

ANEXO I

PLANO DE TRABALHO

Razão Social: UNIÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO CATÓLICA			
CNPJ: 00.331.801/0001-30 mantenedoras da UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA			
Endereço: QS 01, Rua 210, Lote 40, Salas 1105 e 1106, Águas Claras, Brasília/DF – CEP: 71.950-770 e, com Escritório Executivo no SMPW Quadra 05, Conjunto 13, Lote 08 – Núcleo Bandeirante/DF			
Cidade: Brasília	Bairro: Águas Claras	UF: DF	CEP: 71.950-770
E-mail da OSC: projur@ubec.edu.br		Site da OSC: https://www.ubec.edu.br/	
Representante Legal (Dirigente): José Romualdo Degasperi			
Cargo do Representante Legal: Conselheiro Presidente			
CPF: 656.273.778-87	RG/Órgão Expedidor: 3.613.570 SSP/SP		
Endereço do Representante Legal: SMPW Quadra 05, Conjunto 13, Lote 08 – Núcleo Bandeirante/DF			
Telefone (DDD): 3383 9078	Telefone (DDD): 3383 9078		

ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA

Responsável pelo acompanhamento da parceria: Juliana Moreno Fagundes	
Função na parceria: Coordenadora da Execução	
RG/Órgão Expedidor: 2715012 SSP/DF	CPF: 782.328.211-91
Telefone (DDD): 61 98169-4721	Telefone (DDD):
E-mail do Responsável: juliana.mmbf@gmail.com / alexandre.s.kieling@gmail.com	

1.1 DADOS DO PROJETO

Título do Projeto: Panorama da Economia Criativa do DF		
Valor do Projeto – Emenda Parlamentar: R\$ 399.999,84		
Local de realização: Distrito Federal		
Período de Execução:	Início: 16/10/2021	Término: 16/10/2023
Enquadramento:	Educacional (X)	Participativo () Auto Rendimento ()
Valor total do projeto R\$ (extenso): Trezentos e noventa e nove mil, novecentos e noventa e nove reais com oitenta e quatro centavos.		
Previsão de Público: Não se Aplica		
Público-alvo: atores envolvidos nas cadeias produtivas existentes e emergentes de Economia Criativa no DF		
Previsão de Geração de Postos de trabalho: O panorama e diagnóstico devem induzir a articulação de uma massa de atores econômicos na faixa de 12% da economia ativa do DF.		

1.2 HISTÓRICO DO PROPONENTE (Experiências na área, parcerias anteriores)

A UBEC- União Brasileira de Educação Católica –, organização sem fins lucrativos, fundada em 1972, surgiu com o objetivo de manter instituições católicas de ensino, proporcionando uma rede de educação sólida e de qualidade. Por meio da sua Unidade de Missão UCB – Universidade Católica de Brasília, é um centro de produção de conhecimento e de transformação cultural, econômica e social, perspectiva que compreende seu papel na sociedade produtiva, que envolve o estímulo e a intersecção entre ciência, tecnologia e inovação – vetores no desenvolvimento humano, social, cultural, territorial, organizacional e econômico. Universidade acolhe as novas ciências, como também as ciências duras, articuladas na lógica e na dinâmica da tecnociência que contempla a interdependência entre ciência, sociedade e tecnologia.

O princípio da tecnociência postula que o verdadeiro é o que pode ser aplicado na prática de vida em sociedade e que permite que o conhecimento científico se torne durável na perspectiva de que é codificado e posicionado socialmente.

Ações da UBEC/UCB são alicerçadas nas diretrizes:

Estimular, por meio da pesquisa, a vocação para empreendedorismo e inovação;

Incentivar o desenvolvimento de projetos de pesquisa que respondam às necessidades local e regional;

Estabelecer parcerias com entidades públicas e privadas, visando sustentabilidade econômico-financeira;

Promover parcerias nacionais e internacionais, estimulando o trânsito e intercâmbio de estudantes, professores e pesquisadores;

Considerar atuação conjunta com as atividades de extensão, por meio da transferência de conhecimentos gerados a partir de experiências vivenciadas na comunidade;

Valorizar a participação de estudantes, em conjunto com as atividades de ensino, consolidando sua formação acadêmica e profissional.

Nessa perspectiva, foram eleitos 4 eixos focais e 1 eixo transversal que se interconectam e interagem numa cadeia sistêmica a partir dos quais direciona seus esforços.

São os eixos focais Vida, Cidadania, Humanidade e Economia Criativa e da Cultura e o eixo transversal Tecnologia e Gestão que conecta todos demais.

VIDA – Saúde e Meio ambiente: ancora-se na relação entre o homem e o ambiente e sua plena harmonia no uso e preservação de todos os recursos naturais incluindo a saúde plena do ser humano, o ciclo da vida.

HUMANIDADE – Educação e Sustentabilidade: A intersecção contempla o entendimento de educação como riqueza e a visão de economia a partir dos ativos intelectuais e de conhecimentos entendidos como capital essencial na estratégia de desenvolvimento regional inserido em contextos nacionais e internacionais.

CIDADANIA – Urbanidade e Direito: Percebe a relação em sociedade na sua concepção de direitos públicos e privados, ordenamentos e proteções, a partir da ocupação e uso dos ambientes, do solo, das suas ações, atividades e fluxos urbanos e rurais.

ECONOMIA CRIATIVA – Cultura, Artes, Inovação e Comunicação: Contempla modelos de negócio que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual com vistas à geração de trabalho e renda. São os talentos e qualificações individuais que abrangem as contribuições e ideias de indústrias criativas e culturais, cidades criativas, clusters e arranjos produtivos e a classe (aula) criativa.

Tecnologia e Gestão – Eixo transversal que engloba as atividades de desenvolvimento, avaliação, aplicação e valoração da tecnologia, bem como o incremento em novos modelos de gestão, e assim fomentando a geração, implementação, execução e mensuração de valores tangíveis e intangíveis.

A partir desses eixos as atividades de pesquisa na UCB são pautadas em 2 pilares: pesquisa acadêmica e inovação.

A pesquisa acadêmica amplia aspectos de multidisciplinaridade e integração de competências já disponíveis na UCB e sua aderência/consistência com demandas da sociedade ou pelas necessidades observáveis nas atividades de extensão. Engloba a produção teórica, a ciência básica e aplicada, o alinhamento da infraestrutura disponível e/ou sua adequação às atividades de pesquisa, ao mesmo tempo em que visa à sustentabilidade por meio da extensão como articuladora e responsável pela transferência dos resultados e diálogo com a sociedade.

As atividades de inovação pressupõem a interação com outros agentes da cadeia de valor como o setor público e o setor privado, diretamente com empresas ou demais setores econômicos e sociais observando o comprometimento com aspectos de sigilo e propriedade intelectual, desde a sua concepção. As ações de inovação se orientam pela lógica e capacidade empreendedora de enfrentamento dos desafios da sociedade contemporânea que sejam sustentáveis no seu processo e que promovam desenvolvimento e transformação, resultando em geração de valor.

O apoio institucional prioriza projetos que estejam vinculados aos eixos norteadores, inseridos nas linhas de pesquisa dos PPGs Stricto Sensu e nos grupos da UCB cadastrados no Diretório Nacional de Grupos de Pesquisa (DNGP), do CNPq. Os objetivos são fortalecer os programas de pós-graduação, atrair a participação de docentes, sobretudo aqueles que atuam na graduação e contribuir para a formação de discentes, motivando-os para as atividades de pesquisa e programas de pós-graduação.

A UBEC/UCB contam com 44 instituições conveniadas de cooperação internacional em 15 países. Dispõe de 34 patentes, incluindo uma com o MIT/EUA e um software de computador registrados e um acordo internacional de transferência de tecnologia com empresa Estadunidense. No âmbito do Programa de Mestrado Profissional em Economia Criativa há várias pesquisas desenvolvidas no escopo objeto da presente proposta. É o caso do projeto Migração para Televisão Digital (MTVD), resultado do convênio da Universidade Católica de Brasília (UCB) com a Seja Digital, Entidade Administradora do Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e RTV (EAD). Os objetivos foram uma campanha de sensibilização da população do DF sobre o desligamento do sinal da televisão analógica efetivado em novembro de 2016, informar sobre a importância da digitalização e desenvolver uma pesquisa de campo sobre o processo de adaptação e uso dos sistemas digitais. Foram mobilizados diretamente 700 estudantes que atuaram em ações voluntárias diretas ou indiretas, usando seus canais de contato com o público-alvo por meio das suas atividades acadêmicas de rotina e os contatos em suas regiões de moradia. Os resultados da pesquisa incluíram publicações em português, inglês e francês e participações em eventos nacionais e internacionais, acadêmicos e do setor produtivo. Os dados ajudaram na tomada de decisões estratégicas por parte dos atores setoriais. Os pesquisadores do Programa ainda participaram do Projeto Internacional Global ITV, no Brasil liderado pela USP, que desenvolveu um conversor híbrido para exibição de conteúdo audiovisual interativo nos sistemas em broadcast (radiodifusão) europeu, estadunidense e nipo-brasileiro e broadband (internet). Essa pesquisa envolveu um consórcio com empresas europeias da França, Alemanha e Espanha e universidades brasileiras, como a UCB (que desenvolveu dois aplicativos e conteúdos gráficos e audiovisuais), USP, Unicamp e UMESP. O Global segue na sua etapa final de testes de campo com a recepção destas narrativas interativas por meio da convergência entre radiodifusão e Internet. O projeto Global ITV envolveu com mestrandos participantes o app Global ITV que prevê a distribuição de informação sobre atividades e manifestações culturais do DF por meio da TV digital. Da mesma forma, o Mestrado também desenvolve, desde 2018, o projeto INOVARTE que mapeou, diagnosticou e desenvolveu produtos com vistas a apoiar a Economia Criativa feminina da Região Administrativa de Samambaia (DF). Em parceria com o grupo cultural Imaginário Cultural e o Complexo Cultural de Samambaia, com visitas técnicas de alunos aos pontos de cultura de Samambaia, rodas de diálogo com as agentes culturais locais e elaboração de proposta colaborativa de formação ao longo da vida por meio de cursos propostos não

apenas pelas pesquisadoras envolvidas, mas também – e esta é a proposta inovadora do projeto – pelas agentes culturais locais, em uma troca de saberes que integra a universidade à comunidade e vice-versa.

