorrência de cidades com nomes iguais é até muito comum... O pitoresco nessa história, é a tentativa “falida” de um grupo de moradores da Buenos Aires pernambucana em aproximá-la da capital portenha. Inclusive, chamando





o principal time local de Boca Juniors. Tudo isso, em meio a uma cultura moldada pela produção da cana-de-açúcar e dos seus famosos maracatus.

Foi esse ineditismo que inspirou a produtora Tuca Andrade (Luciana de Andrade) a produzir o longa-documentário, “Buenozaire, minha querida”, que aborda os temas de identidade e pertencimento de forma leve e divertida.

A construção do roteiro contou com duas etapas de pesquisa. A primeira delas, foi uma imersão na Buenos Aires pernambucana, que permitiu a vivência da realidade local. Histórias e personagens foram sendo conhecidos ao longo do período. E o único morador argentino da região, ajudou a fazer a interligação entre as duas cidades. Com as informações colhidas, foi sendo desenvolvida a linha de pesquisa a ser realizada na capital argentina.



Duas outras viagens foram realizadas à Buenos Aires pernambucana. Mais personagens foram entrevistados e a relação com eles foi sendo, aos poucos, estabelecida. A comunidade acompanhou cada passo da realização do filme e o seu envolvimento garantiu os resultados esperados e a redução de riscos.

O Sebrae entrou em cena na fase de captação de recursos. A verba disponibilizada pelo edital de Economia Criativa, permitiu que fossem produzidos um folheto comercial e um teaser do filme, para facilitar a comunicação entre a equipe de produtores e possíveis investidores.

Além da comunicação em si, o apoio do Sebrae trouxe mais credibilidade ao projeto, potencializando os resultados e fazendo com que os parceiros acreditassem e apostassem na iniciativa. Também é importante ressaltar que a associação da instituição ao filme “Buenozaire, minha querida”, coloca a produção audiovisual na categoria de negócio, passível de gerar lucros e fortalecer as marcas associadas. O resultado é que todos saem ganhando nesse excelente projeto: produtores, empresas e, principalmente, o grande público.



# Artesanato sustentável



A Ilha de Deus, é um exemplo de como a Economia Criativa pode transformar a realidade (e as perspectivas de futuro) de toda uma comunidade. Nos últimos anos, em parceria com as artesãs do Instituto Negralinda, foram realizadas uma série de oficinas para confecção de produtos artesanais, comercializados entre os visitantes da Ilha. No entanto, a falta de crescimento e diversificação na produção, acabou desanimando as participantes dessa iniciativa, que viam nela a chance de sair da “vida de marisqueira”, realidade que fez parte da rotina de suas mães, tias, avós... em outras palavras, uma tradição familiar que, para muitas mulheres, era a única forma conhecida – e possível – de garantir o seu sustento e, até mesmo, a sua sobrevivência.

Desde que a Ilha de Deus passou a fazer parte da rota de turismo criativo e de experiência – numa iniciativa do empreendedor local Edy Rocha que, em 2010, iniciou o Projeto de Turismo de Base Comunitária na Ilha de Deus e em 2015 firmou parceria com a Secretaria de Turismo da Prefeitura do Recife, o trade de turismo pernambucano e o Sebrae – o número de frequentadores da região aumentou consideravelmente. Pessoas de várias regiões do Brasil e do mundo, passaram a circular na comunidade. A maioria delas, interessada em provar a já famosa “Mariscada da Negralinda”.

Aproveitando esse aumento no fluxo de visitantes e o aporte do Edital de Economia Criativa do Sebrae, foram realizadas uma série de oficinas na comunidade, através do projeto “Artesanato Sustentável” que cumpriu o seu objetivo: desenvolver produtos decorativos e utilitários para ambientar os equipamentos turísticos da Ilha de Deus.




A produção e comercialização dessas peças incrementou o artesanato local. A pandemia não atrapalhou a ação, que foi realizada de forma virtual. O que acabou favorecendo a sua execução e a participação das moradoras, que não tinham como deixar os afazeres de casa e o cuidado com os filhos nas mãos de outras pessoas.

O Edital de Economia Criativa do Sebrae possibilitou a aquisição do material para confecção das peças e, ainda, a contratação de uma consultoria especializada em design para ajudar as facilitadoras a descobrir novas formas de utilizar a matéria-prima local: mariscos, quenga de coco, sementes e capim. Os itens produzidos encantaram o público pela beleza, originalidade, funcionalidade e sustentabilidade.

Hoje, a Ilha de Deus, tem muito o que comemorar e do que se orgulhar. O resultado do seu esforço foi muito além do esperado:





essa produção ganhou um espaço físico para comercialização no bairro de Casa Forte e a metodologia utilizada na Ilha de Deus passará a ser difundida entre outras comunidades com perfil socioeconômico semelhante. Utilizando a mão de obra e a matéria-prima disponível em cada uma delas.

Uma iniciativa como essa, faz com que possamos perceber como a Economia Criativa, aliada à vontade de mudança e crescimento, pode gerar uma realidade completamente nova para diversas famílias. O ganho com esforços desse tipo, vai além do lucro contabilizado no final do mês, está na dignidade conquistada por cada um dos participantes e na sensação de dever cumprido dos seus realizadores.

Para alcançar os objetivos do projeto foram realizadas as seguintes ações:

### Realização das oficinas

1. Foram identificados e locados espaços na Ilha de Deus para a realização das oficinas online;
2. Foi realizada a divulgação física e digital, através de banners de lona e nas redes sociais, site e Instagram da Ilha de Deus;
3. Participaram da oficina 20 mulheres nas 40 horas de oficinas online;
4. Foram contratados 02 (dois) instrutores;
5. Houve a aquisição de materiais gráficos e de produção das peças decorativas e utilitárias;

6. Houve contratação de um profissional para produzir a iconografia com o catálogo das peças;
7. Foi construída uma vitrine para exibir as peças produzidas.

### Resultados Alcançados, Divulgação e Comercialização

1. Foi produzida a iconografia e o catálogo das peças; (catalogo apresentado);
2. Foram desenvolvidos 10 (dez) produtos, sendo 05 utilitários e 05 decorativos (evidências por fotos apresentadas);
3. Foram produzidas e estão sendo comercializadas peças artesanais, utilizando cascas de mariscos, sururu e materiais reciclável;



4. Foram criadas etiquetas e embalagens personalizadas com as marcas da Ilha de Deus e do Sebrae;
5. Os produtos foram expostos em uma vitrine na Ilha de Deus para exibir e comercializar as peças produzidas pelas alunas e alunos das oficinas; (fotos apresentadas)
6. Houve divulgação nas redes sociais e no site: [www.institutonegralinda.org.br](http://www.institutonegralinda.org.br);
7. Foram realizadas parcerias com as empresas associadas para comercializar as peças desenvolvidas;
8. Foi inaugurada uma loja colaborativa fora da Ilha de Deus para comercializar as peças produzidas depois das oficinas. Endereço da Loja Colaborativa: Estrada do Encanamento 675 - Casa Forte - Recife/PE;
9. O trabalho foi divulgado nas seguintes mídias: TV, Jornais locais e um documentário que apresentou a realização das oficinas, a produção, certificação, e comercialização das peças nas lojas colaborativas.

O projeto, portanto, possibilitou às 20 mulheres empreendedoras sociais que participaram das oficinas de Artesanato Sustentável, produzir e comercializar nas lojas colaborativas e nas redes sociais da Ilha de Deus, cumprindo os objetivos propostos.



# Cidade das Lendas

As lendas ou – como chamou Gilberto Freyre – assombrações do Recife já serviram como inspiração para passeios turísticos, livros, peças de teatro, músicas, filmes e, agora, para o game “Cidade das Lendas”.

A criadora do jogo, Odara Valença, ainda era estudante de Computação Gráfica no IFPE, quando desenvolveu o primeiro protótipo da ideia: um jogo de tabuleiro. Já com o mesmo tema e a mesma estrutura do que viria a ser o game para mobile.

O edital de Economia Criativa do Sebrae impulsionou a mudança de rumo. E o “Cabra Cabriola”, a “Comadre Fulozinha”, o “Papa Figo”, a “Perna Cabeluda”, o “Galego de Santo Amaro”, viraram os “vilões” dessa batalha. Personagens do imaginário local que ganharam vida, através da tecnologia.

A proposta do jogo é que os usuários atravessem a cidade, onde vão encontrando os seus “inimigos” ao longo do caminho. A cada embate, recebem quatro cards aleatórios: as suas armas. As armas trazem elementos relacionados à cultura



pernambucana. Os adversários são seres sobrenaturais e variam de acordo com a lenda na qual estão inseridos.

Vencido o inimigo, o jogador fica sabendo os detalhes a respeito da sua história, despertando a sua curiosidade e interesse por um tema presente no inconsciente coletivo dos pernambucanos.

A ideia é que, ao final do jogo, os usuários possam ter atravessado todas as fases – e, conseqüentemente, todas as lendas – e ganhem conhecimento a respeito de todas elas, garantindo um desempenho muito melhor na partida seguinte!

O objetivo dessa iniciativa foi levar para crianças e jovens o acesso à cultura local, através do game. Para um consumidor habituado às telas, as lendas que atravessaram gerações chegam em um ambiente

com o qual estão bastante familiarizados.

