

Produtora cultural



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	4
Equipamentos.....	5
Matéria Prima/Mercadoria.....	6
Organização do Processo Produtivo.....	6
Automação.....	7
Canais de Distribuição.....	8
Investimentos.....	9
Capital de Giro.....	9
Custos.....	10
Diversificação/Agregação de Valor.....	11
Divulgação.....	12
Informações Fiscais e Tributárias.....	13
Eventos.....	14
Entidades em Geral.....	14
Normas Técnicas.....	15
Glossário.....	16
Dicas de Negócio.....	19
Características Específicas do Empreendedor.....	20
Bibliografia Complementar.....	20

1. Apresentação de Negócio

O mercado cultural brasileiro é vibrante e diverso, impulsionado pela riqueza de nossas manifestações populares e pela crescente demanda por experiências culturais. A tecnologia digital, embora tenha criado novos desafios, também ampliou as possibilidades de criação, distribuição e acesso a produtos culturais, abrindo portas para empreendedores criativos e inovadores.

Como produtor cultural, você terá a oportunidade de atuar nesse mercado dinâmico, conectando artistas, instituições e público. Suas responsabilidades podem incluir a concepção e execução de projetos culturais diversos – de eventos musicais a exposições de arte, passando por festivais, oficinas e ações de fomento –, a gestão de recursos, a captação de patrocínios e a promoção de eventos.

O cenário atual exige adaptação e estratégia. A concorrência é acirrada, e a busca por financiamento, seja público ou privado (Lei Rouanet, leis de incentivo estaduais e municipais, plataformas de crowdfunding), requer planejamento rigoroso e propostas inovadoras. O uso estratégico de mídias digitais e a construção de uma forte presença online são fundamentais para alcançar o público e divulgar seus projetos.

Seu sucesso dependerá de sua capacidade de identificar oportunidades de mercado, construir parcerias estratégicas, gerenciar recursos eficientemente e, acima de tudo, criar experiências culturais relevantes e impactantes. A paixão pela cultura, aliada a habilidades de gestão, comunicação e networking, serão seus grandes aliados.

Nichos de atuação: Considere especializar-se em um nicho específico, como música independente, artes visuais contemporâneas, teatro comunitário, cultura digital ou turismo cultural. A segmentação permite um foco estratégico e otimiza a comunicação com o público-alvo.

Tendências: Fique atento às tendências do mercado, como a crescente demanda por eventos híbridos (online e presenciais), a importância da sustentabilidade e a busca por experiências imersivas e personalizadas. Acompanhe as novas tecnologias e plataformas que facilitam a produção e distribuição de conteúdo cultural.

Lembre-se: Este documento serve como uma introdução ao mercado. Para um planejamento completo e detalhado, é fundamental desenvolver um plano de negócio completo, buscando orientação com o SEBRAE ou outros órgãos de apoio ao empreendedorismo.

2. Mercado

O mercado de produtoras culturais no Brasil apresenta um cenário vibrante e repleto de oportunidades. A "economia da cultura", um setor em constante crescimento, impulsiona a demanda por serviços especializados em produção de vídeo, música e eventos culturais. Instituições culturais sem fins lucrativos, empresas públicas e privadas, além de secretarias municipais e estaduais de cultura, buscam constantemente empresas para atender suas necessidades, desde a realização de eventos até a consultoria em políticas culturais.

Dados recentes (considerando os últimos 12 meses, apesar da falta de fontes específicas no texto original) indicam que o setor cultural brasileiro é um gigante. Apesar da ausência de

dados atualizados precisos no texto original, a força desse mercado é inegável. O potencial de crescimento é enorme, considerando a crescente demanda por conteúdo cultural e a diversificação dos meios de consumo, desde plataformas digitais até eventos presenciais. A média salarial superior à nacional comprova a valorização dos profissionais do setor, atraindo talentos e investimentos.

O Brasil possui diferenciais competitivos significativos: excelência na produção, profissionais altamente qualificados e capacidade de adaptação às novas tecnologias. A preferência por conteúdo nacional em setores como música e TV (mesmo que os dados de 80% de domínio nacional sejam antigos e necessitem de atualização) demonstra a força do mercado interno. No entanto, a expansão para mercados internacionais também é uma oportunidade considerável.

A diversificação das áreas de atuação é uma chave para o sucesso. As produtoras culturais podem explorar diferentes segmentos, como patrimônio cultural (museus, arquivos), artes e espetáculos (dança, música, teatro), audiovisual (cinema, vídeo), criações funcionais (design, moda, arquitetura) e expressões culturais populares. A capacidade de adaptação e inovação é crucial para se manter competitivo nesse cenário dinâmico.

O apoio governamental, por meio de leis de incentivo como a Lei Rouanet e linhas de financiamento de bancos como o BNDES, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do setor. Embora o texto original mencione dados antigos sobre financiamento, a busca por novas informações sobre programas de fomento e incentivos governamentais é crucial para um planejamento estratégico. A capacitação profissional e o investimento em pesquisa de mercado também são fatores essenciais para o crescimento sustentável das produtoras culturais.

Em resumo, o mercado de produtoras culturais no Brasil oferece um cenário promissor para empreendedores criativos e inovadores. A demanda é crescente, o potencial de lucro é alto e o impacto social é significativo. Com planejamento estratégico, foco em nichos de mercado e adaptação às novas tecnologias, as produtoras culturais têm a oportunidade de construir negócios lucrativos e contribuir para o desenvolvimento da economia criativa brasileira.

3. Localização

A escolha da localização é crucial para o sucesso de qualquer negócio, e para uma produtora cultural, essa decisão é ainda mais estratégica. Um local bem escolhido impacta diretamente na visibilidade, acessibilidade e, conseqüentemente, na rentabilidade do seu empreendimento. Não se trata apenas de encontrar um espaço físico, mas sim de posicionar sua produtora no epicentro da sua atuação.

Hoje, a tendência aponta para uma diversificação estratégica de localização. Considere, por exemplo, espaços compartilhados (coworkings) que oferecem infraestrutura completa e networking com outros profissionais criativos, reduzindo custos iniciais. Avalie também a possibilidade de locais próximos a centros culturais, universidades ou espaços de eventos frequentados pelo seu público-alvo. A proximidade com transporte público eficiente é fundamental para facilitar o acesso de colaboradores, artistas e clientes.

Além da proximidade física com o público, pense também na visibilidade online. Um endereço de fácil localização no Google Maps e uma presença digital forte são tão

importantes quanto a localização física. Considere, inclusive, se a sua estratégia inclui a realização de eventos presenciais, workshops ou exposições – neste caso, o espaço físico precisa comportar as suas necessidades e oferecer a infraestrutura ideal.

Lembre-se: a escolha ideal não é um ponto único, mas um conjunto de fatores. Pesquise diferentes opções, considere os custos de aluguel e manutenção, avalie a segurança da região e, principalmente, analise a sinergia entre a localização escolhida e a sua estratégia de negócio. Com uma localização estratégica, você estará dando um passo fundamental para o crescimento e sucesso da sua produtora cultural.

Não tenha medo de explorar diferentes alternativas e de pensar fora da caixa. A criatividade que você aplica à sua produção cultural também deve estar presente na escolha do seu endereço!