2. DESCRIÇÃO DO PROJETO

Realização de Pesquisa quanto ao Panorama da Economia Criativa do DF.

2.1 IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO

A sociedade mundial, especialmente diante da experiência de 2020/ 2021, não tem dúvidas do papel e da importância da ciência e da pesquisa para a civilização, para o conjunto social e para a economia. Trata-se de um reconhecimento tanto como instrumento de conhecimento, como forma de solução de problemas, como inovação, desenvolvimento e vínculos entre os setores públicos e privados. Elos que aproximam as organizações, as pessoas e a atividade econômica. As pesquisas tornam-se imprescindíveis para o sucesso de qualquer empreendimento.

A execução da pesquisa é uma antiga demanda do trade turístico, reforçada pela Câmara de Economia Criativa da FECOMERCIO e por todos os setores nela representados. A proposta efetiva uma articulação e aproximação do setor produtivo, do setor público e setor acadêmico.

A Economia Criativa tem como característica a produção. As áreas mais conhecidas são música, artes cênicas, áudio visual, edição de livros e periódicos, design, artesanato, gastronomia e criação de softwares. Os "setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo, gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social", como diz o Plano de Brasília.

O Plano de Turismo Criativo de Brasília é parte integrante do Programa de Governo Cidade, Cidadão, Cidadania e do Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo do DF. Reflete a integração com as políticas públicas do Governo Federal por meio de programas e projetos, a exemplo das estratégias e diretrizes do Plano Nacional de Turismo, do Programa de Regionalização do Turismo e da Produção Associada ao Turismo, coordenados pelo Ministério do Turismo.

Para exemplificar melhor, entende-se que o ato viajar por si só, é um ato criativo, são vivências diferenciadas, valores agregados, percepção da cultura local do destino, e isso é tratado como atividade turística.

Ao visitar um museu, ao fazer uso da hospedagem ou mesmo ao usar um aplicativo de mobilidade urbana ou mesmo serviço de transporte público isso é uma fruição econômica por meio da atividade turística.

Nos últimos anos, a pesquisa na área da economia criativa, do turismo, da cultura vem avançando quanto ao planejamento acadêmico na área e quanto ao monitoramento das metas e objetivos a serem alcançados.

A realização de pesquisas é o ponto de relacionamento mais importante entre universidades e o trade, pois é por meio dessa ferramenta que a Universidade dispõe de sua expertise metodológica necessária à sua realização e, por outro lado, seus resultados servem ao mercado como guia para traçar estratégias, informações mercadológicas, realização de planejamento e monitoramento sistemáticos, tomada de decisões, desenvolvimento de políticas públicas, com atuação do terceiro setor, governo e sociedade.

No Brasil, essa cultura de pesquisa precisa ser desmitificada, países como os Estados Unidos, Reino Unido, França, Alemanha, Espanha, Austrália e Canadá estão muito à frente no entendimento da importância de realização de pesquisas acadêmicas.

O que acontece é que sem pesquisa não há informação. E sem informação não há excelência. E sem excelência não há competitividade.

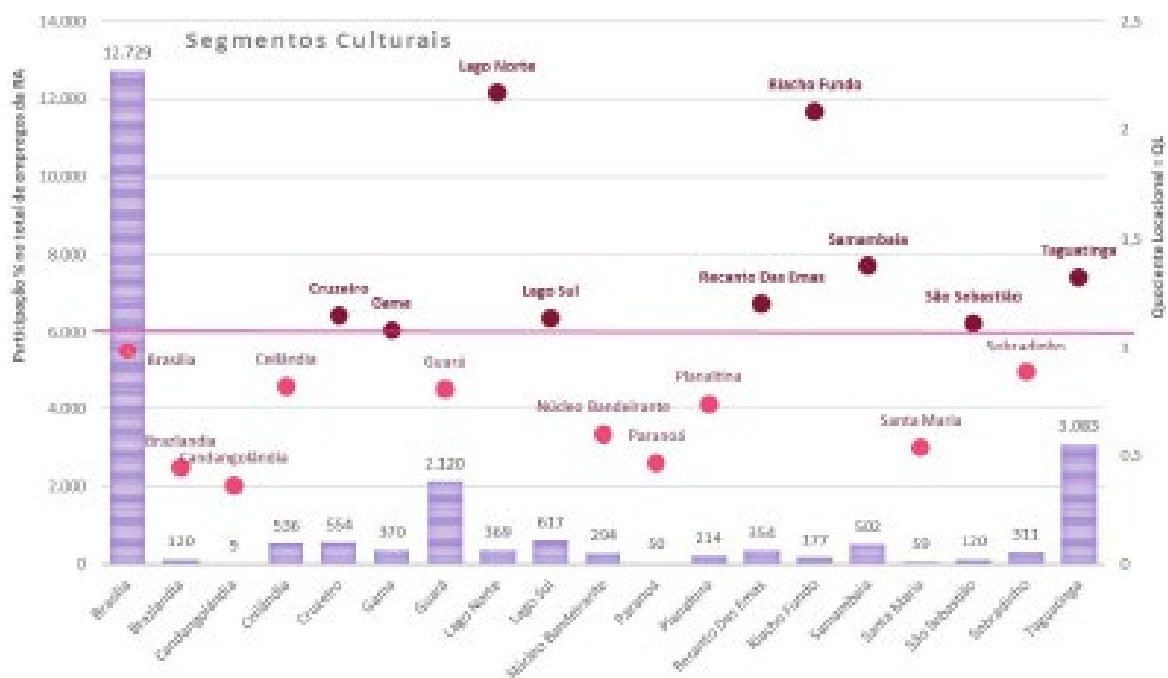
Vamos dar voz ao trade, aos gestores públicos, *decision makers* do setor em geral entenderem a importância da pesquisa.

As pesquisas não devem ser vistas como um custo, e sim um instrumento de busca de excelência e competitividade e, portanto, como um investimento.

Vamos realizar mapeamentos focais de vocação e competências nas regiões administrativas do DF. Entende-se que tratamos aqui de um projeto, uma pesquisa voltada à Inovação e Desenvolvimento Tecnológico no Setor Produtivo do Distrito Federal, de maneira sistêmica e estruturada como cadeia de valor de base empreendedora e tecnológica, insere-se aqui um programa de inovação da matriz econômica regional de impacto social e cultural.

Destaque a economia criativa como um setor com grande potencial de empregabilidade no Distrito Federal. De acordo com dados da CODEPLAN as atividades criativas e culturais representam uma remuneração superior aos demais setores. O Estudo indica que mesmo no caso de profissionais de menor qualificação, o salário médio oscila entre R\$ 964,00 e R\$1.324,00. Há atividades informais ou por meio de MEIs que projetam um potencial de geração de renda e ocupação que podem efetivar a mudança da matriz econômica do DF. Uma perspectiva que, entretanto, demanda uma articulação da cadeia de valor, da formação de polos que assegurem expansão e desenvolvimento sustentável em bases empreendedora e tecnológica que promovam a mudança da matriz econômica da região.

Áreas de atividade criativa formal no DF, conforme estudo da CODEPLAN (2018), indicam um potencial de desenvolvimento:



Elaboração: GECON/DIEPS/Codeplan

Um esforço em desenhar um Panorama da Economia Criativa no DF executado pela Codeplan em 2018 já indicou que existem grupos potenciais na região:

“Grupo 1 - Patrimônio, incluindo as expressões culturais e os sítios culturais. Turismo patrimonial, urbanístico, arquitetônico e paisagístico; ecológico, cívico.

Grupo 2 - Artes, em todo o amplo universo das artes visuais e performáticas.

Grupo 3 - Mídia, abrangendo publicações e mídia impressa e todas as atividades contidas no audiovisual. Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal 12

Grupo 4 - *New media* e serviços criativos, produção de conteúdo. Pode ser incentivada a produção de softwares, aplicativos, redes e conteúdos orientados a problemáticas coletivas e/ou de grupos sociais específicos.

