

## **Incubadora de Tecnologias Sociais e Solidárias da Universidade Federal da Grande Dourados como espaço de Convivência Cultural após o retorno das atividades presenciais**

Gabriela Vitoria da Silva Ambrosio

Universidade Federal de Grande Dourados

[gabriela.ambrosio497@academico.ufgd.edu.br](mailto:gabriela.ambrosio497@academico.ufgd.edu.br)

### **Resumo**

Este artigo relata experiências vivenciadas no projeto de extensão intitulado “Incubadora de Tecnologias Sociais e Solidárias da Universidade Federal da Grande Dourados como espaço de Convivência Cultural após o retorno das atividades presenciais”, proposto pela Técnica-administrativa Mariana Massugossa, responsável pela Incubadora. Primeiramente, ocorreu o acompanhamento e a observação de práticas e ferramentas disponíveis, com o intuito de utilizá-los para se obter atenção e conhecimento dos docentes, discentes e comunidade externa para a existência da incubadora, despertar o interesse de jovens e futuros empreendedores e mostrar que pequenas iniciativas podem fortalecer a cultura do campus e da cidade. Segundamente, realizou reuniões com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, networking com incubadoras no mesmo âmbito da Incubadora Cultural EKOa e criação de plataformas digitais para alcançar tal objetivo. Como relato de experiência, este artigo apresenta as ferramentas utilizadas para criação das plataformas digitais, elaboração das estratégias para gerenciar tais plataformas e como estruturamos a incubadora em relação as capacitações e apoio oferecido.

**Palavras-chave:** Incubadora Cultural, Mídias Sociais, Universidades Federais, Comunidade Acadêmica

### **1. Introdução**

A incubadora Cultural, EKOa, faz parte da Divisão de Incubadoras da UFGD, DIVIN, trazendo um fortalecimento do lado cultural da UFGD e da região. A incubadora, assim como as demais, tem o objetivo de fornecer apoio para o desenvolvimento de empreendimentos culturais em seus estágios iniciais a partir do fornecimento de um espaço de convívio de interação, que conjuga a oferta desses serviços de apoio técnico ao empreendedor cultural com a redução dos custos de colaboração entre os diversos agentes do ecossistema criativo de cada território.

A EKOa, tem foco em empreendimentos culturais inovadores, normalmente inseridos nas áreas de Artes Cênicas, Artes Integrada, Artes Visuais, Audiovisual, Humanidades, Música, Patrimônio Cultural, Rádios e TVs Educativas e Culturais. Por se tratarem de empreendimentos culturais, a incubadora tem um trabalho duplo, tanto de torná-lo viável e competitivo financeiramente, ao mesmo tempo que respeita as ideias dos artistas e dos grupos de produção cultural.

A incubadora, portanto, permite que empreendimentos culturais, com foco nas micro e pequenas iniciativas, recebam consultorias, assessorias e capacitações em temas como

modelos de negócios, gestão, comunicação e marketing, direito autoral e elaboração de projetos, bem como assessoria para captação de recursos e enquadramento dentro da Lei Rouanet (lei FEDERAL Nº 8.313/91). Dessa forma poderemos dar oportunidade para as pequenas iniciativas se expressarem e mostrarem suas visões sobre a região e o país, através da cultura, independente de qual forma de arte seja.

Mesmo apresentando grandes propósitos e sendo acessível para comunidade, a incubadora vem encontrando dificuldades para obter empreendimentos inscritos em seu edital. Ao analisar a situação como um todo identificou a falta de visibilidade e conhecimento da mesma diante da comunidade na qual á cerca, para alcançar os objetivos do projeto, que são organizar e impulsionar a incubadora em seu âmbito atual, se torna necessário o público ter o conhecimento sobre a sua existência e eficácia, através das plataformas digitais,

## **2. Materiais e Métodos**

### 2.1. Materiais

Foram utilizados como objetos de estudo o artigo “Empreendedorismo cultural: o Arquivo visto sob o objetivo de incubadora cultura-criativa” e “Problematização, princípios, ações e desafios da Incubadora Cultural da UFRN”, fontes de pesquisas secundárias como: Sebrae, Dgitais, Nepatel, Google formulários e plataformas digitais como Instagram, Canva, Remove.mg, Mlabs e Instories.

### 2.2. Metodologia

Para reverter a situação de desconhecimento da comunidade foi necessário dar ênfase nas divulgações da incubadora cultural e por meio de estudos de fontes secundárias como: Sebrae, Nepatel e Dgitais, usados para garantir que a melhor estratégia seja escolhida, possibilitou observar que atualmente a melhor ferramenta para alcançar esse objetivo é através das plataformas digitais, pois as mesmas se tornaram a maior fonte de informação e comunicação.

Precedentemente, tornou-se necessário reunir-se com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, acompanhados com os técnicos e estagiários da incubadora, para que a partir do brainstorming realizado, estruturasse o melhor ambiente, estratégia e suporte para futuramente receber os grupos incubados após a divulgação do edital. Desta forma, conseguir planejar, auxiliar e garantir os empreendimentos culturais recebam consultorias, assessorias e capacitações necessárias para o seu crescimento.

Após reunir-se com a Pró- Reitoria de Extensão e Cultura, identificou-se a falta de estrutura e ferramentas para receber os grupos incubados e prestar o apoio necessário, esperado e proposto a comunidade, com isso foi sugerido a realização de capacitações para alunos e reuniões com professores para futuramente fornecerem oficinas e workshop's para os empreendimentos incubados.