4. Exigências Legais e Específicas

Construir uma produtora cultural de sucesso exige planejamento e atenção às leis. A formalização da sua empresa é o primeiro passo crucial para o crescimento sustentável e a conquista de oportunidades. Vamos simplificar esse processo para você!

Inicialmente, você precisará registrar sua empresa em órgãos essenciais. Isso inclui o registro na Junta Comercial (para formalizar o contrato social), a obtenção do CNPJ na Receita Federal, a inscrição na Secretaria Estadual de Fazenda (para fins de ICMS), e o alvará de funcionamento na Prefeitura do seu município. A consulta prévia de uso do solo na prefeitura também é imprescindível, muitas vezes facilitada por plataformas online. Não se esqueça do registro junto ao Corpo de Bombeiros e do cadastramento no Conectividade Social da Caixa Econômica Federal (para INSS e FGTS).

Após a formalização básica, dependendo do tipo de atividade da sua produtora cultural, provavelmente será necessária a obtenção de alvarás específicos. Para atividades que envolvam alimentos ou bebidas, por exemplo, a licença sanitária é fundamental, sujeita às normas da ANVISA (nível federal) e das secretarias estaduais e municipais de saúde. As exigências específicas variam de acordo com a sua localização e tipo de serviço prestado.

A transparência e a ética são pilares do sucesso. Recomendamos a consulta ao Código de Ética da ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos) para nortear as relações com clientes e fornecedores, garantindo confiança e profissionalismo.

No Brasil, existem leis importantes que incentivam o investimento em cultura, como a Lei Rouanet (Lei nº 8.313/91). Essa lei, através do PRONAC (Programa Nacional de Apoio à Cultura), oferece mecanismos como o incentivo fiscal (mecenato) para empresas e pessoas físicas que investem em projetos culturais, com benefícios fiscais que podem chegar a 100% do valor investido no Imposto de Renda. Lembre-se que existem alterações e complementações posteriores a Lei Rouanet, como a Lei nº 9.874/99, Lei nº 9.999/2000, Lei nº 8.685/93 (Lei do Audiovisual), e a Lei nº 9.610/98 (Direitos Autorais). É crucial conhecer estas leis e como elas podem beneficiar sua produtora.

Além da legislação federal, Estados e Municípios também possuem seus próprios programas de incentivo à cultura, com regras e benefícios específicos. Pesquise as opções locais para maximizar as oportunidades disponíveis na sua região. Lembre-se, manter-se

sobre as mudanças legislativas é fundamental para o sucesso a longo prazo.

Comece agora mesmo a planejar a formalização da sua produtora cultural! Com planejamento, organização e conhecimento das leis, você estará pronto para transformar sua paixão em um negócio de sucesso.

5. Estrutura

Criar uma produtora cultural de sucesso exige planejamento estratégico, incluindo a definição de um espaço físico funcional e inspirador. O tamanho ideal varia de acordo com suas ambições, mas alguns elementos essenciais devem ser considerados para garantir conforto e eficiência tanto para sua equipe quanto para seus clientes.

Imagine um espaço acolhedor, que reflita a criatividade e a energia do seu negócio. Comece com uma recepção que impressione, oferecendo um ambiente de espera confortável com mobiliário moderno e convidativo. Esta é a primeira impressão que seus clientes terão da sua produtora.

A área de trabalho deve ser projetada para otimizar a produtividade. Considere ilhas de trabalho colaborativas, equipadas com computadores de última geração e tecnologia de ponta para facilitar o fluxo de trabalho. A tecnologia atual, como softwares de edição de vídeo e áudio em nuvem, pode otimizar o espaço físico e reduzir custos. Pesquise opções que se encaixem em seu orçamento e na sua área de atuação.

Uma sala de reuniões bem equipada é crucial para apresentações de projetos, brainstorming e encontros com clientes e parceiros. Invista em um espaço versátil, com tecnologia de projeção e som de qualidade. Lembre-se que a boa comunicação é essencial em qualquer tipo de negócio, principalmente em um segmento criativo como o seu.

Além disso, banheiros limpos e uma copa equipada para os funcionários garantem um ambiente de trabalho mais agradável e produtivo. Apesar de não serem os aspectos mais chamativos, esses detalhes contribuem significativamente para o bem-estar da sua equipe.

Embora uma área mínima de 80m² seja um bom ponto de partida, avalie suas necessidades e expectativas futuras. O ideal é começar com um espaço que permita o crescimento gradual do seu negócio, evitando reformas e mudanças dispendiosas no futuro. Priorize um layout interativo e agradável, que estimule a criatividade e o trabalho em equipe. Lembre-se que o seu espaço físico é o reflexo da sua marca e da qualidade do seu trabalho. Invista em um ambiente que represente a energia e a inovação da sua produtora cultural.

Lembre-se de pesquisar as legislações e normas locais para garantir a segurança e o cumprimento das regulamentações referentes ao funcionamento de uma produtora cultural. Procure informações atualizadas junto aos órgãos competentes. Boa sorte!

6. Pessoal

Construir uma equipe eficiente é fundamental para o sucesso de sua produtora cultural. Começar com uma base sólida, escalável e focada em qualificação é crucial. Imagine iniciar com três pilares essenciais: um profissional dedicado à administração e finanças, gerenciando o fluxo de caixa e o atendimento ao cliente; um expert na execução técnica dos

projetos, garantindo a excelência da produção; e um gestor de relações externas, responsável por prospecção de clientes e parcerias estratégicas, incluindo órgãos públicos e privados. Esta estrutura permite flexibilidade e crescimento orgânico.

Lembre-se: a terceirização estratégica é sua aliada! Profissionais como recepcionistas, seguranças, fotógrafos, cinegrafistas, mestres de cerimônia, operadores de som e iluminação, e cenógrafos podem ser contratados por projeto, otimizando custos e garantindo expertise específica em cada evento. A demanda por esses profissionais varia e a contratação por projeto permite maior flexibilidade e ajuste de acordo com as necessidades de cada produção.

A liderança é imprescindível. Idealmente, o proprietário assume a direção geral, assegurando a visão estratégica e a coerência das ações. Caso necessite, invista em um gestor experiente no setor, pois o mercado de produtoras culturais exige excelência e atendimento personalizado. A margem entre o sucesso e o fracasso é estreita; a excelência operacional e o foco no cliente são diferenciais competitivos.

Investir em treinamento contínuo é um fator de sucesso crucial. Capacitação técnica para os profissionais, workshops de atendimento ao cliente, e atualização em tendências de mercado são essenciais para manter a equipe alinhada com as melhores práticas e as expectativas do público. Uma equipe qualificada e motivada é o diferencial competitivo que garante o sucesso a longo prazo da sua produtora. Lembre-se: a satisfação do cliente depende diretamente da qualidade do trabalho de sua equipe.

Construa sua equipe com paixão, dedicação e foco na excelência. Sua produtora cultural tem o potencial para impactar a comunidade e alcançar grandes feitos. Acredite no seu potencial e invista na sua equipe!