Grupo 5 - Pesquisa e Desenvolvimento, principalmente em biotecnologia, aproveitando o que resta da biodiversidade no Distrito Federal e adjacências, decorrente da confluência das três grandes bacias hidrográficas brasileiras. O alto nível de instrução da população local indica que o incentivo a atividades de P&D é atividade particularmente apropriada”

(GONÇALVES e DOMICINI – CODEPLAN. 2018, pg. 11).

As conclusões do documento apontam que “é necessário conhecer o território, seu papel político, os processos aos quais está sujeito e suas condições socioeconômicas”. Essa tarefa está em aberto. É uma lacuna que precisa ser preenchida em especial com o objetivo de viabilizar uma cadeia empreendedora e tecnológica que possa ser cada vez mais um meio de promover a mudança da matriz econômica do Distrito Federal.

Além disso, este ano, 2021, foi declarado pela ONU como ano internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável.

2.3 CONTEXTO DA REALIDADE A SER CONTEMPLADA

O termo de indústrias criativas surgiu em 1990 na Austrália, com políticas bem definidas voltadas para o segmento produtivo criativo envolvido e que já nessa época incluía o artesanato, museus, performances artísticas, mídias ao design e desenvolvimento de softwares (DCMS1, 2005; HOWKINS, 2001).

Precisamos entender que a produção criativa sempre existiu na forma de serviços e produtos, mas hoje são tratados de outra forma, como por exemplo: cabelereiros são *hair designers*, os floricultores agora são artistas florais, etc. É um movimento de agregar valor ao produto ou serviço.

Vamos promover a mobilização, de forma a motivar e estimular as boas práticas. Propomos aqui em Brasília uma pesquisa com um conceito mais ampliado para a economia criativa e diversificação econômica, devido ao seu ponto estratégico na configuração geopolítica, provocando o sentido de conectividade e integração. Compondo o setor turístico e sua transversalidade, como música, artes, artesanato, festivais, literatura, religiosidade e espiritualidade, negócios, esportes, gastronomia, moda, audiovisual, *design* e tecnologia.

Brasília tem potencial para se tornar um modelo de sustentabilidade. Promovendo um espaço de desenvolvimento e geração de emprego e renda. Valorizar a pesquisa acadêmica como instrumento de desenvolvimento econômico e social. Tornar Brasília destaque em ciência, desenvolvimento tecnológico e inovação.

De forma que se torna necessário conhecer as potencialidades locais com vistas à articulação sistêmica para afetivamente viabilizar uma cadeia de valor do setor induzindo e fomentando a consolidação e a formação de polos em cada seguimento criativo. A organização em cluster e arranjos produtivos tende a acelerar o desenvolvimento setorial. E o que se pretende nessa primeira fase é a construção de um panorama da economia criativa no Distrito Federal que identifique os *clusters* locais, mas também permita perceber a dinâmica de circulação entre eles.

2.4 ORIGEM DO ORÇAMENTO PARA A DESPESA

Recursos provenientes de Emenda Parlamentar no valor de R\$ 400.000,00

2.5 OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL Macro:

Produzir um Panorama da Economia Criativa do DF e propor estratégias e um plano de ações de curto, médio e longo prazo para a organização de polos articulados em *clusters* e mesmo em arranjos produtivos locais nas regiões administrativas. Polos inseridos na cadeia de valor desta economia com base empreendedora e tecnológica com vistas à promoção da mudança da matriz econômica e a ampliação das oportunidades de trabalho, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reforçar a capacidade institucional e a administração pública eficiente no setor;
- Promover a qualificação dos recursos humanos e a sensibilização da população;
- Conhecer todas as atividades criativas do DF;
- Detectar as competências e vocações por região;
- Mapear a natureza das organizações produtivas por segmento.

2.6 METAS e ETAPAS

METAS

2021/2022	Outubro a março	Novembro a abril
Metas	Mapeamento documental de fontes oficiais, e do estado da arte da Economia Criativa. Mapeamento dos recursos mobilizados no setor.	Mapeamento de fontes não oficiais e seleção dos sujeitos envolvidos nas entrevistas e nos grupos focais. Desenvolvimento do questionário.
Responsáveis	Alexandre Kieling Alberto Marques Silva, Rafael Castanheira. Participação de Bolsistas (incluindo bolsistas UBEC) e Parceiros externos	Alexandre Kieling Forence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Participação de Bolsistas e parceiros externos
2022/2023	abril a abril	maio a outubro
Metas	Reunião dos grupos focais, visitas e aplicação dos instrumentos.	Validação, Tabulação, geração de gráficos estatísticos, análise e crítica. Relatórios finais
Responsáveis	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos	Alexandre Kieling (líder) Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos.

ETAPAS DA PESQUISA

1ª) A primeira documental, de caráter teórico-metodológico – promove-se uma revisão e análise documental (impresso ou virtual) e entrevistas com produtores da economia criativa do DF, para a coleta de dados que permitam uma atualização do estado da arte da Economia Criativa.

2ª) Na segunda etapa instrumental, de preparação dos instrumentos qualitativos e quantitativos para a investigação de produção e consumo- faz-se o cadastramento de instituições colaboradoras, a seleção dos produtores/empreendedores e também de faixas de consumidores objeto do estudo e o desenvolvimento dos questionários estruturados e roteiros semiestruturados e preparação das dinâmicas e workshops com o objetivo de investigar as competências e vocações e potenciais de consumo da região. Nessa fase serão programadas visitas técnicas a clusters nacionais e internacionais. Programa-se uma visita ao Porto Digital em Recife e ao *Cluster* da Cidade do Porto em Portugal.

3ª) A terceira etapa campo, envolve execução dos grupos focais - reunião com os consumidores separados por faixa etária e aplicação dos instrumentos: 1º) aplicação do questionário estruturado; 2º) dinâmica de *workshop* com conteúdos audiovisuais e digitais para averiguar níveis de imersão e agenda; 3º) entrevista semiestruturada.

4ª) A etapa propositiva final envolve a tabulação dos resultados, a compilação em dados estatísticos e a análise crítica dos dados e apresentação do plano de ação.

2.7 INDICADORES DE MONITORAMENTO E MEIOS DE VERIFICAÇÃO

Os meios de verificação pautarão os indicadores da seguinte maneira:

- Produção, com base nos números de títulos, agentes ou estruturas produtoras;
- Distribuição, com base na infraestrutura de entrega de produto, conteúdos e serviços em cada segmento;
- Consumo, com base na circulação, audiência e faturamento;
- Atuação do consumidor com base na descrição e análise à luz dos dados de consumo disponíveis;
- Vocação e volume com base nos primeiros movimentos dos agentes econômicos e do mercado (numa perspectiva geral) obtidos mediante monitoramento de experiências *on-line* ou de acesso aos estudos e/ou dados divulgados pelas organizações.

Desta maneira o estudo vai se desenvolver em quatro etapas: Documental, Instrumental, Campo e Propositiva que vamos detalhar adiante.

Para sua execução e desdobramentos de todos seus objetivos e metas o presente projeto vai também se desdobrar em 3 (três) subprojetos:

1. Vocações, competências e organizações da Economia Criativa do DF;
2. Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa do DF;
3. Estratégias para o desenvolvimento da Economia Criativa do DF.

Cada subprojeto – se desenvolve em relação de interdependência e sincronicidade, associado aos propósitos de levantamento e panorama dos sistemas de produção, circulação e consumo já presentes, em esboço ou potenciais de cada setor conforme as vocações e competências de cada região administrativa do Distrito Federal.

Ancora-se nos pressupostos de Dominique Foray (2011) que defende que o olhar das estratégias de Inovação deve se direcionar para a Especialização Inteligente, que são as agendas que podem promover a transformação econômica, vinculada aos potenciais da base local. Movimento que requer apoio político para elencar prioridades, desafios e as necessidades regionais mais importantes para promover desenvolvimento sustentado no conhecimento, nas vantagens competitivas e no potencial de excelência de cada região, na inovação, na tecnologia e nas práticas que estimulem o setor privado.

Considerado este desmembramento incorpora-se metas específicas de cada subprojeto:

1 – Vocações, competências e organizações da economia criativa

Geral: Identificar vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal nas regiões administrativas.

Específicas:

- (b) indicar a organização de polos articulados e os arranjos produtivos locais;
- (c) detectar as competências e vocações por região;
- (d) conhecer as necessidades e nível de formação;
- (e) mapear a natureza das organizações produtivas por segmento;
- (e) detectar os setores em crise e mais vulneráveis, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.

2. Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa

Geral: Analisar o mercado e consumo da Economia Criativa no Distrito Federal

Específicas

- (a) Mensurar o potencial mercadológico nas regiões administrativas;
- (b) Investigar práticas de consumo;
- (c) Projetar públicos existentes e potenciais;
- (d) Identificar nichos.

3. Estratégias para o desenvolvimento da economia Criativa no DF

Geral: Desenvolver um plano de ação para o Distrito Federal sobre a Economia Criativa do DF com vistas à promoção da mudança da matriz econômica

Específicas:

- (a) Elencar ações formativas a partir das vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal;
- (b) Desenvolver práticas para a ampliação das oportunidades de trabalho;
- (c) Criar uma plataforma participativa os dados apurados em uma plataforma;
- (d) Desenvolver um plano de ação imediata;
- (e) Publicar um ebook com dados coletados na pesquisa;

2.8 FORMA DE EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES OU PROJETOS E DE CUMPRIMENTO DAS METAS A ELAS ATRELADAS

A formação das redes, as alternativas de aparatos de recepção, a mobilidade, a convergência e os mecanismos de interatividade e interação forjaram outras formas de atuação do ator econômico, social, cultural e político.

