

Workshop Descoberta Empreendedora: Especialização Inteligente para a Economia Criativa em Brasília

Linha de Pesquisa Especialização Inteligente (RIS3)

Brasília, julho de 2018.

Diretora do Ibict: Cecília Leite

Coordenador do Projeto Brasília 2060: Paulo Egler

Coordenador Temático de Especializações Inteligentes: Neantro Saavedra Rivano

Coordenação do Workshop: Paula Luedy

Moderação do Workshop: Carolina Ramalhete

Parceria: Instituto Alvorada do Brasil (IAB)

Apoio técnico:

Jordana Padovani

Patrícia Osandón

Equipe de Relatoria e colaboração à Moderação:

Camila Maia

Jussara Pelicano

Ilka Fagundes

Elisa Marie Sette

INTRODUÇÃO

O Workshop Descoberta Empreendedora aconteceu dias 24 e 25 de julho de 2018, no Brasília Imperial Hotel, Brasília (DF), com a participação média de 120 pessoas. O evento compôs uma etapa fundamental da pesquisa sobre Especializações Inteligentes e fez parte do escopo do Projeto Brasília 2060, gerenciado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Foi realizado em parceria com o Instituto Alvorada do Brasil (IAB), responsável pelo recorte da Economia Criativa dentro do projeto. Utilizou metodologias participativas, canvas e a metodologia RIS3 (em inglês *Research and Innovation Strategies for Smart Specialization*).

O Método Especialização Inteligente refere-se ao estudo e identificação de estratégias para o planejamento socioeconômico sustentável de um território, no caso, o Distrito Federal e, mais especificamente, a Área Metropolitana de Brasília (AMB), no horizonte temporal simbólico dos próximos 42 anos (2018 - 2060), quando a cidade completará 100 anos. O componente RIS3 visa subsidiar com informações a gestão pública no planejamento do desenvolvimento socioeconômico de regiões estratégicas da AMB, de acordo com o contexto e as vocações locais. Para isso, levanta dados, dialoga com atores locais e, por fim, disponibiliza documentos temáticos, tais como os resultados das investigações sobre os potenciais da Bioeconomia e das Tecnologias da Comunicação e da Informação (TICs) na AMB.

Após lançar o olhar para as vertentes de Bioeconomia e de Tecnologias da Comunicação e da Informação (TICs), entre agosto de 2017 e julho de 2018, a pesquisa em RIS3 focou-se em uma nova área de grande potencial socioeconômico no DF: a Economia Criativa. Após alguns meses de estudos de base, em continuidade ao processo de refinamento dos documentos iniciais e entrevistas com *stakeholders*, verificou-se, novamente, a necessidade de diálogo presencial em torno dos principais subtemas pré-levantados: Audiovisual e Design. Para suprir essa demanda, foi organizado o evento Descoberta Empreendedora, com os objetivos de validar e aprofundar os temas propostos, reunir atores relevantes, desenhar propostas implementáveis e realizar a priorização das mesmas.

CONTEXTUALIZAÇÃO: O PROJETO BRASÍLIA 2060

O Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), unidade de pesquisa vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), tem, por 65 anos, absorvido, desenvolvido, customizado e operacionalizado ferramentas e metodologias que permitem o desenvolvimento de sistemas de informação de forma compartilhada, agregando valor à informação produzida em sistemas regionais, estaduais ou setoriais e dando visibilidade nacional aos dados sistematizados em diferentes instâncias.

O IBICT vem desenvolvendo ações com o objetivo de estruturar sistemas de informação para atender a diferentes setores da economia nacional, a exemplo do Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas (SBRT), que atende às necessidades de informação de pequenos empreendedores. Entretanto, embora esse exemplo possa ser entendido como avanço expressivo, a avaliação que o Instituto faz é de que muito ainda tem de ser feito. Observa-se que a infraestrutura informacional para a tomada de decisão não tem sido tratada com a devida importância e a informação só começa a ser vista como elemento de valor e estratégico a partir da revolução tecnológica que propiciou à sociedade da informação.

Tendo por referência esse contexto, desde janeiro de 2014 o IBICT vem desenvolvendo o Projeto Brasília 2060, cujo objetivo principal é o resgate da atividade de planejamento. Nesse sentido, o Projeto representa um experimento de elaboração de políticas, planos e programas públicos, tendo como objeto de trabalho a cidade de Brasília e a área que a circunda, com duas características principais.

A primeira é a adoção de um método de trabalho, que tem sua origem na avaliação de sustentabilidade. Por este método, qualquer trabalho de prospecção de futuro deve ser embasado em visão detalhada e precisa do presente, ou seja, na construção de uma linha de base. Ademais desse aspecto, o método prevê que a formulação de políticas, planos e programas tem de ser realizada tendo-se sempre em consideração a dimensão territorial e a avaliação de impactos das opções de futuro adotadas.