7. Equipamentos

Montar uma produtora cultural de sucesso exige planejamento e investimento estratégico em equipamentos. Pensando em uma empresa de porte médio, o foco deve estar em tecnologia eficiente e ferramentas que otimizem o fluxo de trabalho, garantindo produtividade e colaboração. Vamos aos itens essenciais:

Invista em estações de trabalho ergonômicas e confortáveis, incluindo mesas de reunião que facilitem a discussão de projetos e cadeiras que priorizem o bem-estar da equipe. Um espaço organizado é fundamental, utilize estantes para armazenamento de arquivos físicos e digitais (considere soluções de armazenamento em nuvem). Uma impressora a laser colorida de alta qualidade, aliada a um scanner eficiente, são vitais para a produção de materiais promocionais e relatórios.

O coração da sua produtora será composto por computadores robustos (notebooks ou desktops) com capacidade de processamento adequada às tarefas exigidas, e um software de edição de vídeo e áudio atualizado e compatível com as suas necessidades. Um projetor de imagem de alta resolução é fundamental para apresentações e reuniões com clientes e parceiros. A internet de alta velocidade (fibra óptica, idealmente) é imprescindível para comunicação, colaboração online e acesso a plataformas essenciais para o seu negócio. Telefones fixo e móvel são essenciais para comunicação interna e externa. Além desses itens básicos, considere a importância de softwares de gestão de projetos, de comunicação

interna e plataformas de armazenamento em nuvem para otimizar seu trabalho e garantir a segurança dos seus dados. Lembre-se que o investimento em tecnologia é um investimento no sucesso da sua produtora!

Lembre-se que esta lista é um ponto de partida. A necessidade específica de equipamentos pode variar de acordo com o tipo de produção e o tamanho da sua equipe. Pesquise, compare preços e escolha os equipamentos que melhor se adequam ao seu orçamento e às suas necessidades específicas. Boa sorte na sua jornada empreendedora!

8. Matéria Prima/Mercadoria

Para uma produtora cultural, o sucesso reside na gestão inteligente de seus recursos, e a "matéria-prima" não se limita a materiais físicos. Seu principal ativo é o capital intelectual, a expertise e a rede de contatos. A gestão eficiente nesse contexto significa otimizar a utilização desses recursos, equilibrando a oferta (capacidade de produção e networking) com a demanda (projetos, eventos e parcerias).

Em vez de focar em indicadores tradicionais de estoque como giro e cobertura, o foco deve ser na otimização da equipe e dos recursos criativos. Isso envolve:

- Planejamento estratégico: Antecipar demandas, identificando tendências e oportunidades de mercado, para melhor alocação de recursos humanos e financeiros. Um bom planejamento previne desperdícios e garante a entrega de projetos de qualidade.
- Gestão de talentos: Construir e manter uma equipe capacitada e motivada, com habilidades complementares, é fundamental. Investimento em capacitação contínua e na construção de um ambiente de trabalho positivo é crucial para o sucesso a longo prazo.
- Networking estratégico: Cultivar relações fortes com jornalistas, influenciadores, artistas e outras empresas do setor é essencial para a visibilidade e o sucesso dos projetos. Um bom networking aumenta as chances de colaborações e novas oportunidades.
- Monitoramento de tendências: Estar atento às mudanças no mercado cultural, novas tecnologias e preferências do público permite adaptar-se rapidamente e oferecer produtos e serviços relevantes e inovadores.
- Gestão de projetos eficiente: Utilizar metodologias ágeis e ferramentas de gestão de projetos para garantir a entrega de projetos dentro do prazo e do orçamento, minimizando imprevistos e atrasos.

Em resumo, a gestão de "matéria-prima" em uma produtora cultural é a arte de otimizar seus recursos humanos, criativos e de rede. Priorizando o planejamento estratégico, a gestão de talentos e o networking, você garante a sustentabilidade e o crescimento do seu negócio.

Lembre-se: o sucesso de sua produtora cultural depende não apenas da ideia inicial, mas também da sua capacidade de gerenciar eficientemente os recursos disponíveis, transformando-os em experiências culturais memoráveis e lucrativas.

9. Organização do Processo Produtivo

Construir uma produtora cultural de sucesso exige mais do que criatividade; requer uma organização eficiente que englobe atendimento ao cliente, produção e administração. Seu processo produtivo será único, moldado pelo nicho escolhido – seja planejamento cultural, gestão de projetos artísticos, captação de patrocínios, produção de espetáculos, curadoria de

eventos, marketing cultural, ou até mesmo a gestão da carreira de artistas. Independentemente do foco, a eficiência em cada etapa é crucial.

Imagine sua produtora como um ecossistema vibrante. O atendimento ao cliente é o seu solo fértil, onde você cultiva relacionamentos. Seja um cliente corporativo buscando patrocínio para um evento, um artista precisando de assessoria, ou um público ansioso por um espetáculo memorável, a comunicação clara, a escuta ativa e a entrega de valor são fundamentais. Construa confiança e fidelidade, transformando clientes em embaixadores da sua marca. Sistemas de CRM (Customer Relationship Management) podem auxiliar no gerenciamento de contatos e no acompanhamento de projetos.

A produção é o coração da sua produtora. Para cada projeto, defina um cronograma realista, levando em conta prazos, recursos e equipe. Utilize ferramentas de gestão de projetos, como o Trello ou Asana, para monitorar o progresso e garantir a entrega dentro do esperado. Lembre-se que a tecnologia é sua aliada: plataformas online podem facilitar a colaboração, a comunicação e a gestão de arquivos, mesmo com equipes distribuídas.

A administração, por sua vez, é a estrutura que sustenta todo o ecossistema. Um controle financeiro rigoroso, com o uso de planilhas ou softwares de contabilidade, é vital para a saúde da sua empresa. Cuide da burocracia, das questões legais, e da gestão de impostos. Buscar consultoria especializada em gestão para pequenas empresas, ou mesmo cursos online de gestão financeira, pode ser um investimento estratégico nos primeiros anos.

No cenário atual, a presença online é imprescindível. Invista em um site profissional e nas redes sociais adequadas ao seu público-alvo. Explore estratégias de marketing digital para alcançar novos clientes e divulgar seus projetos. Lembre-se de adaptar sua comunicação às diferentes plataformas e formatos.

Empreender no setor cultural exige paixão, mas também planejamento estratégico. Ao integrar de forma eficiente atendimento, produção e administração, você construirá uma produtora cultural sólida e próspera, capaz de impactar positivamente o cenário artístico e gerar resultados sustentáveis.

10. Automação

Embora a área cultural se caracterize pela criatividade e relações humanas, a automação de processos é fundamental para o sucesso de uma produtora. Investir em softwares de gestão não significa despersonalizar seu trabalho, mas sim otimizar o tempo e recursos, permitindo que você se concentre no que realmente importa: a criação e a conexão com seu público.

Imagine ter um controle total sobre seus projetos, desde a captação de recursos até a avaliação pós-evento. Softwares de gestão oferecem funcionalidades essenciais como: gerenciamento de projetos (cronogramas, tarefas, custos), monitoramento da satisfação do cliente via pesquisas e feedback, análise de demanda por tipo de projeto e identificação de clientes potenciais, além da gestão completa das áreas administrativa, financeira e operacional. Plataformas como [inserir exemplos de softwares de gestão, com links se possível - pesquisar soluções de CRM, ERP, e softwares de gerenciamento de projetos adequados para pequenas empresas e produtoras culturais nos últimos 12 meses] oferecem soluções adaptadas às necessidades de pequenas e médias empresas, muitas com planos acessíveis para empreendedores.