Canclini (1992), na obra “Os estudos sobre comunicação e consumo”, propõe modelos para análise do consumo como espaço para contemplar as análises do ponto de vista do capital, do indivíduo e da cultura. Na visão do autor (1992, p. 9), o consumo pode ser lugar de reprodução da força de trabalho e expansão do capital, mas também o lugar onde as classes e os grupos competiriam pela apropriação da produção social. Seria ainda espaço de diferenciação (social) e distinção (simbólica) entre os grupos e funcionaria como sistema de integração e comunicação. O consumo poderia ser considerado também cenário de objetivação de desejos e configuraria um processo ritual na medida em que, ao selecionar, comprar e usar, o consumidor estaria contribuindo para constituir um universo inteligível com os bens que elege.

Desse modo, não parece suficiente mapear esse segmento unicamente pelos vieses tecnológicos e econômicos. É preciso compreendê-lo também a partir do conteúdo que produz, das apropriações e usos para reunir dados que revelem as competências instaladas, as formações técnicas forjadas pelas práticas formais e informais.

O percurso adotado, com fins de alcançar os objetivos empíricos propostos nesta investigação, é primeiro construir levantamento a partir dos dados já disponíveis. Como caso dos estudos e registros da Codeplan, dos sindicatos e associações setoriais que precisam ser confrontados.

Lembremos que vamos desenvolver uma pesquisa exploratória que “visa gerar informação sobre certa realidade” (MARTINO, 2010, p.149). Nesta fase busca-se revisar e confirmar os elementos apurados e, também, avançar para apontamentos iniciais de uma reflexão de cunho aplicado.

Além de registrar e analisar os fenômenos ou variáveis apresentadas na fase exploratória, na segunda etapa, buscaremos inferir algumas causas e tendências. Nesse sentido, articula-se uma proposta com coletas de dados por meios de pesquisas qualitativas e quantitativas – entrevistas semiestruturadas, grupos focais, visita, observação e busca de documentação local. Desta maneira, devem-se conferir as relações das fontes primárias e secundárias, partindo-se das informações coletadas *in loco* ou por relatos e operações não formalizadas, mas que deixam seus rastros na Internet. Como referência de sucesso se pretende duas visitas técnicas uma nacional – no Porto Digital do Recife – uma internacional – no Cluster da Cidade do Porto, Portugal.

Todo esforço pretende atualizar e consolidar, em base documental, dados que contemplem as performances de produção, circulação e consumo. Nosso corpus analítico segue priorizando relatórios, gráficos e rankings presentes nos levantamentos publicados ou fornecidos pelos setores de monitoramento das instituições referidas como os resultados das coletas *in loco*.

Um estudo sobre o mercado formal de trabalho da Economia Criativa no Distrito Federal (CRUZ e SCHLABITZ, 2018) mostra a pujança do setor que em 2016 já registrava mais de 40 mil vínculos formais de trabalho ligados de alguma maneira à econômica criativa. O estudo indica que o Plano Piloto, Taguatinga, Gama, Ceilândia, Samambaia são áreas de importante atividade criativa. Todavia não explora melhor as competências e vocações que permitam indicar ações pontuais e objetivas no sentido de induzir e fomentar o desenvolvimento setorial. Há questões ainda em aberto como:

Quais são exatamente as vocações de cada região administrativa?

Quais são os setores estruturados?

Quais são os setores desestruturados?

Quais são os setores potenciais?

Diante destas elucidações é possível indicar caminhos para estimular as especializações inteligentes e o desenvolvimento sustentável.

ATIVIDADES E CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

A planilha abaixo aponta as macrometas previstas para cada ano:

2021/2022	Outubro a março	Novembro a abril
Metas	Mapeamento documental de fontes oficiais, e do estado da arte da Economia Criativa. Mapeamento dos recursos mobilizados no setor.	Mapeamento de fontes não oficiais e seleção dos sujeitos envolvidos nas entrevistas e nos grupos focais. Desenvolvimento do questionário. Nessa fase haverá visitas técnicas.
Responsáveis	Alexandre Kieling Alberto Marques Silva, Rafael Castanheira. Participação de Bolsistas (incluindo bolsistas UBEC) e Parceiros externos	Alexandre Kieling Forence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Participação de Bolsistas e parceiros externos
2022/2023	Fevereiro a julho	Junho a novembro
Metas	Reunião dos grupos focais, visitas e aplicação dos instrumentos.	Tabulação, geração de gráficos estatísticos, análise e crítica. Relatórios finais
Responsáveis	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos	Alexandre Kieling (líder) Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos.

A planilha abaixo aponta as metas por subprojetos:

2021/22	Novembro a março	Março a agosto
Metas – SUBPROJETO 1 - Vocações, competências e organizações da economia criativa - Identificar vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal nas regiões administrativas.	Indicar a organização de polos articulados e os arranjos produtivos locais; Detectar as competências e vocações por região; Conhecer as necessidades e nível de formação;	Mapear a natureza das organizações produtivas por segmento; Detectar os setores em crise e mais vulneráveis, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.
Metas – SUBPROJETO 2 Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa: Analisar o mercado e consumo da Economia Criativa no Distrito Federal	Mensurar o potencial mercadológico nas regiões administrativas; Projetar públicos existentes e potenciais; Identificar nichos	Investigar práticas de consumo;
Metas – SUBPROJETO 3 Estratégias para o desenvolvimento da economia Criativa no DF: Desenvolver um plano de ação para o Distrito Federal sobre a Economia Criativa do DF com vistas à promoção da mudança da matriz econômica	Elencar ações formativas a partir das vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal;	Desenvolver práticas para a ampliação das oportunidades de trabalho; Desenvolver um plano de ação imediata;

Responsáveis	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Leandro Bessa, Ciro Marcondes (responsável). Participação de Bolsistas e parceiros externos
2022/23	Junho a novembro	Dezembro a outubro
Metas – SUBPROJETO 1 - Vocações, competências e organizações da economia criativa - Identificar vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal nas regiões administrativas.	Conhecer as necessidades e nível de formação;	Detectar os setores em crise e mais vulneráveis, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.
Metas – SUBPROJETO 2 Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa: Analisar o mercado e consumo da Economia Criativa no Distrito Federal	Projetar públicos existentes e potenciais;	Investigar e identificar nichos práticas de consumo;
Metas – SUBPROJETO 3 Estratégias para o desenvolvimento da economia Criativa no DF: Desenvolver um plano de ação para o Distrito Federal sobre a Economia Criativa do DF com vistas à promoção da mudança da matriz econômica	Desenvolver um plano de ação de médio prazo; Publicar um ebook com dados coletados na pesquisa;	Criar uma plataforma participativa os dados apurados em uma plataforma; Desenvolver um plano de ação de longo prazo;
Responsáveis	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos	Alexandre Kieling, Alberto Marques Silva, Florence Marie Dravet, Victor Laus, Robson Dias, Rafael Castanheira, Ciro Marcondes, Leandro Bessa. Participação de Bolsistas e Parceiros externos.

2.9 EQUIPE DOCENTE

O professor ALEXANDRE KIELING - Coordenador Geral do projeto da Panorama da Economia Criativa do DF - Fez Pós-Doutorado em Comunicação (UNB - Universidade de Brasília, 2020), possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Santa Maria (1985), especialização em cinema e TV (2000) mestrado (2004) e doutorado (2009) em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Desenvolveu uma pesquisa sobre interatividade na TV, tendo feito estágio doutoral na Sorbonne Nouvelle Paris 3, na França, sob a orientação do Professor François Jost. Tem 42 anos de vínculos com a atividade jornalística, dos quais 27 anos de atuação direta, 6 de gestão de um complexo de emissoras de rádio e TV e o restante acompanhando os estudos setoriais. Está há treze anos produzindo ou realizando documentários. Tem 28 anos de docência superior passando por instituições do Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal. Acumula 20 anos como pesquisador, especialmente dedicado à pesquisa aplicada e experimental, que começaram com estudos de streaming multicast (1999), seguiram-se pelo desenvolvimento

de componentes da TV Digital (2003/2005 e 2013/2021), pelos estudos da digitalização das mídias e suas configurações narrativas no âmbito da Economia Criativa (2006-2021) e no âmbito da televisão e da Economia Criativa (2010 – 2021). Tais estudos envolveram abordagens de desenvolvimento de tecnologias e produção de conteúdo ficcional e não ficcional, como também estudos de recepção. Foi coordenador dos cursos lato sensu Narrativas interativas em TV Digital e Narrativa Transmídia storytelling. Foi também coordenador geral de Inovação e Desenvolvimento da Universidade Católica de Brasília e hoje participa do Comitê responsável pela implantação da Agência de Inovação da União Brasileira de Educação e cultura. Tem acesso, como representante do Programa, nas Câmaras setoriais de Inovação e Economia Criativa do Distrito Federal e do Centro Oeste. O percurso naturalmente se insere nos propósitos e expectativas desenhadas como horizonte do Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa, especialmente da linha de pesquisa “Produção audiovisual e mídias digitais”.