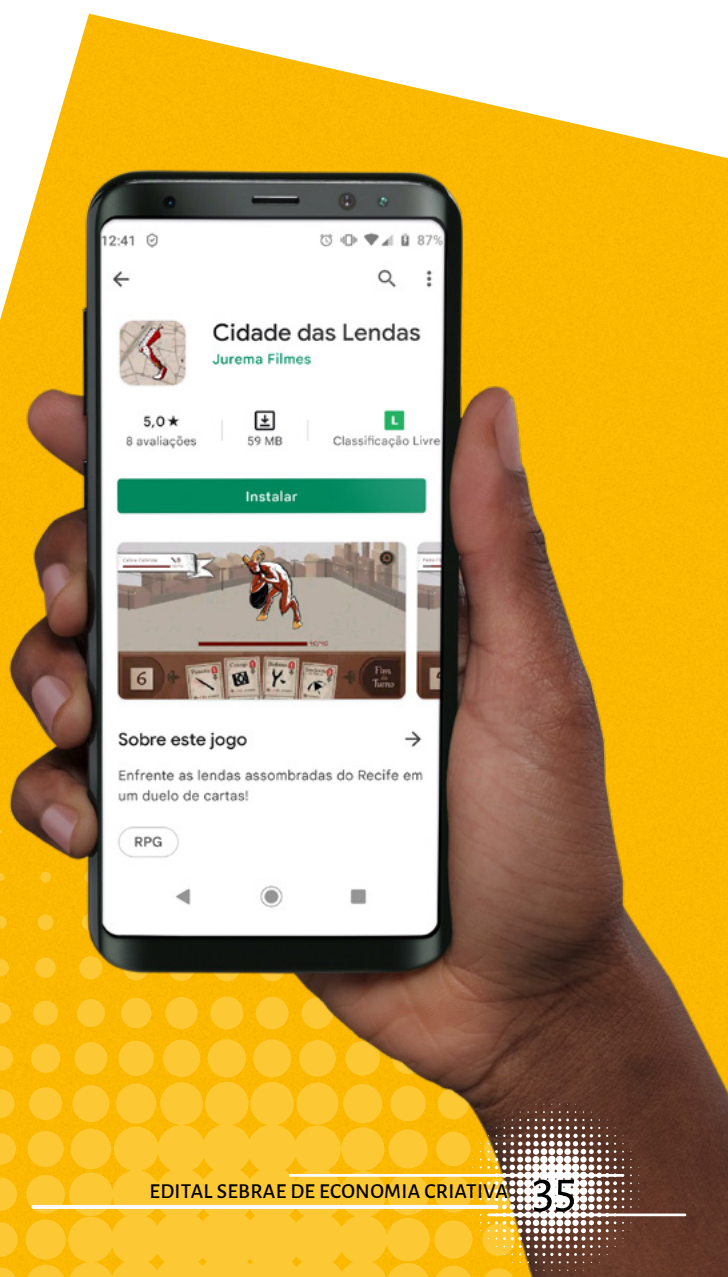
A proposta apresentada do jogo “Cidade das Lendas” para o edital Edital nº 001/



Sebrae- PE/2019 – Economia Criativa é que este funcione como uma espécie de “piloto”, uma demonstração do conteúdo do jogo. Na versão completa, a proposta deverá trazer espaços para anúncios e vendas na própria plataforma, tanto de itens relacionados ao jogo, como para produtos a ele relacionados.

Conforme relatório de execução apresentado pela empresa **Mariwire Produções Audiovisuais Ltda.**: o projeto “Cidade das Lendas” iniciou sua execução em meados de abril de 2020 e foi cumprindo as etapas de execução por partes do jogo. Primeiro a página de batalha e a criação dos personagens, que foram sendo montados ao longo do projeto e foram finalizados em outubro/2020. O cenário da Galeria de Colecionáveis foi finalizado em maio/2020 e no mês de junho/2020 foi criado o mapa do jogo (tabuleiro), sendo finalizado em pouco mais de 20 dias. Em julho/2020 estruturou-se a página de configurações. A página do tutorial veio em seguida e, por fim, a tela de menu, com créditos e botões de iniciar.

Ainda, segundo relato da empresa: “durante todo o processo de desenvolvimento do game, os trabalhos de programação foram feitos em





paralelo com os de design. Nos meses de setembro e outubro/2020, a prioridade foi a verificação de bugs e correções. Além disso, houve a definição da trilha sonora que se desenvolveu entre os meses de setembro e novembro/2020, mês em que também foi implementado a finalização de cor do projeto”.

Existem outros jogos que resgatam lendas urbanas populares, mas esse tem um apelo regional, sendo esse aspecto inovador em relação à proposta de um projeto que estimula o desenvolvimento da cadeia produtiva de games no Estado de Pernambuco. É uma primeira versão, mas já está no Play Store pronto para jogar.

As evidências da versão final estão no aplicativo Play Store: [bit.ly/cidadedaslendas](https://bit.ly/cidadedaslendas).

## 2ª Mostra de Música no Mercado

Durante o mês de julho de 2020, a 2ª Mostra de Música no Mercado ajudou a promover compositores, intérpretes e músicos do Agreste Central Pernambucano. Tendo como cenário o Mercado Cultural de Gravatá, foram realizadas 12 lives, priorizando os trabalhos autorais, transmitidas sempre às sextas-feiras, através de canal local no [Youtube](#), [Instagram](#) e [Facebook](#).

Em outubro de 2020, o número de views ultrapassava os 400.000. Pessoas do mundo inteiro, tiveram a oportunidade de acessar o conteúdo, graças à veiculação online.



Inicialmente, o evento seria realizado presencialmente com shows ao vivo. No entanto, a pandemia da Covid-19, obrigou o organizador Maurício Menezes da Acalanto Produções e Eventos a repensar as suas estratégias para evitar aglomerações, sem deixar de realizar a ação. O sucesso foi tanto, que a ideia é manter o formato digital nas próximas edições, mesmo que também haja a presença de público no local.

O edital de Economia Criativa do Sebrae viabilizou a iniciativa, assim como a sua divulgação. Várias instituições locais, assim como



a imprensa e a própria população também abraçaram a ideia, extremamente bem-vinda em um momento marcado pelo isolamento social, crise na saúde e na economia em todo o mundo.

A 2ª Mostra de Música no Mercado, acabou tendo uma função maior do que se propunha – difundir a música da região, estimulando o público a reconhecer e consumir a cultura local – levando conforto, descontração e alegria para milhares de pessoas.

Tudo aconteceu tendo como “pano de fundo” um cenário: o bellissimo e histórico Mercado Cultural de Gravatá que, por mais de 100 anos, funcionou como Mercado Público. Em 2011, foi restaurado e, hoje, o Mercado Público é um espaço consolidado como o maior centro de





cultura, entretenimento e turismo da cidade. Uma verdadeira vitrine de promoção artística, equipado com palco e toda infraestrutura para comportar shows, bares, lanchonetes, restaurantes e lojas de artesanato.

O projeto da 2ª Mostra de Música no Mercado precisou ser reinventado para que pudesse acontecer. Em tempos de crise, inovação e criatividade – palavras chaves dentro da Economia Criativa – precisam ganhar uma força ainda maior. E foi imbuído desse sentimento que aconteceu o festival em julho de 2020 na cidade de Gravatá.

O comprometimento, parceria e esforço colaborativo, assim como o aprendizado ficam como legado para as edições e gerações futuras.



# Nem 8 nem 80

Como encontrar o equilíbrio entre autoritarismo e permissividade na educação de crianças e adolescentes



Como encontrar o meio-termo entre o autoritarismo e a permissividade na tarefa de educar crianças e adolescentes? Essa indagação foi a motivação do projeto “Nem 8, nem 80”.

O que começou como uma questão pessoal, serviu como base para a construção do conhecimento necessário para o desenvolvimento do primeiro curso online de parentalidade e educação positiva de Pernambuco pela MR. Filmes.

O público-alvo dessa iniciativa é composto por homens e mulheres de 25 a 55 anos. Nessa lista, entram pais, mães, educadores, cuidadores,

psicólogos, terapeutas e pessoas interessadas em discutir e se informar sobre o “criar”, a partir de uma comunicação e uma educação não-violentas.

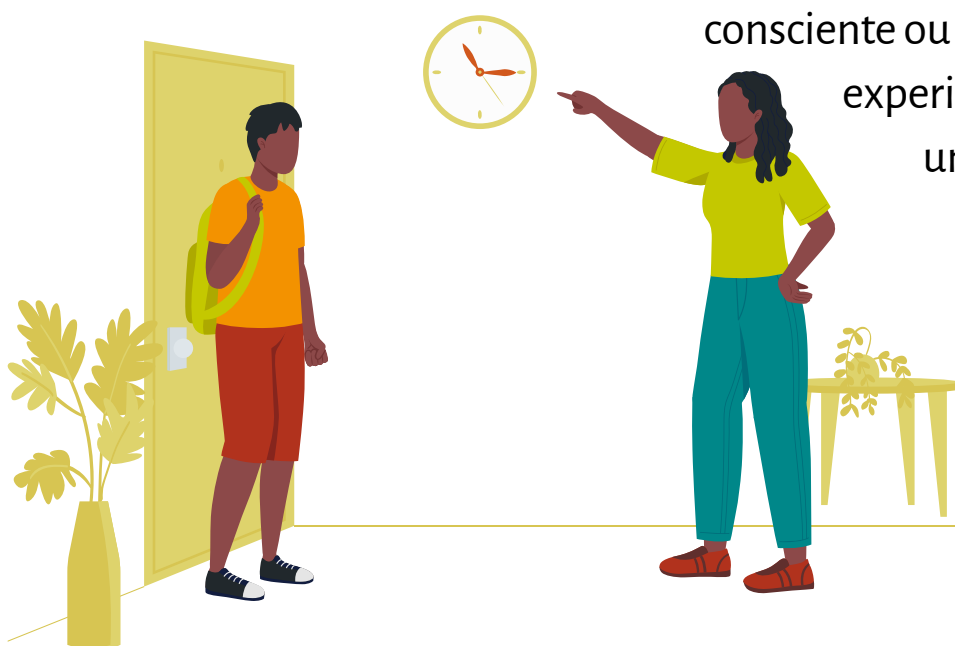
Como se trata de um curso online, pode ser assistido de qualquer lugar do mundo. Enriquecendo ainda mais a troca entre os participantes. O curso tem duração de 4 semanas. Em cada uma delas, uma vídeo-aula de 35 minutos é liberada e um encontro online é realizado com a presença de todos os inscritos, para tirar dúvidas e falar sobre as suas experiências.