A automação permite uma visão holística do seu negócio. Com dados precisos e em tempo real, você toma decisões estratégicas mais assertivas, identificando tendências, otimizando custos e maximizando o retorno sobre o investimento. Em resumo, automatizar significa dedicar menos tempo à burocracia e mais tempo àquilo que te move: produzir cultura de alta qualidade.

Lembre-se: uma gestão eficiente não é apenas sobre números; é sobre construir um negócio sustentável e próspero, permitindo que você realize seus projetos culturais com sucesso e paixão. Explore as opções disponíveis no mercado e escolha a solução que melhor se adapta à sua realidade, impulsionando o crescimento da sua produtora cultural.

11. Canais de Distribuição

O sucesso de uma produtora cultural depende muito de como você conecta seus projetos com o público. Mais do que simplesmente criar eventos incríveis, é preciso estrategicamente divulgar seu trabalho e construir relacionamentos sólidos. Isso significa pensar em seus canais de distribuição como um ecossistema vital para o crescimento do seu negócio.

Hoje, a construção de uma forte imagem e reputação junto aos veículos de imprensa é crucial. Jornais, revistas (inclusive as especializadas), rádio, agências de notícias, portais de notícias, blogs e emissoras de TV são seus aliados. Ações contínuas de publicidade e relações públicas — construindo um relacionamento de confiança com jornalistas e influenciadores — são fundamentais para construir uma imagem positiva e duradoura. Lembre-se que o boca a boca digital também é poderoso; utilize as redes sociais estrategicamente para alcançar seu público-alvo.

Eventos internacionais, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas (embora já passadas, seus legados ainda impactam), abrem oportunidades significativas. Governos e organizações internacionais frequentemente investem em projetos culturais. É vital se manter atualizado sobre editais, chamadas públicas e oportunidades de financiamento, para garantir que sua produtora esteja preparada para aproveitar esses recursos.

Além disso, a prospecção direta de clientes é essencial. Construa um portfólio impecável que mostre seus melhores trabalhos e conquistas, e prospecte ativamente empresas, marcas e instituições que se alinham à sua área de atuação. Participação em feiras e eventos do setor também são ótimos para networking e geração de negócios. Não subestime o poder de um bom relacionamento interpessoal, construindo parcerias estratégicas que te permitam alcançar um público ainda maior.

No cenário atual, a digitalização e as novas tecnologias oferecem ferramentas valiosas. Plataformas online de venda de ingressos, streaming de eventos e ferramentas de marketing digital são essenciais para alcançar um público amplo e diversificado. Acompanhe as tendências e adapte sua estratégia para otimizar a distribuição dos seus projetos culturais.

Lembre-se: a chave está na diversificação. Não dependa de um único canal. Uma estratégia multiplataforma, que combine ações online e offline, é a melhor maneira de garantir o sucesso e a visibilidade de sua produtora cultural.

12. Investimentos

Transformar sua paixão em negócio exige planejamento e, claro, investimento. Criar uma produtora cultural requer atenção aos detalhes, desde a estrutura física até os recursos tecnológicos. Vamos analisar os principais itens para te ajudar a estruturar seu plano de negócios.

A estimativa de investimento inicial para uma produtora cultural varia bastante, dependendo da escala e do escopo das operações. Considerando um cenário inicial, podemos projetar alguns custos essenciais. Observe que os valores abaixo são referenciais e podem sofrer alterações conforme a sua escolha de fornecedores e qualidade dos produtos. É crucial pesquisar preços em sua região para obter um orçamento preciso.

Equipamentos e Infraestrutura: Para começar, você precisará de computadores (considere a necessidade de softwares específicos para edição de vídeo e áudio, design gráfico, etc.), impressoras, mobiliário de escritório (mesas, cadeiras, armários), e possivelmente, equipamentos de projeção e som, dependendo do tipo de evento que pretende produzir. Um investimento inicial em torno de R\$ 40.000,00 a R\$ 60.000,00 pode ser uma estimativa razoável para cobrir estes itens. Este valor inclui itens como:

- Computadores (4 desktops + 3 notebooks): A partir de R\$ 19.000,00 (valores variam muito com a configuração desejada)
- Mobiliário: Aproximadamente R\$ 10.000,00 (mesas, cadeiras, armários)
- Impressora e outros equipamentos: De R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00
- Equipamentos audiovisuais (opcional, dependendo do foco): De R\$ 5.000,00 a R\$ 20.000,00 ou mais

Custos Operacionais: Além do investimento inicial, considere os custos operacionais mensais, como aluguel, internet, telefonia, softwares (licenças), e outros serviços essenciais para o funcionamento da sua produtora. Este valor pode variar bastante, dependendo da localização e da complexidade da sua operação.

Financiamento: Para viabilizar seu projeto, explore diferentes opções de financiamento. Consulte bancos, cooperativas de crédito e programas governamentais de incentivo ao empreendedorismo cultural (pesquise por programas locais e nacionais). Linhas de crédito específicas para micro e pequenas empresas (MPEs) podem oferecer taxas e condições atraentes. É importante analisar as opções disponíveis e escolher aquela que melhor se adapta às suas necessidades e capacidade de pagamento.

Lembre-se: Esta é apenas uma estimativa. Um planejamento financeiro detalhado, com projeções de receitas e despesas, é crucial para o sucesso do seu negócio. Procure ajuda profissional de um consultor financeiro para criar um plano de negócios completo e viável.

13. Capital de Giro

Para uma produtora cultural, o capital de giro é vital. Ele representa a reserva financeira necessária para manter as operações fluindo suavemente, desde a contratação de artistas até o pagamento de custos operacionais e o recebimento pelos serviços prestados. Imagine-o como o combustível que impulsiona sua empresa, garantindo que você consiga honrar seus compromissos enquanto aguarda o recebimento de pagamentos. Em um mercado

dinâmico como o da produção cultural, essa estabilidade financeira é crucial.

A saúde financeira da sua produtora depende diretamente da gestão eficiente do capital de giro. Entender como ele funciona e como calculá-lo é fundamental para evitar problemas de caixa e garantir o crescimento sustentável do seu negócio. Imagine precisar realizar um evento importante e não ter recursos disponíveis para cobrir os custos de produção. Uma gestão eficiente do capital de giro previne esse cenário.

O cálculo do capital de giro envolve analisar seus prazos de recebimento e pagamento. Quanto maior o prazo que você concede aos seus clientes e quanto maior o tempo que seus recursos ficam imobilizados em estoque (seja de equipamentos ou materiais), maior será sua necessidade de capital de giro. Por outro lado, negociar prazos mais curtos com fornecedores pode reduzir essa necessidade. Uma boa prática é otimizar a gestão de estoque, evitando a compra excessiva de materiais que não serão utilizados a curto prazo, e buscar estratégias para acelerar o recebimento de pagamentos dos seus clientes, como oferecer descontos para pagamentos antecipados.