O professor VICTOR LAUS-GOMES atuou por vinte anos como executivo, empresário e consultor nas áreas de marketing e comunicação estratégica junto a empresas como Grupo RBS, Claro e Dell Computadores. Possui vinte e dois anos de experiência como docente em cursos de graduação, pós-graduação lato-sensu e stricto-sensu em cursos nas áreas de Comunicação, Administração e Educação. É publicitário, mestre em Administração e doutor em Comunicação Social, com interesses e projetos de pesquisa nas áreas de comunicação estratégica, interface entre estratégia e comunicação organizacional, teorias dos sistemas sociais e da complexidade. Sua experiência profissional como executivo, empreendedor, docente e pesquisador, contribui para a articulação dos temas da estratégia e da gestão comunicacional em projetos de pesquisa aplicada, na docência e orientação de discentes em projetos com aplicação profissional. Atua e contribuiu na formulação da linha “Estratégia e gestão comunicacional”.

O professor ROBSON BORGES DIAS é jornalista, relações públicas, especialista em eventos, mestre e doutor em Comunicação. Tem interesse em questões de gestão, estratégia e de relacionamentos em empresas, órgãos e ONGs a partir da Comunicação. Tem perfil para a linha “Estratégia e gestão comunicacional” por ter um olhar sobre planejamento em Comunicação e produção de conhecimento na área, contribuindo com sociedades científicas tais quais: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Desenvolveu dois projetos de pesquisa dentro da linha de Estratégia e Gestão Comunicacional: “Prêmios em Relações Públicas e em Publicidade Propaganda: estudo exploratório sobre características operacionais, produção de sentidos e estratégias de certificação do trabalho, de profissionais e de empresas” e “Comunicação Confessional católica como estratégia organizacional: estudo do Diretório de Comunicação da CNBB como marco regulatório e estratégico da igreja no Brasil”, ambos com recursos CNPq (Edital Ciências Sociais 2017 e Edital Universal 2019).

O professor LEANDRO BESSA OLIVEIRA tem mestrado em Comunicação (PPGCOM/Fac/UnB) e doutorado em andamento também no PPGCOM/Fac/UnB (com perspectiva de conclusão em 2021), especialização em Filosofia da Arte (IFITEG/UEG) e em Processos e Produtos Criativos (UFG) e graduação em Publicidade e Propaganda (Cambury-GO). Seu perfil docente acompanha as perspectivas tanto do programa profissional com ênfase em Economia Criativa, quanto da linha de pesquisa Estratégia e Gestão Comunicacional. Atuou como ator e produtor cultural no SESC – Goiás; como professor formador no curso de Licenciatura em Artes Visuais da Faculdade de Artes Visuais (FAV/UFG), dentro do programa federal Universidade Aberta do Brasil (UAB); em projetos audiovisuais com recursos de lei de incentivo; e com experiência em agências de publicidade e estúdio de Design. No que consiste a linha de pesquisa: tem experiência com consultoria em gestão de marcas tanto no mercado de Brasília quando de Goiânia; coordena o grupo “Marcas: grupo de estudos em comunicação, imagem e cultura das marcas” (DGP/CNPq) que trabalha

nos seguintes eixos temáticos: comunicação e estudos das imagens; imagem de marca e gestão estratégica de marcas; imaginário das marcas; marcas, design e sustentabilidade; Design de experiência e Tecnologias de Informação e Comunicação; Empreendedorismo; Branding Cultural. Atua como professor da graduação com disciplinas de Design, Marketing, Empreendedorismo, Branding e Gestão Estratégica entre outras. E no Mestrado com a disciplina de Empreendedorismo e Economia Criativa. Suas áreas de interesse são: gestão cultural, estudos entre imagem de marca, estratégias comunicacionais e gestão de marcas, relação entre capital simbólico, estético e artístico tanto das marcas, quanto de produtos culturais e artísticos. Na pesquisa de doutorado em andamento, está vinculado ao diretório de pesquisa do CNPq no grupo de estudo e pesquisa SIRUIZ: Comunicação e Produção literária (FAC-PPGCOM/UnB). O grupo de pesquisa dialoga com a circulação de obras e produtos artísticos e culturais com foco em produtos brasileiros e regionais, sua relação com o programa da UCB está em promover reflexões ao mercado criativo, contribuindo assim com uma perspectiva filosófico-conceitual ao que denominamos de economia dos bens simbólicos ou Economia Criativa. A pesquisa do doutorado articula, do mesmo modo, questões de gênero e sua relação com os produtos artísticos (literatura, cinema, publicidade, fotografia, artes visuais).

O professor ALBERTO MARQUES tem formação direcionada aos diversos aspectos ligados à cibercultura e ao desenvolvimento tecnológico no âmbito comunicacional. Trata-se de um fenômeno importante para a economia criativa e que é central no desenvolvimento de iniciativas nos mais variados setores, principalmente os ligados à novas mídias e seus desdobramentos. Um exemplo está na orientação de pesquisas dos mestrados, entre eles estão o desenvolvimento de um algoritmo textual para o setor financeiro, a criação de um modelo de plano de marketing utilizando métodos ágeis, a investigação sobre Fake News e as estratégias adotadas por instituições com o objetivo de combatê-las. No doutorado do docente, os dispositivos móveis e o impacto no campo de atuação dos jornalistas foi estudado, já no mestrado, o docente investigou como determinados blogs organizacionais atingem níveis elevados de reputação.

O professor RAFAEL CASTANHEIRA é doutor em Comunicação (2017) pela Universidade de Brasília (UnB) com estágio na Université Paris 8 – Vincennes Saint-Denis, possui mestrado em Artes e Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (UFG), graduação em Comunicação Social - Jornalismo (2003) e especialização em Fotografia como Instrumento de Pesquisa nas Ciências Sociais pela Universidade Candido Mendes – RJ. Desde 2003, quando se formou em Comunicação Social, atua como fotojornalista e assessor de comunicação, tendo trabalhado em diferentes instituições nos Estados do Rio de Janeiro, Brasília, Amazonas e Mato Grosso. Tem uma trajetória de prática profissional e pesquisa no campo da imagem, sobretudo no campo das imagens técnicas, suas produções, usos e recepção no passado e no presente. Na pesquisa, tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotografia. Desde o final de 2019 tem trabalhado em projetos como o projeto “Olhares de existência: mapeamento, análise e divulgação da documentação fotográfica no Distrito Federal”, que se propõe a pensar a fotojornalismo e documentação fotográfica em uma época marcada pela liberdade de procedimentos, manipulação e hibridismo das linguagens visuais e pelas rápidas mudanças nos paradigmas da comunicação e das artes com as transformações digitais. Por meio de revisão bibliográfica dos termos fotodocumentário e fotojornalismo contemporâneos, bem como de estudo de casos de fotógrafos atuantes no Distrito Federal, a pesquisa, atualmente em sua fase inicial, visa realizar o mapeamento dos nomes, a análise de suas principais obras e posteriormente a constituição de um repositório digital dos materiais pesquisados. O foco da pesquisa recai nos modos de produção fotográfica e nas estratégias de veiculação dos trabalhos desenvolvidos pela nova geração de fotojornalistas e documentaristas que vivem e atuam no centro e, principalmente, nas regiões periféricas de Brasília. Nesse sentido seus interesses de pesquisa dialogam diretamente com temas, teorias e metodologias da linha de pesquisa 2 do mestrado Comunicação e Economia Criativa, “Produção audiovisual e mídias digitais”.

O professor CIRO INÁCIO MARCONDES é graduado em Letras e fez seu mestrado em Literatura, com uma dissertação sobre Cinema. Depois, fez seu Doutorado na Comunicação também sobre Cinema, e

paralelamente passou a atuar (em blogs, sites, podcasts, canais, portais e revistas) também nos campos das histórias em quadrinhos, da animação, da TV e dos games. Estes campos e temas são indústrias culturais, com forte enraizamento nos principais modelos econômicos globais e locais da atualidade. Sua atuação e pesquisas em audiovisual e mídias digitais tem sido variada, e em diferentes frentes. Entre 2017 e 2019 escreveu semanalmente a coluna “ZIP – Quadrinhos e Cultura Pop”, sobre filmes, quadrinhos, desenhos animados e adjacências, que renderam 113 publicações no portal Metrôpoles. Desde 2011 mantém o blog “Raio Laser – Quadrinhos Além” no ar, com publicações semanais (além de um podcast quinzenal desde 2020), sobre crítica de histórias em quadrinhos, na condição de editor/produtor. Além disso participa de falas de abertura de festivais de cinema, júris, comissões de seleção, organiza eventos acadêmicos, dá entrevistas para a mídia, ministra cursos de curta duração, participa de congressos e eventos acadêmicos (nacionais e internacionais), e de bancas de graduação, mestrado e doutorado, além de ter orientado trabalhos nas três categorias. Seu trabalho é, portanto, fundamentalmente transdisciplinar e intensamente envolvido com o tema do audiovisual, das mídias digitais e da Economia Criativa. Também é, desde 2018, editor do periódico acadêmico Esferas, que possui uma abordagem transversal sobre a Comunicação. A participação de um pesquisador acadêmico em hubs e plataformas que dialoguem diretamente com a maneira com que a Economia Criativa dialoga com a sociedade é importante para a circulação destas pesquisas. Seus interesses (cinema, quadrinhos, TV, games, etc.) e atividades (curadorias, editorias, júris, entrevistas, cursos abertos à população, etc.) estão plenamente alinhados à proposta do PPG, que prevê produtos criativos e com interface relacionada às economias locais e globais muitas vezes relacionando estes temas e campos em atividades inovadoras e de alto potencial econômico.