Trata-se de um modelo inédito em Pernambuco, democratizando esse tipo de conteúdo, através de uma linguagem leve e fácil de ser compreendida. Com isso, o “Nem 8, nem 80” contribui de maneira efetiva para a reflexão (e ação) a respeito da responsabilidade dos adultos no equilíbrio emocional de crianças e adolescentes.

A nova parentalidade, consciente e positiva, é um nicho de mercado em crescimento no Brasil. E a oferta, mesmo que bastante significativa, ainda é menor que a demanda disponível de iniciativas relacionadas ao tema. O criar é uma repetição,

consciente ou inconsciente, da

experiência pessoal de cada um. Uma herança cultural que pode ser positiva ou não, adequada ou não, às necessidades de outra geração. Na grande maioria dos lares, assim como nas escolas,





o que se percebe é uma grande inabilidade em lidar com crianças e adolescentes que reagem de forma completamente nova. O resultado é que enquanto a conexão com a família diminui, a conexão digital só aumenta. Assim, como o número de suicídios, casos de ansiedade e depressão nessa faixa etária.

A missão do projeto “Nem 8, Nem 80” é encontrar, junto com os participantes da iniciativa, fórmulas eficientes para reestabelecer a ligação entre as crianças e adolescentes com os seus pais, cuidadores e educadores. A partir do entendimento de que é preciso criar novas formas de comunicação e relacionamento entre as partes envolvidas. Com isso, todos saem ganhando, inclusive, as gerações que ainda estão por vir.

O Edital de Economia Criativa do Sebrae permitiu transformar o que era apenas uma ideia em realidade. A verba com a qual os idealizadores do “Nem 8, nem 80” foram contemplados, foi utilizada para roteirizar e produzir todo material didático, assim como a campanha de lançamento do projeto. Viabilizando, profissionalizando

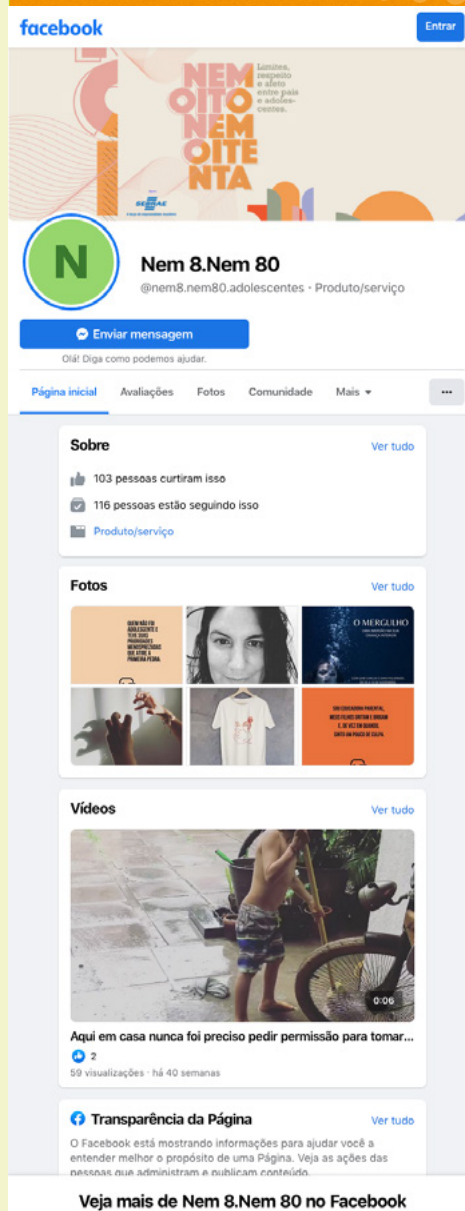
e potencializando o seu alcance. As metas propostas pelo projeto foram: produzir (gravar) o curso digital e lançar o produto finalizado.

Segundo relatório e evidências apresentadas essas metas foram alcançadas. O curso foi gravado e editado no segundo semestre de 2020 e, devido ao momento pandêmico, foi lançado em fevereiro de 2021. O lançamento teve uma mídia adequada, contribuindo para um resultado satisfatório de vendas e a promessa de sustentabilidade futura para o projeto.

As redes sociais utilizadas foram Facebook e Instagram, atendendo a um planejamento de lançamento dividido em 3 etapas:

- 1) divulgação da live de lançamento do curso;
- 2) venda efetiva do curso; e
- 3) uma maratona de 8(oito) lives diárias sobre adolescência no Instagram, pelo perfil da apresentadora, com convidados como psicólogos, psiquiatras e hebiatras.

Segundo a MR. Filmes, essas lives serviram, junto com a campanha da primeira etapa, como aquecimento para o lançamento do curso que aconteceu no Youtube, no dia 23/02/21. Na última live, o curso





foi apresentado à audiência e as inscrições foram abertas.

Os esforços publicitários foram para chamar a atenção para a apresentação no Youtube e, posteriormente, para as inscrições, com posts de “Inscrições Abertas” e de escassez como o de “Últimas Vagas”.

Os resultados do lançamento foram satisfatórios. Foram 530 leads capturados, ou seja, e-mails de pessoas interessadas no curso na plataforma de automação Active Campaign, que servirão como base para futuros relançamentos. A conversão desses leads em clientes gira em torno de 2,5% para se considerar um lançamento como sucesso, nesse caso, seriam 13,25 pessoas.

A primeira turma do “Nem 8 Nem 80” teve 12 alunas e, portanto, foi um sucesso. O curso comercializado dará acesso aos conteúdos durante um ano através da plataforma de cursos digitais Hotmart. São 4 semanas e, a cada semana, um módulo de vídeo é liberado, acompanhado por atividades sugeridas. Há, também, um encontro on line e ao vivo pela plataforma Zoom uma vez por semana e um canal aberto no Telegram para tirar dúvidas e trocar experiências.

O primeiro módulo foi entregue em 01/03/2021 e o primeiro encontro ao vivo aconteceu em 03/03/2021.

# Coleção Pernambucalizar

Como muitas empresas de Economia Criativa, a marca “Rafa Q Faz” surgiu a partir de uma demanda pessoal: Rafaela Mendes, a “Rafa” não conseguia encontrar no mercado roupas que representassem o seu estilo. Foi aí que resolveu produzir, por conta própria, as suas roupas. Aprendeu a costurar através de vídeos no Youtube e colocou a “mão na massa”, nesse caso, em tecidos, linhas, tesouras, agulhas...



O sucesso foi imediato. Amigos e familiares começaram a fazer os primeiros pedidos. Entusiasmada com o sucesso, Rafaela inscreveu-se na Fenearte em 2015 e, para a sua surpresa, foi aprovada. Percebeu, já na primeira reunião do evento, que precisava aprender muito sobre empreendedorismo, vendas, precificação, distribuição e o próprio universo da moda como negócio.

Mesmo em meio às dificuldades, produziu 400 peças e voltou para casa com apenas 18. Visibilidade garantida. Lucro, nem tanto. Era preciso saber mais e foi aí que a “Rafa Q Faz” se tornou uma empresa encubada no Marco Pernambucano da Moda. O programa de

encubação contava com conteúdo técnico e gerencial. O conteúdo gerencial era viabilizado, graças a uma parceria com o Sebrae. Durante um ano e meio participou de uma série de qualificações que deu à “Rafa Q Faz” maior confiança para enfrentar um mercado extremamente competitivo: o mercado da moda.

Nesse processo, Rafaela entendeu melhor qual era o perfil da sua marca refletido no slogan: “vista cultura, vista alegria”. Uma moda diferente, colorida, que transmite em cada peça um pouco de Pernambuco. Nas suas coleções, a Rafa Q Faz produz duas linhas: uma conhecida como ROUPARTE (figurinos para grupos culturais) e outra com todos os retalhos que ficam no caminho. Não há desperdício, tudo é reaproveitado.

E foi a gestão de resíduos que levou a Rafa Q Faz a participar do edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa. A proposta era produzir



Rafa  
Q faz

Rafaela Mendes:  
“Vista cultura, vista alegria”



uma estampa própria e, a partir dela, uma coleção com 100 peças e 3 temas diferentes, chamada “Pernambucalizar”.

Para a produção da coleção utilizou tecido 100% algodão (tricoline eco), que não gera impacto no meio ambiente com uma preocupação extremamente relevante, pois sabe-se que a indústria da moda é a terceira maior poluente do mundo.

Por essa mesma razão, o projeto em parceria com o Sebrae possibilitou realizar todo o processo de produção, tendo como base a gestão de resíduos e a análise de sua aplicabilidade por outras microempresas do setor. A ideia é, futuramente, publicar um livro para distribuição entre outros pequenos negócios de moda, possibilitando às empresas seguirem esse exemplo e atender à política nacional de resíduos sólidos.

Os resultados alcançados conferem à “Rafa Q Faz” o êxito do projeto com o lançamento da coleção “Pernambucalizar” e a realização do projeto piloto que testou a viabilidade da implantação de um plano de gestão de resíduos têxteis no desenvolvimento de uma coleção de moda slow fashion, replicável para microempreendedores.