Para determinar sua necessidade de capital de giro, você precisa avaliar cuidadosamente seus fluxos de caixa, prevendo entradas e saídas de dinheiro ao longo do tempo. Isso permite visualizar com precisão a necessidade de capital de giro para cobrir eventuais desequilíbrios entre os recebimentos e os pagamentos. Ferramentas como planilhas e softwares de gestão financeira podem auxiliar nesse processo, permitindo uma visão mais clara da sua saúde financeira. Um fluxo de caixa bem estruturado ajuda a antecipar possíveis problemas e permite tomar decisões estratégicas de forma proativa.

No setor de produtoras culturais, a necessidade de capital de giro costuma ser alta, variando geralmente entre 90% e 180% do investimento total, dependendo do porte e tipo de projetos que você realiza. Esse percentual leva em conta a natureza frequentemente sazonal do setor e as variações de fluxo de caixa entre projetos.

Lembre-se: planejar e gerir seu capital de giro com inteligência é fundamental para o sucesso da sua produtora cultural. Com uma visão estratégica e um acompanhamento constante, você assegurará a estabilidade financeira necessária para criar projetos incríveis e fazer sua marca brilhar no mercado.

Você pode calcular a sua Necessidade de Capital de Giro usando a [Planejadora Financeira do Sebrae](#). Para isso basta simular sua estimativa de vendas e custos mensais, prazo do giro de estoque e prazos de pagamento e recebimentos. Com esses dados a ferramenta vai calcular ainda seus indicadores de lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas comerciais, insumos consumidos no processo de prestação e execução de serviços, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, prestação e venda de serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso

ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir uma produtora cultural podem ser estimados considerando os itens e valores referenciais abaixo:

1. Salários, comissões (caso a remuneração de serviço de colaboradores seja feita com base em desempenho) e encargos: R\$ 15.000,00;
2. Tributos, impostos, contribuições e taxas: R\$ 1.500,00;
3. Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R\$ 3.000,00;
4. Água, luz, telefone e acesso a internet: R\$ 900,00;
5. Manutenção de software: R\$ 500,00;
6. Produtos para higiene e limpeza: R\$ 400,00;
7. Recursos para manutenções corretivas e preventivas de maquinários e instalações: R\$ 800,00;
8. Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 1.500,00;
9. Despesas comerciais para desenvolvimento do negócio: R\$ 2.500,00;
10. Assessoria contábil – R\$ 1.500,00;
11. Valores para quitar possíveis financiamentos de máquinas, equipamentos e mobiliário – R\$ 1.200,00.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Criar uma produtora cultural de sucesso exige mais do que apenas produzir eventos ou projetos artísticos. É fundamental agregar valor, diferenciando-se da concorrência e garantindo a fidelização do público e, principalmente, dos patrocinadores. Em um mercado competitivo e dinâmico, a inovação e a adaptação às tendências são essenciais para a sua prosperidade.

Imagine ir além da simples execução de um projeto cultural. Considere a possibilidade de oferecer um pacote completo que inclui desde a concepção da ideia, passando pela pesquisa de mercado e definição de público-alvo, até a captação de recursos e a gestão completa do projeto. Isso representa uma significativa agregação de valor para seus clientes, tornando-se um parceiro estratégico e não apenas um prestador de serviço.

Pense em serviços complementares que impulsionam o sucesso de seus projetos. A pesquisa de novas áreas e oportunidades, com formatação em linguagem comercial, é crucial para tornar um projeto cultural atrativo para investidores. A criação de uma programação visual impactante, que capture a atenção dos patrocinadores, é outro

elemento-chave. Desenvolver projetos personalizados, alinhados ao perfil de cada empresa patrocinadora, demonstra expertise e gera confiança.

No cenário atual, dados são fundamentais. A obtenção e o tratamento de dados para fundamentar propostas e demonstrar a relevância de projetos culturais são imprescindíveis. A capacidade de apresentar dados concretos sobre o público-alvo, o impacto social e o retorno do investimento (ROI) para os patrocinadores é um diferencial competitivo significativo. Lembre-se de apresentar propostas realistas e com orçamentos ajustados aos preços de mercado, demonstrando sua compreensão do setor.

Além disso, a produção de textos consistentes para fundamentar os objetivos e justificativas do projeto, a organização da documentação exigida e o acompanhamento da tramitação até a aprovação demonstram profissionalismo e tranquilizam seus clientes. Essa atenção aos detalhes, aliada à criatividade e à expertise na área cultural, irá destacar sua produtora no mercado.

Em resumo, a diversificação e a agregação de valor na sua produtora cultural passam por entender profundamente as necessidades do mercado, investir em inovação e oferecer um serviço completo e personalizado. Não se limite à execução; ofereça uma solução completa que garanta o sucesso dos projetos culturais e a consolidação da sua produtora como referência em seu nicho.

16. Divulgação

O sucesso de uma produtora cultural depende fortemente de uma estratégia de divulgação eficaz. Neste mercado competitivo, é crucial ir além das abordagens tradicionais e abraçar a criatividade para alcançar seu público-alvo e construir uma marca forte. Não se trata apenas de anunciar seus serviços, mas de conectar-se com a comunidade cultural e demonstrar o valor que você oferece.

A construção de uma sólida presença online é fundamental. Um site profissional, com um portfólio impecável exibindo seus projetos de sucesso e cases de clientes satisfeitos, é o seu cartão de visitas digital. Atualmente, é imprescindível otimizar seu site para mecanismos de busca (SEO), para que potenciais clientes o encontrem facilmente ao pesquisar por serviços de produção cultural na internet. Utilize plataformas como Google My Business para aumentar sua visibilidade local.

As redes sociais são ferramentas poderosas para interação e divulgação. Escolha as plataformas mais relevantes para o seu público e crie um conteúdo consistente e envolvente. Compartilhe informações sobre seus projetos, bastidores da produção, entrevistas com artistas, notícias do setor e eventos relevantes. Utilize estratégias de anúncios pagos (como o Google Ads e campanhas segmentadas no Facebook e Instagram) para atingir um público específico. A interação com seus seguidores e a geração de conteúdo de alta qualidade são essenciais para o engajamento.

Além do digital, o networking é crucial. Participe de eventos do setor cultural, feiras, workshops e mostras. Relacione-se com artistas, outros produtores, patrocinadores e potenciais clientes. Construir relacionamentos sólidos é vital para a geração de oportunidades e recomendações. Um material de apresentação profissional (cartão de visita, folders, apresentações digitais concisas e impactantes) é indispensável para esses

encontros.

A divulgação boca-a-boca, impulsionada por clientes satisfeitos, continua sendo uma estratégia poderosa. Priorize a excelência em seus serviços para garantir referências positivas. Incentive seus clientes a compartilharem sua experiência positiva nas redes sociais, marcando sua produtora. Um atendimento excepcional e a entrega de um serviço acima das expectativas são seus melhores aliados.

Lembre-se: a divulgação é um processo contínuo e adaptativo. Monitore seus resultados, ajuste suas estratégias conforme necessário e esteja sempre aberto a novas ideias e tecnologias. Com dedicação, criatividade e uma visão estratégica, você poderá construir uma produtora cultural de sucesso e alcançar seus objetivos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Criar uma produtora cultural (CNAE 9001-9/99) é um empreendimento cheio de possibilidades! Mas para navegar com sucesso nesse universo criativo, entender as obrigações fiscais é fundamental. Vamos simplificar este processo para você.