A professora FLORENCE MARIE DRAVET, que coordenou o Programa acadêmico entre 2013 e 2018 e o programa profissional em 2019 e 2020 (8 anos de gestão), tem experiência de 31 anos em docência, sendo 21 anos no ensino superior, sempre em Departamentos de Comunicação. Com uma tese em Comunicação intercultural e didática de línguas e culturas em Paris 3 (Paris Sorbonne/ França), e formação em Letras (Português) pela Universidade Paul Valéry (França), tem direcionado seus estudos para os fenômenos de interculturalidade, mito e imaginário observados na mídia, sempre em uma perspectiva transdisciplinar. Realizou um pós-doutorado no PPGCOM/FAC/UnB em 2010 sobre magia, mito e poesia na cultura contemporânea. Nos últimos anos, após uma pesquisa sobre o Feminino no imaginário brasileiro desenvolvida com o apoio do CNPq entre 2013 e 2016, direciona pesquisas ao público feminino e atividades de produção cultural na perspectiva da Economia criativa e de formas alternativas de empreendedorismo em regiões periféricas do Distrito Federal. Coordenou o Grupo de Pesquisa Linguagem, Comunicação e Poesia (DGP/CNPq) entre 2013 e 2018 e o Grupo de Pesquisa Travessias – Criatividade e Transdisciplinaridade (DGP/CNPq) em atividade desde 2019. Desde 2018, também atua no PPG em Educação da Universidade Católica de Brasília o que a levou a direcionar suas pesquisas para as questões da educação e das tecnologias digitais sempre permeadas pela lógica mítica e as abordagens aos Estudos do imaginário, às Teorias da complexidade e à Transdisciplinaridade. Com isso, sua adesão ao Programa Profissional é pelo viés dos estudos do imaginário, da complexidade e da transdisciplinaridade aplicados à criatividade e à narrativa. Atua na linha de Produção audiovisual e mídias digitais, onde orienta pesquisas teóricas e aplicadas.

2.10 APOIO TÉCNICO

BERNARDO ALVES FURTADO, pesquisador do Ipea e do CNPq, estudando políticas públicas urbanas e regionais. Sua atuação recente envolve contribuições nas áreas de sistemas complexos e construção de modelos baseados em agentes. Foi coeditor de uma Special Issue da revista Complexity e desenvolveu PolicySpace - um modelo para análise empírica das metrópoles brasileiras. É Ph.D em Geociências pela Utrecht University (2009), realizado em regime de cotutela com Doutorado em Economia pelo CEDEPLAR/UFMG (2009). Foi pesquisador visitante no projeto ITRC do ECI/Universidade de Oxford (2018), é Mestre em Geografia especialista em Urbanismo e bacharel em Arquitetura e Urbanismo. É professor permanente no

Mestrado em Políticas Públicas e Desenvolvimento do Ipea. Atuou como professor, coordenador e Diretor-Adjunto.

LUDMILLA LORRANY MATTOS SILVA, Bacharel em Estatística pela Universidade de Brasília, atua como pesquisadora do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Tem experiência na área de computação estatística e econometria. Possui conhecimento nas Linguagens de programação SQL, SAS, R e Python

2.11 CONTRAPARTIDAS

Não se aplica.

2.12 OBRIGAÇÕES DA ORGANIZAÇÃO

1. Menção ao APOIO da Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal;

2. Agir de acordo com DECRETO Nº 37.843, DE 13 DE DEZEMBRO DE 2016, que regulamenta a aplicação da Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014, para dispor sobre o regime jurídico das parcerias celebradas entre a administração pública distrital e as organizações da sociedade civil no âmbito do Distrito Federal.

Art. 79. A organização da sociedade civil deverá divulgar na internet, em locais visíveis de suas sedes sociais e nos estabelecimentos em que exerça suas ações, a relação das parcerias celebradas.

Art. 80. A divulgação da relação de parcerias deverá ser mantida pela administração pública e pela organização da sociedade civil até cento e oitenta dias após o término de vigência dos instrumentos.

2.13 METODOLOGIA DA SELEÇÃO DOS BOLSISTAS

Por meio de Edital a ser publicado contendo informações relevantes da pesquisa que será articulada, bem como quais os requisitos para a seleção dos bolsistas. Os selecionados firmarão termo de compromisso com a alocação de obrigações e atividades a serem cumpridas enquanto durar a pesquisa.

Edital e Termo de Compromisso em formato de Minuta constam no ANEXO II. Reforçamos, por oportuno, que não há vínculo trabalhista entre os bolsistas e a instituição. De acordo com a doutrina e jurisprudência pátria, é necessário, para que exista a relação de emprego, que estejam presentes os elementos básicos, quais sejam: pessoalidade, onerosidade, subordinação e continuidade. A ausência de qualquer um desses requisitos descaracteriza o vínculo de emprego, ainda que seja provada a efetiva prestação de serviços, já que alguns contratos envolvem o dispêndio de labor, mas não podem ser considerados como de liame empregatício (TRT-15- 000584-72.2012.5.15.0109 RO, DEJT 13/02/2014, pág.940, ANA AMARYLIS VIVACQUA DE OLIVEIRA GULLA, 3ªC). No caso específico, não há subordinação jurídica e continuidade. Sendo assim, resta clara a não-configuração de relação trabalhista."

3. RESULTADOS ESPERADOS

- Afirmção da identidade da economia criativa de Brasília;
- Fortalecimento das ações governamentais e da sociedade civil visando o fomento do turismo;
- Desenvolvimento social e econômico de Brasília;
- Ampliar o olhar para a inovação e as novas perspectivas de produções inovadoras.

Referências bibliográficas.

ANDERSON, Chris. The Long Tail, Wired 12.10 (Oct. 2004)

<http://www.wired.com/wired/archive/12/10/tail.html> (acesso em 12/04/2007).

Anderson, Chris. The Long Tail. Edição digital, 2006.

BRUNS, Axel. The produsage game:Harboring the hive of Producers. p. 289-31. In: Blogs, Wikipedia, second Life, and Beyond. New York: EdPeter lang, 2008.

CAVES, R. Creative Industries. Harvard: Harvard University Press, 2000.

CRUZ, B. e SCHLABITZ, C. O mercado formal de trabalho da economia criativa no Distrito Federal. CODEPLAN, 2018.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). Televisão: entre o mercado e a academia II. Porto Alegre: Sulina, 2007. Col. Estudos sobre o audiovisual. GARCÍA, Canclini. Los estudios sobre comunicación y consumo. Dialogos de la comunicación. Lima: Felaacs, v. 32, 1992. p. 8-15.

GONÇALVES F. e DOMICINI M.C. Panorama da Economia Criativa no DF. CODEPLAN, 2018. Acessível em <http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Panorama-da-Economia-Criativa-no-Distrito-Federal.pdf> (acesso 14/12/2019)

ECO, Umberto. La estrategia de la ilusión. TV: la transparencia perdida. 1983. Disponível em: <http://ddooss.org/articulos/textos/Umberto_Eco.htm>. Acesso em: fevereiro de 2012.

Foray, Dominique. A la recherche d'une spécialisation intelligente des Régions Européennes.

Paris:EPFL, 2011.

KIELING, Alexandre S. Por uma nova economia do audiovisual. Comunicologia - Revista de

Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, Vol. 1, No 7 (2010a) KIELING, Alexandre S. Mídiosfera, uma configuração de ambiência midiática. Artigo apresentado no GT de Tecnologia e Comunicação. Bogota ALAIC, 2010b.

KIELING, Alexandre S. Efeitos da digitalização nas indústrias criativas e de conteúdos digitais in: Panorama das Telecomunicações e Comunicações no Brasil. Brasília: IPEA, 2010c.

JENKINS, Henry. A cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. La télévision du quotidien: entre réalité et fiction. Bruxelles: Boeck, 2001.

JIMÉNEZ, Jesús Garcia. Narrativa audiovisual. Madrid: Cátedra, 1996.

MALDONADO, Efendy. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. Ciberlegenda, Rio de Janeiro, n.9, p.1-15, 2002. Disponível em:

<<http://www.ciberlegenda.br>> Acesso em dez. 2010.

LIPOVETSY, Gilles e SERROY, Jean. A estetização do mundo - viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MARTINO, Luiz Cláudio (Org.). Pesquisa empírica em comunicação – Livro Compós 2010. São Paulo: Paulus, 2010.

SICSÚ, J. CASTELAR, A. (Orgs.). Sociedade e economia: estratégias de crescimento e desenvolvimento. IPEA, 2009.

UNITED NATIONS - Brundtland Commission. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. 1987. Disponível em: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>. Acessado em 10/04/2017.

4. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR TOTAL	INICIO	TÉRMINO
Meta 1 - Planejamento / Execução			16/10/2021	16/10/2023
Etapa 1.1 - Recursos Humanos - Área Essencial			16/10/2021	16/10/2023
SUBTOTAL 1.1		R\$ 23.199,84		
Etapa 2.2 - Logística e Finalística			16/10/2021	16/10/2023
SUBTOTAL 2.2		R\$ 376.800,00		
TOTAL META 1		R\$ 399.999,84		

5. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

ITEM	DESCRIÇÃO	MÊS
Meta 1 - Planejamento / Execução		
Etapa 1.1 - Recursos Humanos - Área Essencial		
1.1.1	Coordenação da Execução e Gestão do Projeto de Fomento	OUT/2021
1.1.2	Assistente Técnico	OUT/2021
Etapa 2.2 - Logística e Finalística		
2.2.3	Iniciação Científica (Bolsa - Base CNPq)	OUT/2021
2.2.4	Iniciação Tecnológica (Bolsa - Base CNPq)	OUT/2021
2.2.5	Mestrado (bolsa completa - Base Prosuc/Capes)	OUT/2021
2.2.6	Estatístico	OUT/2021
2.2.7	Diagramador	OUT/2021
2.2.8	Designer	OUT/2021
2.2.9	Revisor de Texto	OUT/2021
2.2.10	Aquisição de Notebook para uso do Apoio Técnico	OUT/2021
2.2.11	Taxa de Registro na Biblioteca Nacional	OUT/2021
2.2.12	HD Externo de 2TB USB 3.0	OUT/2021
2.2.13	Cartão Memória Compact Flash Sandisk Extreme 64GB120 MBs 800X	OUT/2021
2.2.14	Captação de Imagens Estáticas/ Dinâmicas e Vídeos (15 diárias)	OUT/2021
2.2.15	Material de Expediente e Reprodução de Cópias	OUT/2021
2.2.16	Aquisição de Toner para impressora Cartucho de Toner HP 126A Preto LaserJet Original	OUT/2021

2.2.17	Diárias de Alimentação para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF	OUT/2021
2.2.18	Diárias de Transporte para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF	OUT/2021

6. PREVISÃO DE RECEITAS E DESPESAS (Plano de Aplicação)

6.1 Planilha Global

ITEM	DESCRIÇÃO	Unidade de Medida	Qnd	FREQ	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	FONTE
Meta 1 - Planejamento / Execução							
Etapa 1.1 - Recursos Humanos - Área Essencial							
1.1.1	Coordenação da Execução e Gestão do Projeto de Fomento – Serviço de elaboração do projeto, habilitação da OSC e Prestação de Contas e todos os itens relacionados ao fomento. O serviço compreende também o monitoramento das entregas de relatórios da área. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado.	Mensal	1	24	R\$ 416,66	R\$ 9.999,84	FOMENTO
1.1.2	Assistente Técnico: Contratação profissional de apoio técnico direcionado a pesquisa. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado.	Mensal	1	24	R\$ 550,00	R\$ 13.200,00	FOMENTO
						SUBTOTAL 1.1	R\$ 23.199,84
Etapa 2.2 - Logística e Finalística							
2.2.1	Professores /Mestrados : CORPO DOCENTE DA UBEC: 8 profissionais x R\$ 72,00 hora x 10 horas/semanais x 4 semanas x 24 meses	Serviço	1	1	R\$ 552.960,00	R\$ 552.960,00	RECURSOS PRÓPRIOS
2.2.2	Laboratórios de Pesquisa: CORPO DOCENTE DA UBEC: 8 profissionais x R\$ 7,85 a hora x 10 horas/semanais x 4 semanas x 24 meses	Serviço	1	1	R\$ 60.288,00	R\$ 60.288,00	RECURSOS PRÓPRIOS
2.2.3	Iniciação Científica (Bolsa - Base CNPq)	Mensal	3	24	R\$ 400,00	R\$ 28.800,00	FOMENTO
2.2.4	Iniciação Tecnológica (Bolsa - Base CNPq)	Mensal	3	24	R\$ 400,00	R\$ 28.800,00	FOMENTO
2.2.5	Mestrado (bolsa completa, taxas escolares mais auxílio bolsistas) base Prosuc/Capes Portaria nº 149/ 2017 que contempla um desconto nas taxas escolares. Na presente proposta equivalente a 10%(223,90). Auxílio 1500,00 + taxas 2.000,00	Mensal	3	24	R\$ 3.500,00	R\$ 252.000,00	FOMENTO
2.2.6	Estatístico: Contratação de estatístico responsável por planejar e coordenar o levantamento de dados por meio da aplicação de questionários, medições, entrevistas, etc. Com organização e análise das informações obtidas com o objetivo de explicar certos os econômicos, naturais ou sociais. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. (Unidade de medida: serviço/ diária/12h) pelo período de 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 1.041,67	R\$ 25.000,08	FOMENTO
2.2.7	Diagramador: Contratação de serviço responsável por diagramar o conteúdo de acordo com projeto, adaptando textos e imagens a uma programação visual. Desenvolvimento de layouts, tratamento de imagens e distribuição de elementos gráficos. Justificativa de valor: base em	Mensal	1	24	R\$ 226,67	R\$ 5.440,08	FOMENTO

	valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.						
2.2.8	Designer: Contratação de serviço responsável pela concepção do produto. Ele compreende os conceitos artísticos e funcionais, projeta e idealiza o resultado. É também o profissional que monta e ilustra as peças da comunicação visual. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 101,32	R\$ 2.431,68	FOMENTO
2.2.9	Revisor de Texto: Contratação de serviço para revisar e lapidar o conteúdo para que a mensagem encontre seu público-alvo sem nenhuma falha. O profissional analisa a gramática, pontuação, erros ortográficos e erros contextuais. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 208,33	R\$ 4.999,92	FOMENTO
2.2.10	Aquisição de Notebook para uso do Apoio Técnico: Tela: 15,6 polegadas Full HD (1920×1080 pixels); Processador: Intel Core i3 10110U; Memória RAM: 4GB ; Armazenamento: 1TB de HD; Placa de vídeo: integrada; Sistema operacional: Windows 10	Unidade	1	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	FOMENTO
2.2.11	Taxa de Registro na Biblioteca Nacional	Serviço	1	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	FOMENTO
2.2.12	HD Externo de 2TB USB 3.0	Unidade	2	1	R\$ 665,12	R\$ 1.330,24	FOMENTO
2.2.13	Cartão Memória Compact Flash Sandisk Extreme 64GB120 MBs 800X	Unidade	4	1	R\$ 474,50	R\$ 1.898,00	FOMENTO
2.2.14	Captação de Imagens Estáticas/ Dinâmicas e Vídeos (15 diárias)	Unidade	15	1	R\$ 500,00	R\$ 7.500,00	FOMENTO
2.2.15	Material de Expediente e Reprodução de Cópias: composto por 50 canetas esferográficas de cor azul; 50 pranchetas A4; 50 blocos simples A4 com 50 páginas; 50 pastas transparente com elástico; 50 resmas de papel sulfite A4. Itens a serem adquiridos ao longo do projeto de 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 100,00	R\$ 2.400,00	FOMENTO
2.2.16	Aquisição de Toner para impressora Cartucho de Toner HP 126A Preto LaserJet Original	Unidade	5	1	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00	FOMENTO
2.2.17	Diárias de Alimentação para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF (15 pesquisadores x 24 diárias)	Unidade/Diária	15	24	R\$ 15,00	R\$ 5.400,00	FOMENTO
2.2.18	Diárias de Transporte para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF (15 pesquisadores x 24 deslocamentos)	Unidade/Diária	15	24	R\$ 15,00	R\$ 5.400,00	FOMENTO

SUBTOTAL 2.2 R\$ 376.800,00

TOTAL META 1 R\$ 928.828,40

6.2 Planilha Termo de Fomento

ITEM	DESCRIÇÃO	Unidade de Medida	Qnd	FREQ	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Meta 1 - Planejamento / Execução						
Etapa 1.1 - Recursos Humanos - Área Essencial						