O público-alvo beneficiado pelo projeto são microempreendedores brasileiros produtores de moda autoral (slow fashion), com comercialização nacional ou internacional. Segundo o relatório executivo apresentado, estima-se ter alcançado um público de 15.000 pessoas (público impactado pelas ações de comunicação: venda das roupas, informações do Projeto por meio das redes sociais, entrevistas, matérias, comunicação “boca a boca”, entre outros).

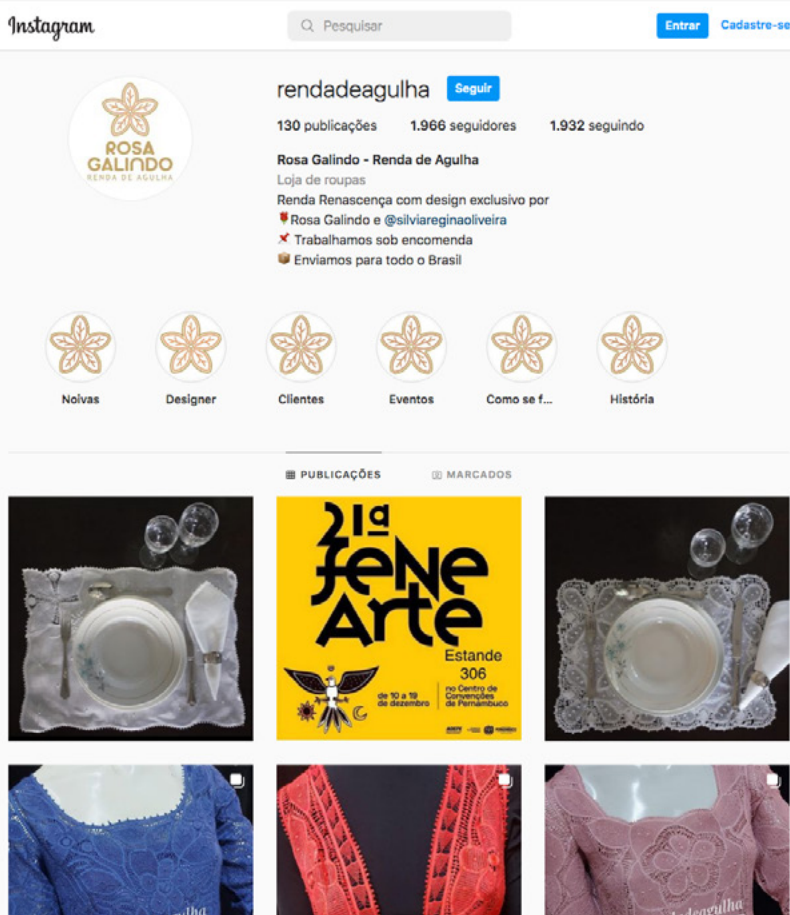


Para a execução do projeto da implantação de um plano de gestão de resíduos têxteis foi contratada uma consultoria ambiental que desenvolveu as seguintes etapas:

1. Diagnóstico de situação encontrada;
2. Palestra de sensibilização com os atores envolvidos na produção;
3. Desenvolvimento e elaboração de um PGRS Têxtil para microempreendedores;
4. Implementação do PGRS Têxtil para microempreendedores;
5. Avaliação e acompanhamento do PGRS Têxtil para microempreendedores;
6. Registro do PGRS Têxtil para microempreendedores no órgão competente.

# A valorização da renda renascença e das artesãs em relação a moda autoral

A atividade artesanal da produção de renda renascença desenvolvida no município de Pesqueira é uma história que começou há mais de 50 anos, atravessando gerações. Como importante fonte de renda da região vem, ao longo desses anos, atraindo mulheres como Rosa Galindo, nascida em 1945, na cidade de Alagoinha.





E daqui – porque a escrita nos permite – damos um salto até 1968, quando Rosa fez o seu próprio enxoval de casamento. Naquela época, os enxovais eram repletos de detalhes, rendas, bordados e fitas, uma verdadeira “festa” para os olhos. Não só os de Rosa, mas das suas amigas, que logo encomendaram os seus enxovais. E foi assim, que Rosa Galindo tornou-se, além de esposa, artesã, professora e empreendedora, criando (e deixando) a sua própria marca: **Renda de Agulha**.

Com o tempo, Rosa Galindo começou a inovar, criando modelos e desenhos exclusivos, tecidos por grupos de rendeiras da região, utilizando como matéria-prima a Renascença. Um produto artesanal, feito à mão, unindo ponto a ponto com equilíbrio e harmonia.

Comercializando os seus produtos dentro e fora do país, Rosa Galindo sempre teve como objetivo maior, a perpetuação do seu trabalho. O seu propósito é que as novas gerações percebam a beleza, a delicadeza e a estética dessa arte. E também tenham um olhar empreendedor, entendendo que o artesanato pode gerar emprego, renda e respeito social.

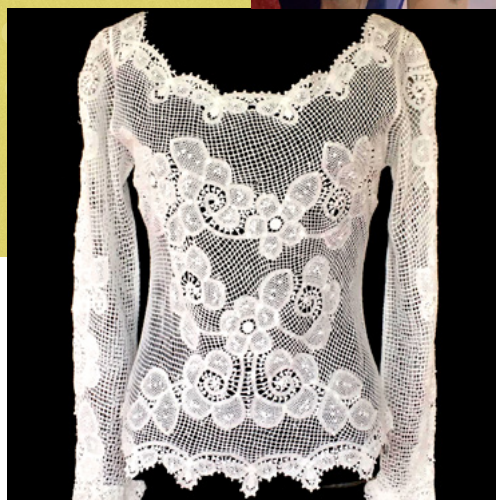


Foi com esse objetivo e com o apoio do Sebrae, através do edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa que nasceu o projeto da marca Renda de Agulha, denominado “A Valorização da Renda Renascença e das Artesãs em Relação a Moda Autoral”. Através do recurso

obtido foi possível realizar capacitações, desenvolver produtos inéditos e engajar pessoas.



O projeto teve como meta principal realizar um programa de capacitação de rendeiras e parceiros da empresa, através de



workshops e cursos, possibilitando o desenvolvimento de 12 peças em renda Renascença com novas formas e texturas. O trabalho culminou na Coleção Areal e na valorização da Renda Renascença pelas artesãs (rendeiras e bordadeiras) em relação a arte da renda



renascença e a sua aplicação na Moda Autoral como diferencial da região do agreste pernambucano.

Esse esforço de formar novas artesãs e aperfeiçoar o trabalho daquelas que já atuam no mercado é uma entrega relevante para o Sebrae, pois revela que é possível criar algo completamente novo, a partir de um produto de tradição como é o artesanato.

Dessa forma, além de fazer com que essa primorosa técnica artesanal perdure, preservando a cultura de nosso Estado, o

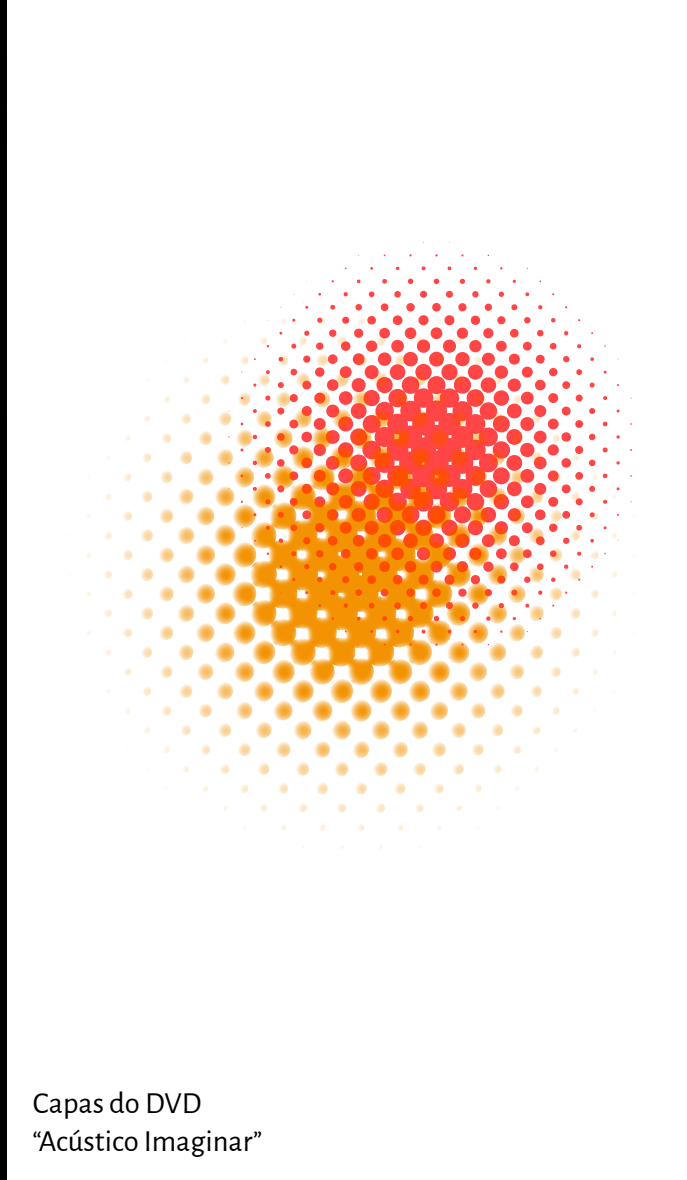
projeto alcança uma finalidade social importante de ajudar às mulheres contempladas a empreender com base no conhecimento e competência adquiridos. O projeto contribuiu diretamente para o crescimento pessoal e profissional dessas artesãs, mas também trouxe uma contribuição para o sustento familiar e o desenvolvimento da economia local.

