

**ATA 03/2020 - REUNIÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO GESTOR DO BALNEÁRIO CAMBORIÚ CRIATIVO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ.** Aos vinte e dois dias do mês de abril de dois mil e vinte, às

treze horas e cinco minutos, reuniram-se virtualmente, via Skype, **os seguintes conselheiros:** Richard Junker Neto (Suplente/BC Investimentos); Anderson Beluzzo (Titular/CMEAR); Dagma Castro (Titular/CMPC); Elifas Kassim Holodiak (Suplente/Costa Valley-Gestalt); Luciano Pedro Estevão (Titular/TramandoArte); Ciça Muller (Suplente/ACIBALC); Luciene Cristine Vieira (Titular/CDL); Janny Brumm (Titular/Instituto Sétima Onda); Julia Barreto da Costa (Titular/SENTIR); Marco Aurélio Petrelli (Titular/UNIVALI). O presidente Marco Petrelli inicia a reunião com cumprimentos, agradece a presença de todos; faz leitura dos itens de pauta e segue-se a discussão. **ITEM: Planejamento Estratégico do BC Criativo.** O presidente sugere a criação de um grupo de trabalho que também irá rever o que já foi construído no planejamento anteriormente construído. Dagma corrobora em revisitar o planejamento, pois foi criado mas não cumprido e posteriormente marcar reunião. Marco sugere criação de grupos de trabalho para dividir as responsabilidades e revisitar o planejamento Estratégico anterior e na próxima reunião, talvez presencialmente estar discutindo. Dagma diz que atualmente há um novo desenho de comitê gestor e no grupo ter membros daquela gestão e da gestão atual. Luciene diz que, do projeto anterior, lembra que não havia sido vislumbrado setor de tecnologia, concorda com Dagma e sugere que alguém da área ingresse no grupo. Elifas pontua que tecnologia faz todo sentido dentro da economia criativa; fala sobre nova indicação da Costa Valley do representante Tiago, desenvolvedor, que trabalhou na UniAvan, para contribuir justamente nessa questão de tecnologia e fazer a máquina andar mais alinhada com o mercado. Marco diz que sobre a contribuição que Tiago poderá fazer neste conselho, concorda com a fala de Luciene e diz que quanto mais se diversificar o olhar, melhor. Ana Paula fala que não recebeu o planejamento e Richard diz que encaminhará à ela. Fica composta a Comissão do Planejamento Estratégico por: Marco, Tiago, Dagma, José, Janny. Ciça se coloca à disposição para contribuir com a Comissão. **ITEM: Assunto apresentado por Ciça.** A conselheira faz uso da palavra e comenta sobre o festival virtual One World: Together At Home, ocorrido em 18 de abril e a partir disso, diz que conversou com seu amigo Rafael Vaz, sobre campanha a começar nos centros de atendimento à saúde (HMRC, Unidades de Saúde) do município. Ciça fala de proposta em faixa para colocar em frente aos locais citados: “Aqui trabalham heróis” e isto ser chancelado pelo BC Criativo, de apoio aos heróis da saúde e cunhar algumas hashtags para mostrar que estamos ficando em casa (quem tem essa condição), porque há cultura, criatividade, conteúdo criativo. Ciça diz que a ideia vai além da faixa, pois é para provocar manifestações criativas e culturais das pessoas envolvidas com a criatividade em Balneário Camboriú e fala sobre criação de um “fundo” online para conseguir recursos aos artistas que estão afastados do teatro, circo, ambientes de trabalho. Dagma diz que não conhece a campanha, mas tudo que for possível, vai no sentido de construir processos.