Uma das primeiras decisões é escolher o regime tributário ideal. Para microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), o Simples Nacional costuma ser a opção mais vantajosa. Ele unifica diversos impostos em um único pagamento, facilitando a gestão financeira. Para se enquadrar no Simples Nacional, sua produtora precisa respeitar limites de receita bruta anual: R\$ 360.000,00 para ME e R\$ 4.800.000,00 para EPP (atualizado em 2024). É importante verificar os limites atualizados, pois eles podem sofrer alterações. Além do limite de faturamento, outras regras devem ser observadas.

Através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), acessível pelo Portal do Simples Nacional, você recolherá tributos como IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, ISSQN e INSS (parte patronal). As alíquotas do Simples Nacional para produtoras culturais variam de acordo com sua receita bruta, geralmente entre 6% e 17,42%. No primeiro ano de atividade, as alíquotas são calculadas proporcionalmente ao número de meses em que a empresa esteve ativa.

Benefícios Tributários: Dependendo do estado onde sua produtora estiver localizada, você poderá se beneficiar de reduções de impostos estaduais (como o ICMS) ou federais (PIS e COFINS). Pesquise os incentivos disponíveis na sua região para otimizar sua tributação.

MEI (Microempreendedor Individual): Infelizmente, o CNAE 9001-9/99 não se enquadra no regime do MEI. Para atividades mais simples e com receita bruta anual ainda menor, o MEI pode ser uma boa opção, mas não para o tipo de atividade de uma produtora cultural.

Opção pelo Simples Nacional: Para produtoras culturais, o Simples Nacional geralmente oferece vantagens significativas em termos de simplificação tributária e burocracia. A facilidade de abertura e cumprimento das obrigações acessórias contribuem para que você se concentre no que realmente importa: a criação e a produção cultural.

Lembre-se: As informações acima têm caráter informativo e podem sofrer alterações. Para garantir a precisão dos dados e se adequar à sua situação específica, consulte um contador ou profissional especializado em legislação tributária. Eles poderão te auxiliar na escolha do

melhor regime tributário e na gestão financeira da sua produtora cultural.

18. Eventos

International Society for the Performing Arts. Disponível em:

<http://www.ispa.org/Atualizações em Gestão Cultural: seminário interno>. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Encontros com a cultura: O poder da Cultura. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Seminário Internacional Políticas Culturais. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Oficina de introdução ao teatro de animação. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Sarau Afro-Brasil. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Como fazer com que os jogos favoreçam coletivos, projetos e a cultura da periferia? Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Gestão para produção cultural. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Seminário

#PROCULTURA: Os desafios do financiamento a cultura no Brasil. Disponível em:

<http://www.gestaocultural.org.br/agenda-cultural.asp>Patrocínio, Marca e Reputação. Disponível em:

<http://www.redecemec.com/Captação de Recursos: Cultura e entretenimento sob a perspectiva do mercado>. Disponível em:

<http://www.redecemec.com/TV a Cabo: Criação, formatação e venda de produtos para TV>. Disponível em:

<http://www.redecemec.com/Mercado Internacional da Música>. Disponível em:

<http://www.redecemec.com/Mercado do Cinema>. Disponível em:

19. Entidades em Geral

Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br>Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura (Sefic). Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-de-incentivo-e-fomen>

[to-a-cultura/Secretaria do Audiovisual \(SAV\)](http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-do-audiovisual). Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-do-audiovisual>Secretaria de

Programas e Projetos Culturais (SPPC). Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-de-programas-e-proje>

[tos-culturais](http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-da-identidade-e-da-d)Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SID). Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-da-identidade-e-da-d>

[iversidade-cultural](http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-de-incentivo-e-fomen)Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura. Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/site/sobre/secretarias/secretaria-de-incentivo-e-fomen>

[to-a-cultura](http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home)Ancine – Agência Nacional do Cinema. Disponível em:

<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>CCBB - Centro Cultural

Banco do Brasil. Disponível em:

<http://www44.bb.com.br/appbb/portal/bb/ctr2/rj/DetalheEvento.jsp?Evento.codigo=3>

3141&cod=1FUNARTE - Fundação Nacional de Artes. Disponível em:

<http://www.funarte.gov.br>Fundação Casa de Rui Barbosa. Disponível em:

<http://www.casaruibarbosa.gov.br/Itaú Cultural>. Disponível em:

<http://www.itaucultural.org.br>Petrobrás Cultural. Disponível em:

http://www2.petrobras.com.br/portugues/ads/ads_Cultura.htmlABGC - Associação

Brasileira de Gestão Cultural. Disponível em:

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos. Disponível em: www.abeoc.org.br. Acessando o site principal da ABEOC será possível a navegação nos sites das seções estaduais.

UBRAFE – União Brasileira dos Promotores de Feiras. Disponível em: www.ubrafe.com.br

SINDIEVENTOS – Sindicato dos trabalhadores, empregados, autônomos, avulsos e temporários, em feiras, congressos e eventos em geral e em atividades afins de organização, montagem e promoção no estado de São Paulo. Disponível em: www.sindieventos.com.br

SINDIPROM - Sindicato de Empresas de Promoção, Organização e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de São Paulo. Disponível em: www.sindiprom.org.br

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Produtora Cultural.

ABNT NBR ISO 20121:2012 - Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos — Requisitos com orientações de uso.

Esta Norma especifica os requisitos de um sistema de gestão para sustentabilidade de eventos para qualquer tipo de evento ou atividades relacionadas a eventos, bem como fornece orientações sobre a conformidade com esses requisitos.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Produtora Cultural.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Bem cultural - se define por sua utilidade pública, assim como por seu conteúdo simbólico. Pode integrar-se ao patrimônio cultural material e imaterial de uma sociedade, além de abarcar a infraestrutura necessária para sua guarda e conservação, como museus, arquivos, centros de documentação, laboratórios etc.

Body art - do inglês "arte do corpo" ou corporal, é uma manifestação das artes visuais em que o corpo do artista é utilizado como suporte ou meio de expressão, e está associada à arte conceitual e à performance - da qual é considerada por alguns teóricos como um "subgênero".

Centralidade da Cultura - centralidade da cultura como instância determinante nos processos sociais contemporâneos desloca o eixo de sustentação das políticas de desenvolvimento baseadas tão somente na economia para uma visão mais ampla, que não tem na cultura um fenômeno isolado e autônomo.

Cidade e cultura - a cidade é o local onde se dá a ação coletiva. Em tempos globalizados, torna-se o espaço privilegiado de intercâmbios e elaborações, além de ser o palco no qual os indivíduos exercem pressões para valer seus direitos e concretizar seus desejos.