Mesmo em um cenário de pandemia que obrigou a adoção de medidas de distanciamento social e protocolos sanitários para preservar a saúde das participantes foi possível realizar as capacitações e alcançar as metas e objetivos planejados pelo projeto, proporcionando uma rica experiência para as artesãs participantes.

# Gravação DVD musical – Acústico Imaginar Roger Ricco e videoclipes

O cantor e compositor Roger Ricco está na estrada há quase 20 anos. Durante esse período, atuou nos mais diversos segmentos da cadeia da música, construindo assim o seu “repertório” pessoal e profissional. Os desafios e oportunidades dessa trajetória, moldaram o artista. Roger Ricco compõe e canta em espanhol e a sua produção é uma rica fusão de ritmos regionais e hispano-latinos, como Bachata, Salsa, Reggaton e Pop.

Com o aporte do edital de Economia Criativa do Sebrae, **Roger Ricco gravou o DVD “Imaginar” e dois clipes** do álbum “Saudade”, produzido em 2008. No DVD acústico (piano e voz), o artista traz mais expressividade a oito dos seus antigos sucessos, aproveitando o seu recall e o público cativo espalhado por todo o Nordeste. Os dois clipes produzidos com o aporte do edital do Sebrae, tem a Bachata, originária da República Dominicana, que se tornou uma verdadeira “febre” no atual cenário fonográfico brasileiro, funcionando como carro-chefe desse trabalho.



Capas do DVD  
“Acústico Imaginar”

O projeto, além de reaproximar o cantor dos seus fãs, busca atrair novos consumidores em todo o mundo. Para isso, a barreira da língua foi eliminada e a **Internet está sendo utilizada como maior plataforma de divulgação e distribuição desse conteúdo.** É importante ressaltar que para ultrapassar essas

**RR**  
ROGER RICCO

Venda de Shows  
+55 81 99766-0505  
shows.rogerricco@gmail.com

Siga nas Redes Sociais

f /rogerriccooficial  
@roger\_ricco  
@roger\_ricco  
/rogerricco

01 SAUDADES 02 SIGUE CONMIGO  
03 ES TANTO AMOR 04 ¿POR QUÉ NO VESP?  
05 VOLTA 06 BUM, BUM, BUM, AGUANTA CORAZÓN  
07 TODO LEMBRA VOCÉ 08 UNA CANCIÓN DE AMOR

APÓIO **SEBRAE**  
A força do empreendedor brasileiro

FORMATO DO DISCO DVD 4    FORMATO DE TELA 16-9    SISTEMA DE COR HSC    DURAÇÃO APROXIMADA 30MIN  
IDIOMA DE NAVEGAÇÃO: PORTUGUÊS    LIVRE PARA TODOS OS PÚBLICOS - FORMATADO PARA USO MUNDIAL

ACÚSTICO  
**IMAGINAR**

fronteiras, o trabalho foi realizado com a preocupação de atender às expectativas também do mercado internacional e, nesse sentido, o aporte do Sebrae permitiu ao empresário criativo realizar um trabalho com um preciosismo ainda maior em cada etapa de execução, desde a escolha do figurino até a **promoção do material em todas as redes sociais do artista**. Trata-se de um trabalho inédito em Pernambuco, ajudando a mostrar a potencialidade do artista local, além da sua capacidade de conquistar novos espaços e inspirar futuras gerações, através das suas realizações.

O artista Rogério Pereira da Silva demonstrou maturidade na gestão do seu negócio e, em particular, na execução dos recursos obtidos, através do edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa. Apresentou um relatório de execução físico e financeiro detalhado com os resultados parciais de cada etapa realizada, atendendo plenamente aos objetivos do projeto.

O projeto submetido ao edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa teve como principal objetivo gravar o DVD Musical – Acústico Imaginar Roger Ricco e mais dois videoclipes musicais de seu mais recente álbum. Este objetivo foi alcançado.

Ainda como objetivos específicos, o projeto propôs:

1. Gravar o DVD Musical – Acústico Imaginar Roger Ricco;
2. Gravar 02 videoclipes de duas canções do seu mais recente álbum, Roger Ricco canta Limão com Mel em Español;
3. Lançar os materiais nas plataformas digitais;
4. Difundir os materiais em território nacional e internacional;





5. Aumentar seu alcance territorial com a difusão do material;
6. Formar público;
7. Fazer manutenção dos canais de comunicação do cantor;
8. Diminuir o impacto de resíduos no meio ambiente, através da aplicação do Marketing Digital para a difusão do Material gravado;
9. Proporcionar acessibilidade cultural, através de ações de marketing digital, possibilitando acesso ao conteúdo de forma gratuita e ilimitada nos canais sociais do cantor;
10. Motivar seu público a aprender um novo idioma com suas canções no material que gravado - o espanhol;
11. Criar relacionamento com seu público;
12. Gerar valor ao trabalho do artista.

As evidências apresentadas demonstram o alcance das metas e dos objetivos planejados e as entregas realizadas justificam o investimento do Sebrae no projeto proposto.



# Asas do Brincar

Através do convênio firmado com o Sebrae, no âmbito do Edital nº 001/Sebrae-PE/2019 – Economia Criativa, a Rói Rói Filmes e Produções propôs o projeto “Asas do Brincar”. Desenvolveu uma pesquisa sobre brincadeiras e jogos e sobre a importância dessas atividades na primeira infância para o desenvolvimento das habilidades necessárias para o futuro, de acordo com o Fórum Econômico Mundial.

Brincar é o verbo que, definitivamente, as crianças mais gostam de conjugar. Apontada por especialistas como atividade indispensável para uma infância feliz é um importante instrumento de socialização. O ato de brincar ajuda fortalecer a autoestima, a empatia e o vínculo entre pais e filhos. Através do “brincar”, as crianças aprendem a lidar com problemas, resistir à pressão de situações adversas e a viver em

sociedade. Uma série de habilidades necessárias para um futuro onde as maiores competências estarão associadas às relações humanas, algo impossível de ser substituído por robôs ou qualquer tipo de inteligência artificial.



Pensando nesse cenário, a Rói Rói Filmes pretende produzir uma série de 12 vídeos que incentivem pais e cuidadores a brincarem e a interajam com as suas crianças, através de metodologias ativas de ensino e aprendizagem. A ideia é que, através dessa iniciativa, possam ajudá-las a desenvolver habilidades do futuro, como criatividade, coordenação, inteligência emocional e pensamento crítico. Ao mesmo tempo, o projeto visa trazer alternativas lúdicas e divertidas para reduzir o uso de telas. Ferramentas que vem sendo empregadas para suprir, inadequadamente, o vácuo nas relações familiares. O resultado desse tempo excessivo na frente de TVs, computadores, iPads e smartphones tem impactado negativamente a formação criativa, intelectual e emocional de crianças no mundo inteiro. Os processos de





formação e/ou conscientização de pais e cuidadores a respeito desses temas são muito raros e restritos.

O projeto da Rói Rói Filmes tem como finalidade suprir essa demanda por informação e trazer, através do modelo audiovisual, não só a reflexão sobre o assunto, como uma metodologia de ensino/aprendizado criativo e inovador que dialogue com um público mais abrangente.

O edital de Economia Criativa possibilitou a produção de um vídeo piloto de 6 minutos que será apresentado a possíveis patrocinadores e investidores para a sequência prevista de 12 filmes. Aqui



apresentamos o link de acesso ao vídeo: [bit.ly/asasdobrincar](https://bit.ly/asasdobrincar). É importante ressaltar que o aporte do Sebrae serviu não só para a execução do vídeo, mas também para o desenvolvimento de uma ampla pesquisa com especialistas da área. A partir dos dados obtidos, foi possível definir conteúdo, roteiro, locação e todos os itens necessários para garantir que o material cumpra o papel de apresentar a proposta da Rói Rói Filmes para marcas que queiram apoiar essa empreitada rumo a novos horizontes para as nossas crianças.



# Portal Made-PE

## Exposição permanente

**MADE**  
PERNAMBUCO

Mostra  
de Artesanato,  
Arte e Design



HOME VITRINE EXPOSITORES EVENTOS INSCRIÇÕES CONTATO













O Recife Feito a Mão agora é  
**MADE PERNAMBUCO**

### EXPOSITORES

Total de lojas: 23

Buscar expositor

Filtrar por:

 <p>Tacy Pontual Arte e Design</p> 	 <p>Cláudia Pontual</p> 	 <p>Cristine de Holanda</p> 
 <p>Edy Cabral Arte em Crochê</p> 	 <p>EuQfiz Artesanato Contemporâneo</p> 	 <p>F.A.G. Bolsas</p> 

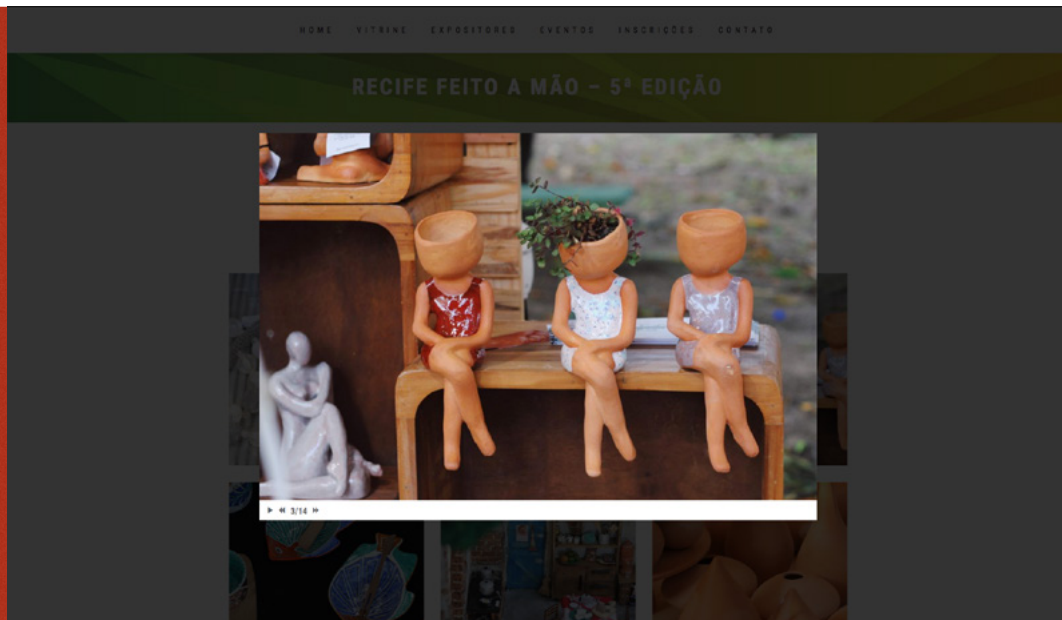
Em 2017 o Sebrae promoveu uma capacitação de Marketing Digital para o público-alvo da Economia Criativa. Na ocasião, houve uma atividade que estimulava a criação de um evento colaborativo e os participantes lançaram a proposta de realizar o evento “Recife Feito à Mão”.