Primeiro passo foi criar uma página nas plataformas digitais e para isso foi necessário identificar e escolher a persona no qual pretendia atingir, indo muito além de saber o gênero, a idade e a classe social, e sim pensar em quais são os hábitos do público que se interessará pela incubadora, onde ele costuma se informar e quais são seus principais objetivos com esse projeto que deseja impulsionar. E, principalmente, entender como a incubadora auxiliará determinado projeto ou movimento. Assim, foi criado o Instagram e e-mail para iniciar o projeto de divulgação da incubadora.

Segundo passo foi escolher uma identidade para o Instagram, isto é, um padrão de paletas de cores para cada plataforma, tamanho e fonte de letras padronizadas e imagens a serem que seriam usadas. Utilizou-se dos recursos oferecidos pelo Canva e Remove.bg para elaborar o design das páginas e por fim o Mlabs e o Instories como gerenciadores e programadores dessas plataformas, para garantir uma constância de postagens, procurando sempre interagir com público e assim aumentando a visibilidade das páginas e, conseqüentemente para a incubadora. Foi de extrema importância a criação de uma planilha contendo os dias das postagens, conteúdo que será postado, os horários de publicação, as legendas, Hastags, a movimentação dos stories e o tipo de interação que terá com o público.

Após as etapas anteriores estarem bem definidas, o Branding foi alinhado e trabalhado dessa forma como o objetivo de trazer mais público para o site. O marketing é mais bem explorado quando as postagens novas são criadas e conseguem agregar valor ao seu texto, mas antes de criar, pesquisou-se as palavras-chave que melhor se enquadraria no ciclo de postagens e as hastags que traria mais telespectadores para o Instagram da Incubadora EKOÁ, para isso se apoiou nas técnicas de postagem oferecidas pela mentoria do Copy.fy.

A determinação da frequência de postagens dependeu das estratégias definidas, sendo duas publicações por semana e dois dias de movimentação dos Stories, mecanismo do Instagram que se tornou essencial um para estabelecer uma comunicação mais crua e direta com os seguidores da mesma, possibilitando um melhor feedback e assim agir de forma assertiva nas próximas estratégias a serem realizadas.

O networking foi realizado através do Instagram também onde possibilitou conversas com demais incubadoras, as mesmas concederam orientações, informações e sugestões do melhor caminho que o marketing e a própria incubadora deveria seguir.

### **3. Resultados e Discussão**

Os resultados são caracterizados por fornecer, aos grupos incubados, boas condições de trabalho, ou seja, uma estrutura consolidada na qual não apenas permite mas auxilia no funcionamento e crescimento do empreendimento. Com o propósito de aumentar a visibilidade da incubadora cultural diante da sua comunidade, nota-se um grande progresso após a criação do Instagram e a interação com a comunidade através dos formulários realizados, que por sua vez permitiu a visualização da situação de forma mais ampla e identificar quais fatores que impediam o projeto de alcançar seu objetivo.

Notou-se um crescimento contínuo de seus conhecedores e que a barreira que mais impede o crescimento e a visibilidade da incubadora, de acordo com os respondentes, foi a falta de divulgação nas mídias da universidade, apontando novamente para a falta de apoio e estrutura oferecida para os funcionários da incubadora e grupos incubados, algo já identificados pelo mesmo e após a criação da plataforma e capacitações realizadas além de ter progredido ao alcançar a comunidade acadêmica, pela primeira vez desde 2018, ano da sua criação, houve o primeiro projeto cultural inscrito, aprovado e inserido na incubadora. Tal projeto trouxe consigo uma maior interação durante o horário de almoço para os alunos no centro de convivência, com mostra musical e roda de conversa sobre softs skills, varal literário e recital de poesia, mostra fotográfica- Biomas Brasileiros e Exposição utensílios e artesanato rural, já que na nossa comunidade acadêmica há muitos alunos que vieram dos assentamentos e aldeias indígenas.

#### **4. Conclusões**

Pelas experiências adquiridas ao longo do projeto extensão, conclui-se que a estratégia mais efetiva para atingir o objetivo do projeto é, antes de tudo, estruturar e arrecadar ferramentas para receber e atender todas as necessidades e demandas dos grupos incubados e apenas assim, após estar com sua infraestrutura consolidada, dar ênfase na visualização da incubadora como ferramenta de impulsionamento de empreendimentos.

O caminho para alcançar o objetivo do projeto é árduo e extenso, porém foi possível avançar demasiadamente através das plataformas digitais e iniciar um reconhecimento social inexistente até o momento, estruturou toda a comunicação, estratégia e ferramentas utilizadas para auxiliar o novo empreendimento em seu processo.

Portanto, é importante ressaltar transcendência do atual projeto, pois ele conseguiu mostrar aos docentes, discentes e comunidade externa que uma necessidade ou desejo individual pode se tornar um projeto que ajudará outras pessoas que passam pela mesma situação, dando oportunidade para as pequenas iniciativas se expressarem e mostrarem suas visões sobre a região e o país, através da cultura, independente de qual forma de arte seja, auxiliando assim na interação e união da comunidade.

#### **Agradecimentos**

Venho agradecer a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFGD e a coordenadora e idealizadora do projeto Mariana Massugossa pela oportunidade e confiança

#### **Referências**

[1] CORREIA, Sandra Madalena de Jesus et al. Empreendedorismo cultural: o Arquivo visto sob o objetivo de incubadora cultura-criativa

[2] LIMEIRA, Tania Maria Vidigal et al. Empreendedor Cultural: Perfil e Formação Profissional. IV ENECULT- Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura 28 a 30 de maio de 2008, Faculdade de Comunicação/ UFBA, Salvador-Bahia-Brasil.