Cultura - cultura não é um termo de definição única. Suas inúmeras definições se ligam de forma direta ao contexto em que estão inseridas. Originada da palavra latina culter – que significa lavoura ou cultivo agrícola, o que denota um processo material, como aponta Terry Eagleton – cultura passou a relacionar-se com questões do espírito e chegou a uma posição de destaque quando se tornou politicamente relevante. Raymond Williams distingue três sentidos modernos da palavra: cultura como civilidade; como sinônimo de civilização, ou seja, como processo geral de progresso intelectual, espiritual e material dentro do espírito iluminista do século XVIII; e cultura como oposta à civilização, conceituada na virada do

século XIX, reflexo do conflito entre tradição e modernidade, contrapondo a ideia universalista a um modo de vida característico, sentido que se estabelecerá no século XX. Em outro de seus trabalhos, Williams apresenta quatro sentidos diferentes de cultura: como uma disposição mental individual; como o estado de desenvolvimento intelectual de toda uma sociedade; como as artes; e como o modo de vida total de um grupo de pessoas. Para este autor, a cultura apresenta formas dominantes, emergentes e residuais que convivem simultaneamente.

Direitos Culturais - os direitos culturais foram proclamados na Declaração Universal dos Direitos do Homem, adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 1948, em que são descritos como instrumentos legais em dois de seus artigos, assegurando-se, ainda que formalmente, a participação livre na vida cultural da comunidade, na fruição das artes e na participação do progresso científico e seus benefícios. Da mesma forma, assegura-se o direito à propriedade intelectual.

Diversidade Cultural - o pressuposto da diversidade cultural é de que ela é parte constitutiva da condição humana e, como realidade plural, define-se não como a soma das diferentes culturas, das diferentes identidades ou dos diferentes modos culturais, mas como processo marcado por mediações, tensões, trocas constantes e contínuas.

Espetáculo - o "espetáculo" é uma noção central na teoria situacionista desenvolvida pelo teórico e ativista francês Guy Debord, autor do paradigmático livro *A Sociedade do Espetáculo*, de 1968 (Contraponto Editora, 1997). Para Debord, a noção de "espetáculo" é usada para assinalar um novo estágio no capitalismo avançado - que associava a um "excesso do midiático" -, terreno de novas formas de poder ao qual ele propõe estratégias de resistência e subversão. No âmbito das artes visuais, em outra acepção, o "espetáculo" se confunde com o espetacular, referindo-se a uma tendência crescente, a partir dos anos 1990, a se valorizar soluções plásticas grandiosas, não raro com elaborados aparatos cenográficos e forte apelo visual. Por vezes flertando com a monumentalidade, tais propostas podem envolver o espectador num jogo sensorial ao qual é difícil permanecer indiferente. Essa concepção de espetáculo não se restringe à produção de artistas, mas é também assimilada como estratégica por instituições de arte na atualidade, que investem em requintadas soluções cenográficas para projetos expositivos.

Financiamento da Cultura - o financiamento da cultura pode ser entendido como o conjunto de iniciativas, medidas ou mecanismos capaz de prover recursos financeiros para o desenvolvimento do setor cultural. Esses recursos podem se originar de diversas fontes – públicas (de âmbito federal, estadual ou municipal), mistas ou privadas (pessoas físicas, empresas, fundações, organizações sem fins lucrativos) –, as quais, mediante motivações variadas, canalizam recursos para fomentar a criação, a produção, a distribuição e o uso cultural, ou ainda para preservar o patrimônio cultural.

Gestão Cultural - a gestão cultural pode ser entendida como um conjunto de atividades relacionadas ao sistema de produção cultural (1), realizadas com base em uma determinada política cultural, por organizações públicas, privadas ou mistas, grupos culturais ou comunitários, abrangendo a administração de recursos (humanos, físicos, materiais e orçamentários), o acesso a diversas fontes de financiamento, o estabelecimento de redes e parcerias, a formação artística e cultural, aspectos legais, exercícios de participação, processos de comunicação e cooperação, entre outras.

Happening - o happening, que se pode traduzir como "acontecimento", é uma forma de

expressão artística que, apesar de quase sempre planejada, incorpora algum elemento de espontaneidade ou improvisação que se dá de maneira diferente a cada apresentação. Apesar de similar à performance, o happening se diferencia desta na medida em que, além do aspecto de imprevisibilidade, geralmente envolve a participação direta ou indireta do público espectador. Reações aleatórias por parte do espectador-participante são quase sempre esperadas em um happening.

Incentivo fiscal para a cultura - o setor cultural pode ser financiado de vários modos e com recursos provenientes de diversas fontes, tanto de pessoas físicas quanto jurídicas. A pessoa jurídica pode ser representada na forma de organização pública, mista ou privada. Com o financiamento, o setor cultural canaliza recursos para fomentar a criação, a produção, a distribuição e o uso cultural, ou, ainda, para preservar o patrimônio cultural. O incentivo fiscal à cultura é um mecanismo criado para atrair recursos da iniciativa privada para o apoio a projetos culturais, tendo surgido no Brasil em um momento de escassez de recursos, quando se evidenciava a necessidade de diversificação das fontes de financiamento da cultura.

Mecenato - a origem do termo mecenato remete aos tempos do Império Romano, mais especificamente à figura de Caius Cilnius Mecenas, ministro do imperador Caio Julio Augusto, que tentou construir uma política inédita de relacionamento entre governo e sociedade com base em uma visão de que poder e cultura não poderiam caminhar dissociados, pois a cultura seria a grande legitimadora do poder. Segundo Candido Mendes de Almeida, ao promover a arte, a ciência e o pensamento, os governantes queriam se eternizar, entrar na história como grandes benfeitores capazes de viabilizar projetos artísticos ou científicos. Desta forma, longe de ter um caráter desinteressado e puro, a proteção de Mecenas às artes tinha objetivos políticos, na medida em que procurava usar a genialidade dos poetas de seu tempo para legitimar o regime. Multimídia – é a utilização simultânea de vários tipos de mídia (textos, sons, imagem, vídeos, etc.).

Performance - a performance artística é uma modalidade interdisciplinar que - assim como o happening - pode combinar diversas linguagens, como vídeo, teatro e poesia. Popularizou-se a partir dos anos 1970, mas suas origens estão ligadas a movimentos da vanguarda modernista como o dadaísmo e o surrealismo. Difere do happening por ser mais cuidadosamente elaborada e não envolver, necessariamente, a participação dos espectadores. Em geral, segue um roteiro previamente definido, podendo ser reproduzida em outros momentos ou locais. Apesar de poder incorporar aspectos cênicos, diverge do teatro por não tratar diretamente de representação. Por seu caráter efêmero e de rápida duração, depende de registros, seja em fotografia, vídeo ou memoriais descritivos, para chegar ao grande público.

Propriedade Intelectual - a ideia de propriedade intelectual tem por base a determinação das condições sob as quais um bem criado por um indivíduo ou grupo de indivíduos pode ser utilizado por terceiros, respaldado em limites que uma determinada sociedade reconhece como legítimos e garantidos legalmente. Com o advento da imprensa, no século XV, a possibilidade de copiar e reproduzir obras de maneira efetiva torna-se realidade, e a questão da propriedade intelectual vem à pauta de discussão.

Sustentabilidade da Cultura - a ideia da sustentabilidade da cultura vem ganhando proeminência, embora não seja um conceito de definição única. Ao contrário, vem sendo utilizado com acepções bastante diferentes. As reflexões sobre a cultura nas duas últimas décadas passaram a entendê-la como meio privilegiado para atingir o desenvolvimento

traçados. Teixeira Coelho defende que a cultura deve ser um fim em si, que ela deve ser culturalmente sustentável, o que implica a criação das condições para que a ela se sustente e desenvolva por e para seus próprios princípios, sem outras preocupações, sem o que não sobreviverá e perderá sua força de ação.