Taciana Pontual ficou à frente da iniciativa e desenvolveu o projeto que se tornou uma mostra de artesanato, arte e design. O sucesso foi absoluto, desde a primeira edição, já apoiada pelo Sebrae. A ação reunia em um só lugar, artesãos de todo estado de Pernambuco e atraía interessados em consumir seus produtos. Como resultado, os expositores venderam mais, ampliaram o seu networking e conseguiram chegar a um patamar mais coerente com a condição de “empreendedores criativos”.

Com o passar dos anos e os resultados obtidos, outras questões começaram a surgir: – Como chegar a mais clientes, inclusive de outras regiões do país e exterior? – Como atender essa demanda durante o ano inteiro? – Como reduzir os custos de deslocamento de quem vem do interior para capital? – Como resolver os problemas de logística?

A resposta veio com a ideia de criar um portal. Uma vitrine online, permanente, de arte e artesanato pernambucanos. O projeto foi submetido ao edital nº 001/SebraePE/2019 – Economia Criativa,





Taciana Pontual: divulgação do portal para aumentar o tráfego no site e ampliar o número de novos usuários

recebendo a aprovação do Sebrae. Os diferenciais dessa iniciativa: seriedade, criatividade e excelente curadoria, além do criativo (autor, criador e/ou artista) ter contato direto com o seu público consumidor. Entendemos que é assim que os laços são fortalecidos, as parcerias são formadas e a fidelidade, ampliada.

O **Portal Made PE** foi elaborado para facilitar a navegação e valorizar as obras expostas. O usuário pode navegar por segmento ou buscar um profissional específico. E ainda explorar todo conteúdo, descobrindo trabalhos que tenham sintonia com os seus gostos e interesses pessoais. Tudo de forma muito prática, flexível e objetiva.

Em tempos de pandemia e distanciamento social, sem sair de casa, qualquer pessoa pode fazer um “tour” pelo estado de Pernambuco e conhecer parte de sua riqueza cultural. Sem sair de casa, os expositores acompanham a sua produção e têm a oportunidade de “ganhar o mundo”. O portal também está presente em todas as **redes sociais**, o que facilita a comunicação para atrair público para os eventos presenciais.



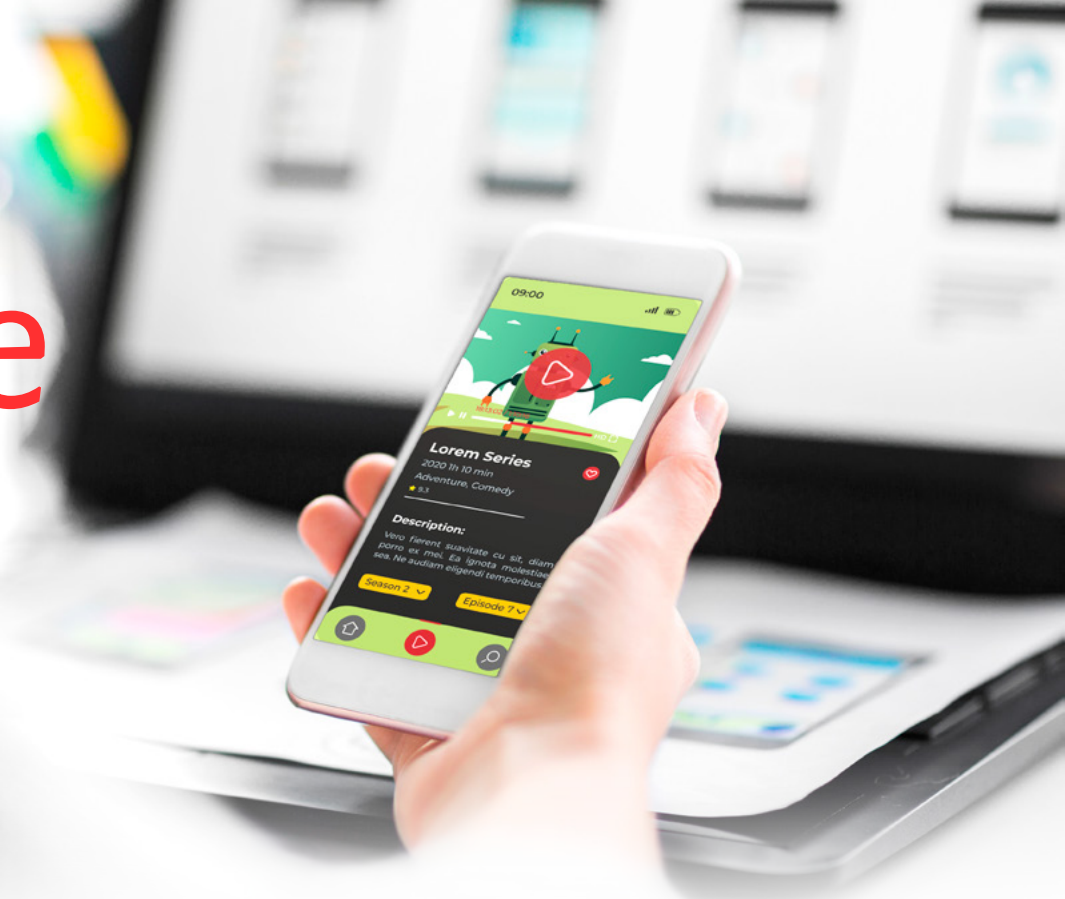
O projeto propôs divulgar o portal com o objetivo de aumentar o tráfego no site e ampliar o número de novos usuários, utilizando o Google Ads e o Instagram Ads.

Segundo relatório apresentado pela empresária Taciana Pontual, durante a campanha de ativação houve um aumento de 397,74% de acessos, comparado com o período anterior, totalizando 34.558 visitas no site, dentre estes 30.405 foram novos usuários, ou seja, visitaram o site pela primeira vez. Também, segundo relatório apresentado, o Facebook Ads foi responsável por 53,5% das visitas no período da campanha, sendo considerada a principal mídia de acesso, seguida pelo Google Ads que trouxe 38% dos acessos ao portal.

Dessa forma, consideramos que o projeto cumpriu com os objetivos propostos, alcançando os resultados esperados.



# Zime



O projeto em questão propôs realizar o desenvolvimento de um aplicativo para consumo de conteúdo audiovisual. O propósito foi mantido, no entanto, um novo Modelo de Negócio foi proposto, baseado em um estudo aprofundado do mercado para a hipótese de uma outra versão do aplicativo “Zime”, diante da mudança no cenário de consumo de audiovisual, provocada pela Pandemia.

O edital de Economia Criativa do Sebrae viabilizou a iniciativa para cumprimento das seguintes etapas do projeto:

1. Assinatura do Convenio com o Sebrae
2. Contratação Equipe
3. Pesquisa (mercado e concorrência)
4. Consultorias
5. Desenvolvimento da Marca
6. Estudos sobre programação do app

7. Finalização do Canvas
8. Prospecção de conteúdos parceiros
9. Elaboração de projeto técnico
10. Produção de vídeo explicativo do app



O app que está em desenvolvimento recebeu o investimento do Sebrae, através do Edital de Economia Criativa 001/2019, para viabilizar o seu MVP (Mínimo Produto Viável).

A modalidade de apoio está pautada nas regras estabelecidas pelo edital e no compromisso firmado entre o Sebrae e a Produtora Viu CinE para prosseguir na pesquisa, visando o êxito do projeto.

Conforme proposta contemplada pelo Edital, o projeto apresentou uma metodologia de trabalho para realizar uma pesquisa (baseada em três pilares principais):

1. Mercadológica – pesquisa nas principais características do mercado de VOD e nos possíveis concorrentes do app.
2. Técnica – estudos sobre as possibilidades do app, realizados por uma equipe da POLI – UPE.
3. Criativa – prospecção de projetos de curtas e séries infantis (animados ou não) para que possam ser exibidas quando o app for lançado.

O projeto foi executado, conforme especificado. Assim como as metas atingidas e os benefícios foram alcançados com comprovação apresentada em Relatório físico e financeiro.

# Athenas Med Game

Recife tem se destacado - regional e nacionalmente - como polo médico e tecnológico. Aliando esses dois segmentos ao da economia criativa, a Werkbund criou o Athenas Med Game: um “serious game” que apresenta de forma lúdica e criativa, conteúdos acadêmicos de alto nível.