Dagma cita um comentário de uma enfermeira em página da internet que “não quer ser conhecida como herói, mas precisa ser reconhecido como trabalhador”, comenta que os profissionais estão muito vulneráveis, em condição de não reconhecimento de categoria e, enquanto um profissional da saúde não tem um salário condizente com a realidade o que está exposto, foi-se o juízo de valor do herói. Dagma pontua ainda que a Cultura é uma categoria econômica e o produto que entregam é muito importante neste período de isolamento; a conselheira afirma que ter financiamento é importante, cita sobre coletivo da cultura existente no município (e concentrados em um grupo de whatsapp) e entre as ações deste, está recolher alimentos para os profissionais da cultura e, em segundo momento, haverá um financiamento coletivo. Dagma fala em centrar ações; considera a elaboração de diagnóstico das necessidades dos profissionais da saúde. Ciça diz que o arquétipo de herói foi pelas condições em que os profissionais estão atuando com a condição que estão tendo para trabalhar, mas na ideia de que a cultura está “segurando” as pessoas em casa, sua saúde mental e psíquica. Ciça diz ter notado em dois grupos de whatsapp, de artistas, que pediam coisas aos artistas (alimentação e higiene) e outro grupo questionando se a FCBC poderia ceder uma sala, se o teatro vais ser cedido (outras necessidades) e a campanha era para iniciar um processo, pois seria feita uma homenagem aos profissionais da saúde e daria uma notoriedade para a cultura de BC, através de um ente que é o BC Criativo. Luciano considera importante a campanha; diz que, enquanto psicólogo, está como voluntário com o pessoal de Secretaria de Desenvolvimento e Inclusão Social, tem atendido em média de 15 pessoas por dia. O conselheiro entende que o herói nesse sentido, é porque geralmente morre por uma boa causa, de modo que, nesse sentido a palavra “herói” cabe bem; diz que concorda com a campanha e que os conselhos municipais possam intervir com alguma campanha. Janny concorda com as colocações em parte de Ciça e de Dagma e fala de um trabalho de voluntariado realizado no HMRC; fala de linha tênue sobre usar os profissionais da saúde para um olhar aos profissionais da arte ou no limite do cuidado do psicológico. Janny comenta que nenhum profissional de saúde pediu melhoria de salário, porém não deixa isso fora da pauta, mas todos pedem ajuda psicológica; por fim Janny parabeniza a iniciativa da campanha. Luciene comenta que grupos, como Rotary, Maçonaria entre outros da cidade, estão com campanha de arrecadação de alimentos, para juntos direcionarem a quem precisa; pontua não ver dificuldade em fazer o evento/marketing dos profissionais criativos; fala sobre pensar um projeto para trazer um pouco de conforto psicológico e emocional e, pensar forma de angariar recursos aos artistas que estão sem salário. Ciça diz que irá submeter a ideia criativa ao conselho quando refiná-la, agradece considerações da Dagma, Luciene e Janny e diz que há muitas necessidades e sua ideia era sobre valorização dos profissionais da saúde e da proximidade da cultura como remédio/emocional da saúde. Marco diz perceber que a ideia de Ciça está muito próxima ao que o BC Criativo se coloca, percebe que o conselho está dando apoio à proposta, fica no aguardo e parabeniza a iniciativa. Dagma sugere que, além do trabalho psicológico, seja feita campanha interna do conselho para arrecadar algo, como um agrado a essas pessoas (com parceiros), ao que Ciça sugere a entrega de cesta de frutas nas unidades de saúde, como complemento da ação. Após questionamento aos