1.1.1	Coordenação da Execução e Gestão do Projeto de Fomento – Serviço de elaboração do projeto, habilitação da OSC e Prestação de Contas e todos os itens relacionados ao fomento. O serviço compreende também o monitoramento das entregas de relatórios da área. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado.	Mensal	1	24	R\$ 416,66	R\$ 9.999,84
1.1.2	Assistente Técnico: Contratação profissional de apoio técnico direcionado a pesquisa. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado.	Mensal	1	24	R\$ 550,00	R\$ 13.200,00
SUBTOTAL 1.1 R\$ 23.199,84						
Etapa 2.2 - Logística e Finalística						
2.2.3	Iniciação Científica (Bolsa - Base CNPq)	Mensal	3	24	R\$ 400,00	R\$ 28.800,00
2.2.4	Iniciação Tecnológica (Bolsa - Base CNPq)	Mensal	3	24	R\$ 400,00	R\$ 28.800,00
2.2.5	Mestrado (bolsa completa, taxas escolares mais auxílio bolsistas) base Prosuc/Capes Portaria nº 149/ 2017 que contempla um desconto nas taxas escolares. Na presente proposta equivalente a 10%(223,90). Auxílio 1500,00 + taxas 2.000,00	Mensal	3	24	R\$ 3.500,00	R\$ 252.000,00
2.2.6	Estatístico: Contratação de estatístico responsável por planejar e coordenar o levantamento de dados por meio da aplicação de questionários, medições, entrevistas, etc. Com organização e análise das informações obtidas com o objetivo de explicar certos os econômicos, naturais ou sociais. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. (Unidade de medida: serviço/ diária/12h) pelo período de 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 1.041,67	R\$ 25.000,08
2.2.7	Diagramador: Contratação de serviço responsável por diagramar o conteúdo de acordo com projeto, adaptando textos e imagens a uma programação visual. Desenvolvimento de layouts, tratamento de imagens e distribuição de elementos gráficos. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 226,67	R\$ 5.440,08
2.2.8	Designer: Contratação de serviço responsável pela concepção do produto. Ele compreende os conceitos artísticos e funcionais, projeta e idealiza o resultado. É também o profissional que monta e ilustra as peças da comunicação visual. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 101,32	R\$ 2.431,68
2.2.9	Revisor de Texto: Contratação de serviço para revisar e lapidar o conteúdo para que a mensagem encontre seu público-alvo sem nenhuma falha. O profissional analisa a gramática, pontuação, erros ortográficos e erros contextuais. Justificativa de valor: base em valores praticados no mercado. Serviço prestado por 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 208,33	R\$ 4.999,92
2.2.10	Aquisição de Notebook para uso do Apoio Técnico: Tela: 15,6 polegadas Full HD (1920×1080 pixels); Processador: Intel Core i3 10110U; Memória RAM: 4GB ; Armazenamento: 1TB de HD; Placa de vídeo: integrada; Sistema operacional: Windows 10	Unidade	1	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
2.2.11	Taxa de Registro na Biblioteca Nacional	Serviço	1	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
2.2.12	HD Externo de 2TB USB 3.0	Unidade	2	1	R\$ 665,12	R\$ 1.330,24
2.2.13	Cartão Memória Compact Flash Sandisk Extreme 64GB120 MBs 800X	Unidade	4	1	R\$ 474,50	R\$ 1.898,00

2.2.14	Captação de Imagens Estáticas/ Dinâmicas e Vídeos (15 diárias)	Unidade	15	1	R\$ 500,00	R\$ 7.500,00
2.2.15	Material de Expediente e Reprodução de Cópias: composto por 50 canetas esferográficas de cor azul; 50 pranchetas A4; 50 blocos simples A4 com 50 páginas; 50 pastas transparente com elástico; 50 resmas de papel sulfite A4. Itens a serem adquiridos ao longo do projeto de 24 meses.	Mensal	1	24	R\$ 100,00	R\$ 2.400,00
2.2.16	Aquisição de Toner para impressora Cartucho de Toner HP 126A Preto LaserJet Original	Unidade	5	1	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
2.2.17	Diárias de Alimentação para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF (15 pesquisadores x 24 diárias)	Unidade/ Diária	15	24	R\$ 15,00	R\$ 5.400,00
2.2.18	Diárias de Transporte para os Pesquisadores de campo nas visitas às Regiões Administrativas do DF (15 pesquisadores x 24 deslocamentos)	Unidade/ Diária	15	24	R\$ 15,00	R\$ 5.400,00
SUBTOTAL 2.2						R\$ 376.800,00
TOTAL META 1						R\$ 399.999,84

6.3 Previsão de Receitas

Recursos provenientes de Emenda Parlamentar.

Deputado Reginaldo Veras R\$ 200.000,00

Deputada Julia Lucy R\$ 200.000,00

7. DECLARAÇÕES

7.1 Declaração Unificada

Eu, José Romualdo Degasperi, inscrito no RG sob o nº 3.613.570 SSP/SP e CPF nº 656.273.778-87, na qualidade de Conselheiro Presidente da União Brasileira de Educação e Cultura, inscrita no CNPJ 00.331.801/0001-30, declaro, para os devidos fins e sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

1. (X) A referida Entidade e seus dirigentes não incorrem em qualquer das vedações previstas no artigo 39 da Lei nº 13.019/2014, ou no artigo 8º do decreto 32.751 de 4 de fevereiro de 2011;
2. (X) A referida Entidade, até a presente data, não possui ações judiciais em trâmite ou transitada em julgado, para a habilitação do presente processo de Termo de Fomento, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
3. (X) A referida entidade atende as exigências constantes na Lei de Diretrizes Orçamentárias do Distrito Federal, uma vez que arrecada todos os impostos a que se refere o artigo 155 da Constituição Federal, bem como não está inadimplente com a União, inclusive no que tange às contribuições dos empregados para a Seguridade Social, contribuições para o PIS/PASEP, contribuições para o FGTS, e com relação a recursos anteriormente recebidos da Administração Pública por meio de convênios, acordos, ajustes, subvenções sociais, contribuições, auxílios e similares;
4. (X) A referida entidade não realiza pagamento, a qualquer título, de servidor ou empregado público integrante do quadro de pessoal da Administração Direta ou Indireta do Distrito Federal, da União, dos Estados e dos Municípios, por serviço de consultoria ou assistência técnica, atendendo rigorosamente o disposto no art. 8º, II da Instrução Normativa nº 1/2005;

5. (X) A referida Entidade não celebrou convênios anteriores com o Governo Federal referentes ao projeto;
6. (X) A referida Entidade não remunera nenhum servidor ou empregado público ativo, inativo e pensionista (incluindo cargos comissionados, funções de confiança e cargos públicos) independentemente de estarem gozando de férias ou não;
7. (X) A referida Entidade não se encontra em mora nem em débito junto a qualquer órgão ou entidade da Administração Pública do Distrito Federal, conforme inciso VIII do art. 2º da Instrução Normativa nº 1/2005;
8. (X) A referida entidade atende rigorosamente às determinações previstas no inciso XXVIII, do art. 7º da Constituição Federal;
9. (X) A referida entidade atende rigorosamente à proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, conforme previsão do art. 27, inciso V, da Lei nº 8.666/93.
10. (X) A referida entidade não possui parentes servidores públicos vinculados à Secretaria de Turismo do Distrito Federal, sejam eles cônjuges, companheiro, parentes em linha reta, colateral ou por afinidade até o 2º grau;
11. (X) O Plano de Trabalho apresentado pela referida Entidade não apresenta rubrica de encargos recolhidos, pois eles são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise. Na fase de prestação de contas as notas fiscais serão encaminhadas de acordo com o Decreto 37.843 de 13 de dezembro de 2016. Em hipótese alguma haverá pagamento via RPA, esta sim haveria previsão de recolhimento de encargo. De acordo com o Art. 28. Do Decreto 37.843 13 de dezembro de 2016, no que se refere aos itens V e VI, esclarecemos:
- V - Informamos que toda a mão de obra contratada será via prestação de serviços, através de contrato temporário e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a empresa contratante. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas.
- VI - Conforme citado acima, por se tratar de contratações via pessoa jurídica não há nenhum tipo de valor rescisório e trabalhista a ser pago no final do projeto.
12. (X) A referida Entidade não apresentará contrapartidas para o presente projeto, pois o valor é inferior a R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

Brasília, 06 de outubro de 2021.

José Romualdo Degasperi

Conselheiro Presidente da União Brasileira de Educação e Cultura

7.2 Declaração de Encargos Trabalhistas - inciso V e VI Art. 28º Decreto nº 37.843/2016 (em caso de não haver encargos trabalhistas).

DECLARAÇÃO DE ENCARGOS TRABALHISTAS

Declaramos que o presente Plano de Trabalho apresentado pela entidade não consta a rubrica de encargos recolhidos, pois eles são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise.

Na fase de prestação de contas as notas fiscais serão encaminhadas de acordo com o Decreto 37.843 de 13 de dezembro de 2016. Em hipótese alguma haverá pagamento via RPA, esta sim haveria previsão de recolhimento de encargo.

De acordo com o Art. 28. Do Decreto 37.843 13 de dezembro de 2016, no que se refere aos itens V e VI, esclarecemos:

V - Informamos que toda a mão de obra contratada será via prestação de serviços, através de contrato temporário e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a empresa contratante. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas.

VI – Conforme citado acima, por se tratar de contratações via pessoa jurídica não há nenhum tipo de valor rescisório e trabalhista a ser pago no final do projeto.

Brasília, 06 de outubro de 2021.

José Romualdo Degasperi

Conselheiro Presidente da União Brasileira de Educação e Cultura

CPF 656.273.778-87

7.3. DECLARAÇÃO

Na qualidade de Presidente da OSC, declaramos, para fins de provação junto à Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal, para os efeitos e sob as penas da Lei, que inexistente qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro do Distrito Federal ou qualquer órgão ou entidade da administração pública do Distrito Federal, que impeça a transferência de recursos oriundos de dotações consignadas nos orçamentos do Distrito Federal, na forma deste Plano de Trabalho.

Nestes Termos, Pede Deferimento.

José Romualdo Degasperi

Conselheiro Presidente da União Brasileira de Educação e
Cultura

Brasília, 06 de outubro de 2021.

8. APROVAÇÃO DO SUBSECRETÁRIO/SECRETÁRIO ADJUNTO

Aprovo o presente Plano de Trabalho

Brasília-DF, ____/____/2021

ASSINATURA