O produto foi desenvolvido para os seguintes públicos-alvo:

- Profissionais em formação na área de saúde, que percebem a lacuna entre o que aprendem na graduação e a sua aplicabilidade na prática;
- Quem já deixou a academia e busca atualização ou conteúdo especializado na sua área, de acordo com o seu tempo e disponibilidade;
- Profissionais que desejam migrar, se aprofundar ou conhecer outra área ou especialidade para melhorar a sua assistência ao paciente.

ATHENAS

GAME

**APRENDIZADO  
BASEADO  
EM DESAFIO**

Afinal, na prática a teoria é outra!



O Athenas Med Game surge como uma solução capaz de possibilitar esse repasse de conhecimento, de forma leve, lúdica e o mais importante: condizente com o perfil de aprendizado do seu target.

A Werkbund trabalhou para identificar os consumidores potenciais do game, assim como as suas formas de atuação. Analisando, passo a passo, como chegar a esse público, criar engajamento, levá-los até o produto oferecido e, então, despertar a sua atenção e interesse.

Os usuários cadastrados podem acessar seis modelos de jogos, que os desafiam, através de situações relacionadas à área de atuação escolhida. A ideia central do Athenas Med é apresentar “problemas” que precisam ser resolvidos com agilidade, inovação e criatividade.

Os participantes vão pontuando de acordo com o seu desempenho nas tarefas solicitadas. Tudo isso, em um ambiente seguro e

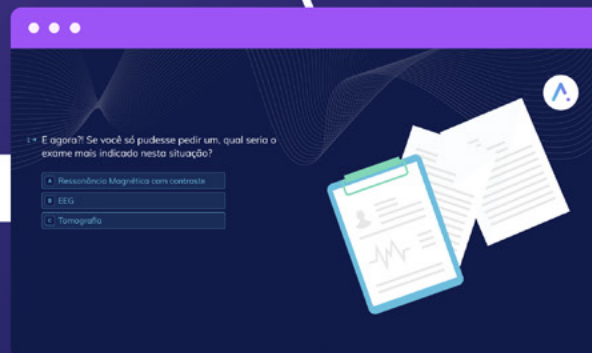


## INICIO



## APRESENTAÇÃO DO CASO

## QUIZ I



monitorado, capaz de apontar falhas e dar dicas de como melhorar a sua atuação. Através dessa iniciativa, espera-se otimizar o aprendizado dos profissionais do segmento e fazer com que se mantenham atualizados com as práticas da saúde.

Além do ambiente de jogo, o Athenas Med ainda disponibiliza, gratuitamente, um blog com vários artigos de interesse do seu público-alvo. Conteúdos semelhantes são apresentados nas redes sociais, em especial, no Instagram. Dessa forma, é possível atrair uma quantidade maior de usuários que percebem como essa ferramenta pode contribuir para a sua formação profissional.

O edital do Sebrae possibilitou a concepção do jogo, ou seja, pesquisa, definição do anteprojeto, desenho da solução e da experiência do usuário. Também permitiu o desenvolvimento do Athenas Med Game em MVP, também conhecido como “mínimo produto viável”. Esta iniciativa permitiu validar o modelo do jogo, a linguagem empregada, assim como o interesse do público e mais uma série de variáveis para transformá-lo em um produto comercializável e rentável.



# Crie-se

Foi trabalhando, no dia a dia, com a produção de moda autoral, que as criadoras da marca “Menina dos Olhos”, perceberam o desejo de inúmeros clientes em produzir as suas próprias roupas. Por falta de conhecimento, habilidade, material e maquinário necessário para isso, acabavam pagando pelo que gostariam de realizar com as próprias mãos.

A partir dessa demanda, surgiu a ideia de disponibilizar um atelier de aluguel, mas oferecer estrutura física não era o bastante. Os clientes





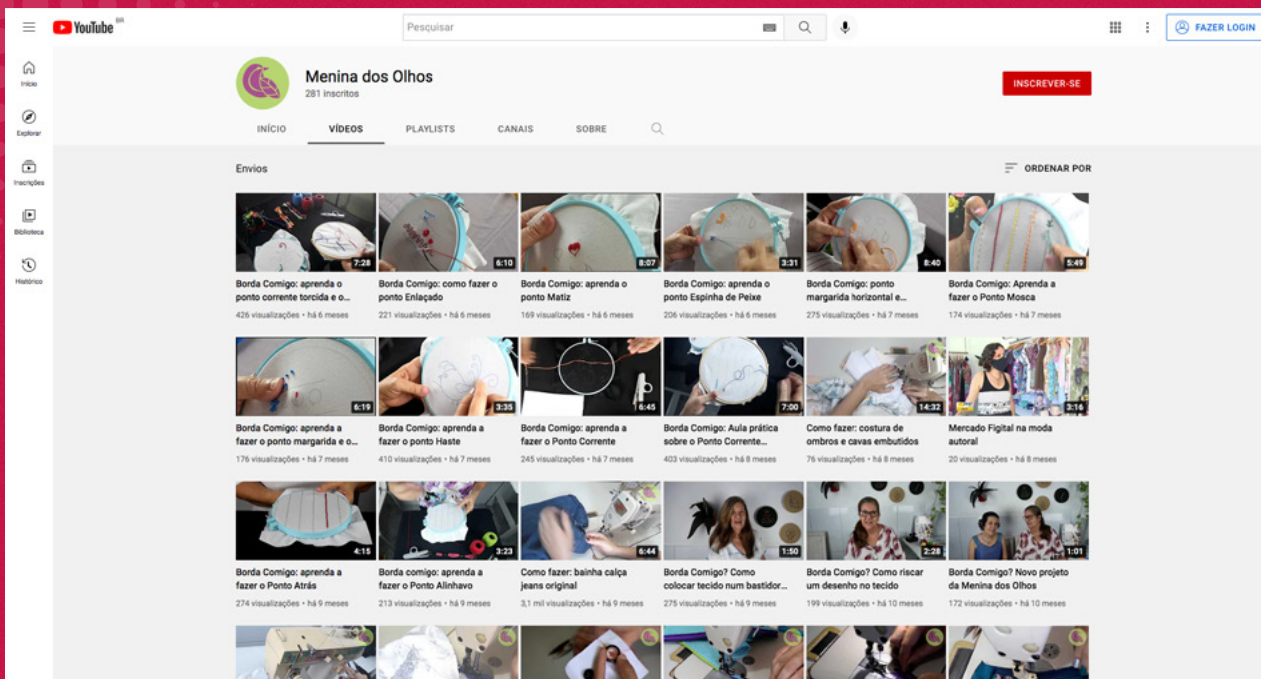


precisavam também de apoio, suporte técnico e ainda: maquinário, biblioteca de moldes, aviamentos, material para customização... um universo, para a maioria deles, inexplorado.

O edital de Economia Criativa do Sebrae possibilitou tirar essa ideia do papel e ajudar os participantes a sair da passividade diante da produção industrial. A partir dessa iniciativa, tiveram a chance de aprender como se desenvolve uma peça, vivenciar o seu processo de execução e ver as suas criações tornarem-se reais por meio do seu próprio trabalho.

No espaço escolhido para abrigar o projeto, funciona, há vários anos, a loja física da marca “**Menina dos Olhos**”. Logo, já existia uma demanda plenamente identificada com o local.

O público-alvo, prioritariamente, composto por mulheres, na faixa dos 20 aos 65 anos, são profissionais liberais, funcionárias públicas, aposentadas, estudantes e autônomas e, ainda, empreendedoras que desejam executar pilotagens de projetos que envolvem costura,



mesmo que não sejam necessariamente de moda, captados entre marcas locais.

O projeto tornou possível o desejo de muitas pessoas de produzir ou aprender a produzir pequenos projetos de costura, ajustes, consertos e customizações, para os quais não dispõe de estrutura ou conhecimento técnico. Fomentando, assim, o saber e o acesso aos meios de produção. Também possibilitou que pequenos empreendedores possam testar e incrementar os seus negócios, sem os gastos necessários de um ateliê tradicional.

A pandemia modificou os planos iniciais, mas não inviabilizou o projeto. Pelo contrário, foi ganhando mais público e mais força, a cada dia. E o mercado, ganhou novas e futuras profissionais que vão movimentar, ainda mais, a cadeia da moda em Pernambuco.

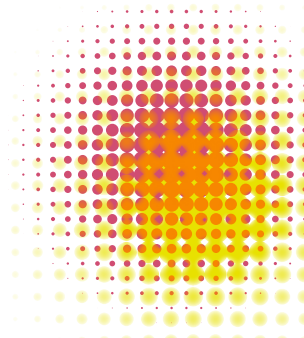
O projeto “Crie-se” compartilha, não só uma estrutura de ateliê, mas possibilita o acesso ao conhecimento, construído ao longo de mais de uma década de prática. Os resultados permitiram aos envolvidos transformar a vida de pessoas e criar negócios promissores.



O projeto teve seus objetivos alcançados. A expectativa inicial era atingir cerca de 200 pessoas. **A mudança para o canal digital (Plataforma Youtube)** proporcionou um número maior de pessoas atingidas. Foram 140 inscritos no canal com mais de 12.693 visualizações das aulas. Um aumento equivalente a mais de 6.346% do público inicialmente estimado. As aulas foram impulsionadas na plataforma, tendo como público-alvo o Estado de Pernambuco, atingindo todas as cidades atendidas pelo Sebrae Pernambuco.

Em decorrência da pandemia, a maioria das pessoas que foram atendidas no atelier físico estavam cumprindo o isolamento social e demandaram os seguintes serviços:

- Ajustes em peças de roupa. Fruto da tendência de queda na compra de peças novas e de atitudes mais sustentáveis de consumo (além do aumento de peso pela falta de atividade física).
- Customização de peças de roupas para renovação do que já se possui.
- Produção de artigos para o lar, como roupa de cama e mesa, incentivamos pelo desejo de bemestar na própria casa, pelo maior tempo de permanência nela.
- Produção de peças para enxovais de bebê, por gestantes e avós. Num delicado movimento de retorno a esses costumes, já que essas mulheres se enquadram em grupos de risco e não estavam dispostas a passar longos períodos de exposição em compras.