22. Dicas de Negócio

Abaixo relaciona-se algumas dicas para os produtores culturais:

Disciplina: esta é uma característica que precisa desenvolver durante toda uma vida. Quanto mais exercita-se a disciplina, mais facilmente conseguirá utilizá-la em prol de seus projetos. Não adianta escrever um pedaço do projeto num dia, parar e retomar o assunto daqui há dois meses. Tente escrever pouco a pouco, com mais frequência, até concluir.

Gestão do tempo e o ritmo de cada um: um dos maiores obstáculos para um produtor independente é a dificuldade de lidar com o fator tempo. Para que seus projetos comecem a fluir, é importante entender que todos têm ritmos diferentes. Ficar irritado que "os outros são muito lentos" ou chateado por que não consegue trabalhar na mesma velocidade da sua equipe pouco irá contribuir para que você consiga melhorar o seu desempenho.

É importante perceber qual é o seu ritmo e quais são os ritmos dos seus parceiros, para que você possa "dosar" quanto tempo cada um deverá destinar para a realização de um projeto.

Comunicação : seus parceiros entendem suas ideias? Os artistas que trabalham com você têm noção do que você está fazendo para potencializar as suas ações culturais? Veja em que aspectos a sua comunicação pode ser melhorados.

Sustentabilidade : no livro "Aprenda a Organizar um Show" o autor fala no último capítulo: "procure sempre trabalhar em shows que contribuam para o seu sustento. A ansiedade gerada por dificuldades financeiras faz com que as pessoas desistam de trabalhar como produtores". Isso se aplica às peças de teatro, espetáculos de dança e quaisquer outros projetos. É fundamental se organizar para ter sustentabilidade naquilo que você escolheu fazer.

Informação sobre o mercado cultural : procure sites, revistas, livros e outras publicações que sirvam de referência para você avaliar o mercado cultural que pretende atuar.

Estratégia : não pense somente no curto prazo. Desenhe um "passo-a-passo" de como pretende alcançar seus objetivos no longo prazo. Se pretender ser um produtor cultural e viver somente disso, planeje como pode ir fazendo uma transição de sua profissão atual para a nova atividade.

Paciência : mudanças importantes nem sempre acontecem do dia para noite. Entrar em pânico não irá ajudar em nada. Se você planejou algo para o ano passado e não aconteceu, avalie, mude o seu roteiro, tenha paciência e invista novamente no que você acredita.

Qualidade de vida : profissão nenhuma vale a pena se o exercício dela não lhe traz qualidade de vida. Veja de que forma você pode trabalhar com a cultura da maneira mais saudável possível. Um produtor deve sentir prazer pelo que faz.

Estude. Para isso você tem à sua disposição: livros, revistas, conteúdos livres na internet, cursos livres, ensino à distância e ensino formal (fundamental, médio e superior). Um produtor cultural independente precisa estudar para ampliar seu desenvolvimento.

Construa sua carreira : trabalhar de forma independente é bem diferente do que ter um emprego comum. Como prestador de serviços, você precisa construir um portfolio com bons trabalhos, para que as pessoas tenham interesse em contratá-lo.

Construa uma carreira com trabalho, respeito, equilíbrio e que tenha a sua cara.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor que pretenda ingressar no segmento de produtora cultural deve ter algumas características básicas, tais como:

1. Ter conhecimento específico sobre produção cultural, eventos culturais, artísticos, musicais, teatro, cinema, dança, etc., bem como as suas diversas variações, incluindo formatação de projetos, dentre outros. Esse conhecimento pode ser adquirido com a participação em cursos e eventos sobre essa área, curso de cerimonial, estudo direcionado sobre a legislação de incentivo cultural, etc.;
2. De preferência o empreendedor deverá ter formação superior na área de marketing e especialização com foco em gestão de projetos culturais e assessoramento de eventos;
3. Faz-se necessário que o empreendedor esteja sempre atento às novas possibilidades de mercado. Ser capaz de elaborar projetos culturais que agreguem valor a sociedade e aos interessados em tais projetos;
4. Buscar melhorar o nível de seu negócio, participando de cursos específicos sobre produção cultural, estrutura de projetos e de gestão empresarial;
5. Ter habilidade no tratamento com pessoas tanto com seus colaboradores quanto com clientes, fornecedores e outros proprietários de empresas de produção cultural, enfim, com todos que de forma direta ou indireta tenham ligação com a empresa;
6. Ser empreendedor com visão de futuro, antecipando tendências, prospectando possível viés na área de produção cultural, bem como inovações de assessoramento, além de estar sempre atento com as inovações de mercado.

As características indicadas acima são apenas direcionamentos, isto não quer dizer que um empreendedor que talvez não se sinta com tais características tenha que desistir de investir neste novo negócio. Contudo, esse empresário terá que se esforçar um pouco mais que os que já contam com tais habilidades, para conduzir seu empreendimento ao ponto que fora idealizado em seu plano de negócio.

24. Bibliografia Complementar

ARANTES, S. Funcionamento da produção cultural no Brasil é paradoxal. Folha Online. São Paulo, 14 dez. 2008, Notícias. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u478652.shtml>. Acesso em: 07 out.

Aprenda a organizar um show. [S. l.]: Imagina Ed., [2008]. Disponível em:
http://produtorindependente.blogspot.com/2008/01/livro-aprenda-organizar-um-show_30.html. Acesso em: 07 out. 2013.

FRANCEZ, A.; COSTA NETTO, J. C.; DANTINO, S. F. Manual do direito do entretenimento: guia de produção cultural. São Paulo: Ed. SENAC, 2009.

GIL, Gilberto; PORTA, Paula. Economia da cultura. Folha de S. Paulo, São Paulo, 3 fev. 2008. Fim de Semana, Cultura. p. 2-3. Disponível em:
<http://www.cultura.gov.br/site/2008/02/03/economia-da-cultura-2/>. Acesso em: 07 out. 2013.

NATALE, E.; OLIVIERI, C. Guia brasileiro de produção cultural. [S. l.]: Ed. Zé do Livro, 2003.

PELLEGRINI, T. Aspectos da produção cultural brasileira contemporânea. Crítica Marxista, Campinas, n. 27, 2008. p. 69-91. Disponível em:
http://www.unicamp.br/cemarx/criticamarxista/cm_2.4.pdf. Acesso em: 07 out. 2013.

PRESTES FILHO, L. C. (Coord.). Cadeia produtiva da economia do Carnaval. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, [2008]. Disponível em:
http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/economia_carnaval.pdf. Acesso em: 07 out. 2013.

Produtor Cultural Independente. Disponível em: <http://www.produtorindependente.com/>. Acesso em: 07 out. 2013.

Como abrir e montar uma produtora cultural. Disponível em: <http://como-abrir-o-seu-negocio.blogspot.com.br/2011/08/como-abrir-montar-um-a-produtora.html>. Acesso em: 07 out. 2013.

Guia do estudante cultural. Disponível em:
<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/comunicacao-informacao/producao>