conselheiros, Dagma diz que ajudará essa frente de ação junto à Ciça e Marco auxiliará na parte de design. **ITENS: Campanha "Por uma BC mais Criativa" e Campanha "Sou BC Criativo"**. Marco fala acerca de dar uma "cara" ao BC Criativo, encontrar um mote, ter uma construção gráfica para aparecer como coletivo; quem fizesse parte da rede colaborativa, começasse a assinar como "Sou BC Criativo". Luciano considera importante usar essas marcas. O conselheiro lembra que há TVs nas salas de espera e quartos dos hospitais, onde poderia veicular a campanha apresentada por Ciça anteriormente. Marco avisa que, quanto a elaboração do selo ou marca, Julia colocou-se à disposição para contribuir. O presidente comenta que 21 de abril é o dia mundial da criatividade; ressalta que é possível pensar nessas datas. **ITEM: Revista BC Criativo**. Marco explica que a revista seria no sentido de discutir a indústria e economia criativa no município, fala que não é ação emergencial/a curto prazo, mas vai storytelling do movimento, sugere a cada dois meses haja um conteúdo assinado pela rede colaborativa (entidades que compõem este conselho, depois do artesanato e assim por diante). Dagma comenta que a Fundação Cultural está com site pronto, para ter o perfil dos agentes culturais da cidade, cuja plataforma é paga pela Fundação e sugere que a revista seja uma ferramenta dentro do site, com objetivo de concentrar em um ambiente/espço. Sem demais discussões, o presidente considera aprovada a continuidade dessa ação. **ITEM: Curso Fluxonomia 4D**. Anderson fala sobre o curso de economia criativa e novas economias, gratuito, com Lala Deheinzelin; entende que o curso pode contribuir para o conselho refletir sobre a efetividade do propósito do BC Criativo. Dagma corrobora que os conselheiros participem dessa formação. Marco pede que Anderson coloque o link do curso no grupo e orienta que os conselheiros o façam. **ITEM: Inspira + Conecta**: Este assunto fica decidido para ser discutido mais à frente, na reunião de planejamento estratégico. Dagma fala a respeito da proposta do "Coletivão da Cultura", fala em ser feita proposta da Ciça conjugada; anuncia campanha com nome: "Quem tem põe, Quem não tem tira" e informa que um formulário irá servir para diagnosticar quem são as pessoas e o que precisam no momento; fala que no espaço da FCBC serão recebidos os alimentos; fala do financiamento coletivo, onde os artistas vão colocar seus produtos (peça, curso, artesanato, *live*, quadro etc) e disponibilizar para compra. Luciano convoca todos que puderem, se puderem doar aos músicos álcool gel, água sanitária, máscaras, alimentos, que podem ser deixados no Instituto Sentir. Janny pontua sobre resgate de discussão da penúltima reunião sobre Cidades Criativas e considera importante se presidente pudesse se dispor a conhecer o projeto, de forma a contribuir com o BC Criativo; sugere de poder ouvi-lo em próxima oportunidade; Luciene complementa que o profissional é o Jorge Piqué, que está em quarentena em Porto Alegre, acha importante ouvi-lo e aproveitar o que ele tem para informar. **ITEM: Assuntos Gerais**. Sem mais a ser tratado, é dada por encerrada a reunião e eu, Francielly Raquel Domingues Vianna, lavro a seguinte ata que, após lida e aprovada será assinada pelos conselheiros presentes para que surta os efeitos legais.



Datas e horários baseados no fuso horário (GMT -3:00) em Brasília, Brasil  
**Sincronizado com o NTP.br e Observatório Nacional (ON)**  
Certificado de assinatura gerado em 30/07/2020 às 07:55:34 (GMT -3:00)

Ata\_03\_BC\_Criativo\_22\_abril\_2020\_ordinaria.pdf

ID única do documento: #3c866797-5ebc-47e3-837c-612d65b7a34d

Hash do documento original (SHA256): 9404da860570db61c320071830e72311f2eebe83d5600c3c4403a4499d0f7849

Este Log é exclusivo ao documento número #3c866797-5ebc-47e3-837c-612d65b7a34d e deve ser considerado parte do mesmo, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso.

## Assinaturas (5)

- ✓ **Dagma Fátima de Castro (Participante)**  
Assinou em 30/07/2020 às 13:49:48 (GMT -3:00)
- ✓ **Ciça Muller (Participante)**  
Assinou em 30/07/2020 às 09:34:43 (GMT -3:00)
- ✓ **Janir Camargo de Brum (Participante)**  
Assinou em 30/07/2020 às 10:24:27 (GMT -3:00)
- ✓ **Marco Aurelio Petrelli (Participante)**  
Assinou em 30/07/2020 às 10:31:14 (GMT -3:00)
- ✓ **Luciene Cristine Vieira (Participante)**  
Assinou em 31/07/2020 às 17:48:33 (GMT -3:00)

## Histórico completo

### Data e hora

30/07/2020 às 07:55:35  
(GMT -3:00)

30/07/2020 às 09:34:43  
(GMT -3:00)

### Evento

Casa dos Conselhos solicitou as assinaturas.

Ciça Muller E-mail diretoria@inteligenciamarketing.com.br, IP:  
181.223.76.21 assinou.

**Data e hora**

**Evento**

30/07/2020 às 10:24:27  
(GMT -3:00)

Janir Camargo de Brum E-mail presidente@institutosetimaonda.com.br, IP: 181.223.91.217 assinou.

30/07/2020 às 10:31:14  
(GMT -3:00)

Marco Aurelio Petrelli E-mail petrelli@univali.br, IP: 179.220.48.148 assinou.

30/07/2020 às 13:49:48  
(GMT -3:00)

Dagma Fátima de Castro E-mail dagmafrc@gmail.com, IP: 177.204.46.90 assinou.

31/07/2020 às 17:48:33  
(GMT -3:00)

Luciene Cristine Vieira E-mail lucienecv@gmail.com, IP: 181.223.64.149 assinou.