- 
- Produção de máscaras, com objetivos de venda, doação e para presentear. Foram quase 14 mil máscaras de proteção produzidas, sendo 9.900 destinadas à doação. Essa produção também foi responsável por um intenso consumo de insumos em estoque que estavam sem uso, como pequenos retalhos de algodão, tanto oriundos do ateliê como de empresas parceiras.
  - Pedidos de modelagens/pilotagens variadas para pessoas que estavam iniciando um empreendimento, após se verem sem renda ou tê-la diminuída.

O Projeto “Crie-se” possibilitou transformar a estrutura de um atelier para gerar mais uma fonte de renda para a empresa Carolina Frexeiras Leal – MEI. A empresa conseguiu sobreviver e remunerar as costureiras que participaram do projeto que, certamente, teriam enormes dificuldades financeiras sem esse aporte.

Segundo a empresária: “esses contratos de serviços não existiriam sem o Edital de Economia Criativa”. O Edital possibilitou uma fonte de faturamento paralela à marca “Menina dos Olhos”.

Outro ponto importante foi o projeto ter proporcionado o “fique em casa”, reduzindo a necessidade de contato com o público e também ter auxiliado várias pessoas a manterem o bem-estar pessoal dentro do isolamento. Aprendendo coisas novas e cuidando de suas casas e roupas com um custo menor e infinitamente mais prazeroso, ao produzirem elas próprias suas peças, ou mesmo buscando novos caminhos e fontes de renda.

# Musicconnect

O projeto Musicconnect idealizado pelos empresários Érika e Raphael propôs criar uma rede global capaz de reunir artistas, bandas e todos os profissionais ligados à música. Sendo, simultaneamente, um canal de comunicação entre os atores dessa cadeia e um meio de divulgação do seu trabalho para o público em geral.

A plataforma **permite a conexão entre pessoas** que atuam na área musical em qualquer parte do mundo, gerando a troca de conhecimento, experiências e informações, além de colaborações e parcerias. Amplia as opções dos usuários, tanto no que diz respeito à sua produção, quanto à contratação dos seus produtos e/ou serviços.

Os idealizadores do projeto, Erika e Raphael

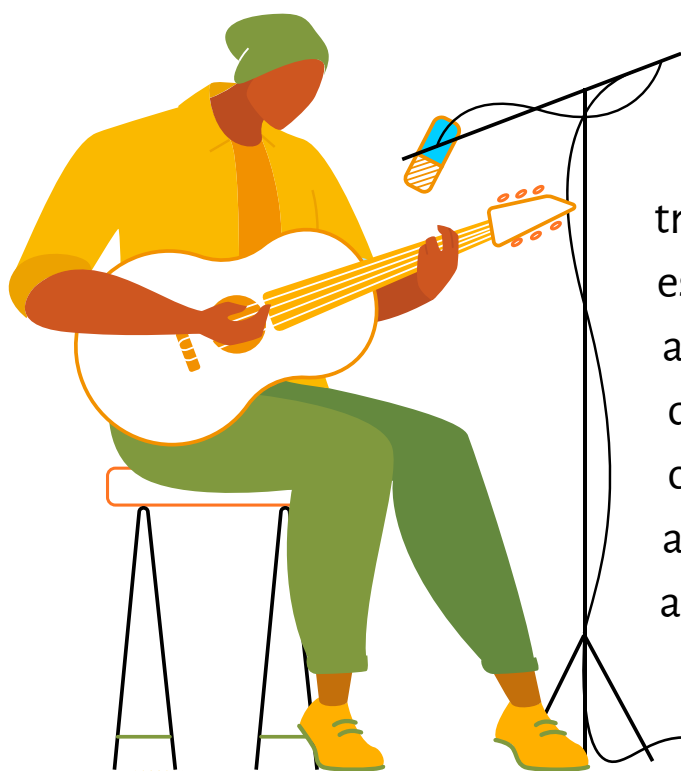




# VOCÊ LEVA A MÚSICA A SÉRIO?

**O projeto oportuniza uma crescente valorização cultural.** Ao cadastrar-se no Musicconnect, o profissional passa a ter um perfil musical, reunindo todas as suas informações: imagens, áudios, vídeos, agenda, redes sociais e canal de contato direto com o(a) artista/banda. A administração desse perfil, fica a

cargo do usuário, que poderá atualizá-lo com novos conteúdos que valorizem e agreguem valor ao seu trabalho. Este perfil funciona como uma espécie de cartão de visita e pode ser acessado, tanto pelos outros usuários, quanto por pessoas interessadas em conhecer o trabalho apresentado. Logo, a plataforma oferece mais credibilidade ao profissional e mais segurança para os possíveis contratantes.





**ENTÃO  
MÚSICA  
É O SEU  
NEGÓCIO!**



**SEJA QUAL FOR O SEU  
ESTILO**



**ACESSE AGORA:  
MUSICONNECT.CLUB**

A plataforma Musicconnect conta com duas interfaces distintas: a primeira é reservada, exclusivamente, para os agentes da música. Fomentando parcerias por meio da ferramenta Gigme, onde artistas e bandas contam com o chat privado para comunicação direta. Além de um mural para troca de informações, propostas de parceria, divulgação de novidades etc.

A outra interface, qualquer pessoa tem acesso aos dados disponibilizados pelos usuários, conhecendo a sua produção e novidades do seu trabalho.

A plataforma também tem um blog, que trata das últimas notícias do mundo da música. Para estimular a participação dos usuários, quanto maior a sua interação dentro do canal, maior a sua visibilidade. A ideia é fazer com que as pessoas que mais contribuem com conteúdo para a plataforma, ganhem um maior destaque para o seu perfil, ampliando, assim, o engajamento.

O investimento recebido pelo Edital de Economia Criativa foi fundamental para o desenvolvimento inicial do projeto, a partir do qual todas as suas utilizações e ferramentas foram sendo aperfeiçoadas até se chegar ao produto acabado que, certamente, trouxe um upgrade para o mercado da música local e nacional.





# Contatos

dos responsáveis  
pelos projetos

## Amor by Night

Responsável

Sylara Silva Silverio – MEI

(81) 98813-9830

sylarasilverio@gmail.com

## Audiência.br

Responsável

Blue Filmes e Produções Ltda – ME

(81) 3423-9339

bluepessoa@gmail.com

## Liga – Conectando o empreendedorismo cultural

Responsável

Eliz Galvão da Silva

(81) 98727-8057

galvaoeliz@gmail.com

## Buenozaire, minha querida

Responsável

Garimpo – Produção Audiovisual, Cultural e Comunicação Ltda – ME

(81) 3241-9193

dagarimpo@gmail.com

## Artesanato sustentável

Responsável

Maria Eduarda dos Santos – MEI

(81) 98346-7133

eduarda.winches@gmail.com

## Cidade das Lendas

Responsável

Mariwire Produções Audiovisuais Ltda.

(81) 99729-3344

[camilavcosta@gmail.com](mailto:camilavcosta@gmail.com)

## 2ª Mostra de Música no Mercado

Responsável

Emanuel Mauricio de Menezes

(81) 9984-2001

[mauricioacalanto@yahoo.com.br](mailto:mauricioacalanto@yahoo.com.br)

## Nem 8 nem 80

Responsável

MR Filmes Eireli

(81) 99973-6063

[mario.rios@mac.com](mailto:mario.rios@mac.com)

## Coleção Pernambucalizar

Responsável

Maria do Carmo Mendes De Oliveira – MEI (Rafa Q Faz)

(81) 99706-6987

[rafaqfaz@gmail.com](mailto:rafaqfaz@gmail.com)

## A valorização da renda renascença e das artesãs na moda autoral

Responsável

Silvia Regina G.M. Franca de Oliveira – ME

(81) 99103-1918

[rendadeagulha@hotmail.com](mailto:rendadeagulha@hotmail.com)

## Gravação DVD Musical – Acústico Imaginar Roger Ricco e videoclipes

Responsável

Rogério Pereira da Silva – MEI

(81) 3493-1654

[cultura.rogerricco@gmail.com](mailto:cultura.rogerricco@gmail.com)

## Asas do Brincar

Responsável

Roi Roi Filmes e Produções Ltda – ME

(81) 98801-1615

roiroifilmes@gmail.com

## Portal Made PE – Exposição permanente

Responsável

Taciana Pontual – MEI

(81) 98721-2007

tacypontual@live.com

## Zime

Responsável

Viu Cine Comunicação Ltda

(81) 99900-0501

ulisses@viucine.com

## Athenas Med Game

Responsável

Werkbund Design de Produto Eireli

(81) 98824-8540

hello@werkbund.com.br

## Crie-se

Responsável

Carolina Frexeiras Leal – MEI

(81) 3274-4906

carolfrexeira@gmail.com

## Musiconnect

Responsável

Erika Moreira dos Santos – MEI

(81) 9711-4958

kikamms@yahoo.com.br

## SEBRAE NAS REDES



[instagram.com/sebraepe](https://www.instagram.com/sebraepe)



[facebook.com/sebraepe](https://www.facebook.com/sebraepe)



[youtube.com/sebraepe](https://www.youtube.com/sebraepe)



[twitter.com/sebraepe](https://twitter.com/sebraepe)

## FALE CONOSCO



+55 81 99194.6690



0800 5700800 · 2101.8400

[www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)



Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
do Estado de Pernambuco

Rua Tabaiaras, 360 – Ilha do Retiro  
CEP. 50750-230 – Recife/PE – Brasil