A segunda é o desenvolvimento de um sistema de informações que colete, organize, sistematize e dissemine informações de três naturezas: estatísticas, textos e imagens e informações georreferenciadas.

OBJETIVOS

Este workshop, atendendo à demanda em torno de subsídios para o refinamento das opções estratégicas e áreas de pesquisa com o uso da metodologia RIS3, teve como objetivos específicos:

- Ampliar o conhecimento e divulgar o método Especialização Inteligente;
- Ampliar o conhecimento sobre setores de Design e Audiovisual da Economia Criativa do DF;
- Apresentar cenários e diagnósticos dos setores de Design e Audiovisual;
- Reunir atores da inovação e empreendedorismo criativo no DF;
- Desenvolver ideias conforme a metodologia de descoberta empreendedora para setores de audiovisual e design.

Produtos

- Relatoria dos momentos de plenária;
- Compilação de relatos dos trabalhos dos subgrupos;
- Compilação de slides utilizados no Workshop.

PROGRAMAÇÃO

A programação do evento foi apresentada aos participantes no início das atividades. Ao longo dos dois dias, houve algumas adaptações quanto aos horários, mas o programa seguiu com tranquilidade, de modo que fossem cumpridos os objetivos de cada etapa.

Dia 1: 24/07/2018	
09h00	Boas-Vindas com Café da Manhã
09h30	Abertura Oficial
10h15	Palestras de contextualização da pesquisa IBICT e IAB
10h45	Palestras mobilizadoras (Economia Criativa)
12h30	Almoço
14h00	Trabalho em 2 subgrupos: Design e Audiovisual
16h00	Coffee Break
16h30	Continuidade dos trabalhos nos 2 subgrupos
18h00	Sinalização dos próximos passos e encerramento do dia
Dia 2: 25/07/2018	
9h00	Apresentação da programação do dia
9h15	Pitch e Exposição dos resultados dos subgrupos de trabalho
10h45	Coffee Break
11h10	Diálogo em plenária
12h00	Almoço
14h00	Encerramento

RELATO DAS ATIVIDADES

O evento teve início com a composição da mesa de abertura por representantes do IBICT e representantes.

A mesa de abertura foi seguida por um conjunto de palestras de contextualização e mobilização. O objetivo do conjunto de palestras foi dar subsídio para as discussões, assim como alinhar alguns temas chave de pertinência geral. Palestraram:

Cláudia Leitão - Sec. Economia Criativa/Ministério da Cultura (10h15 - 10h45)

Domingos Leonelli - Socialismo Criativo (10h45- 11h15)

Gustavo Vidigal - Programa Criativo do DF (11h15 - 11h45)

Luiz Antônio - IAB - A pesquisa em Economia Criativa (11h45 - 12h00)

Neantro Saavedra Rivano - IBICT - Especialização Inteligente - RIS3 - (12h-12h15)

Carolina Ramallete - Apresentação da metodologia - (12h15 - 12h30)

Após as falas, os participantes foram divididos em dois grupos para darem início à aplicação do método Descoberta Empreendedora. Nesta primeira etapa, em cada grupo, um representante do IAB do subtema discorreu sobre as especificidades do audiovisual e do design, respectivamente, e apresentou as atividades e resultados de pesquisa até então.

Os participantes tiveram alguns minutos para um exercício individual, no qual emergia uma ideia, proposta ou projeto inovador no tema em questão, aplicável ao DF. Para isso, receberam uma ficha onde preencheram:

- Título da ideia inovadora
- Descrição da ideia
- Parceiros e papéis

Na sequência, foram divididos subgrupos menores (4 a 6 pessoas), nos quais os participantes se apresentaram e puderam dialogar sobre:

- Ideias inovadoras
- Seleção de uma ideia por subgrupo para trabalho
- Apresentação da ideia para todos

Houve, então, um momento para reconfiguração dos grupos para preenchimento coletivo de *canvas* com as seguintes etapas:

- a) Título da ideia inovadora do subgrupo
- b) Descrição da ideia
- c) Parceiros e papéis
- d) Forças e oportunidades
- e) Fragilidades e ameaças
- f) Recursos (humanos e financeiros) e estruturas necessários
- g) Primeiros passos e
- h) "Opção estratégica"

Após o preenchimento do canvas, os participantes deveriam selecionar um representante para o grupo e se preparar para o dia seguinte, quando fariam a apresentação do trabalho coletivo em formato de *pitch* (1 a 2 min) com:

- Ideia e descrição
- Problema que a ideia soluciona
- Oportunidades
- Opção estratégica

RESULTADOS DOS SUBGRUPOS

A seguir são apresentados os resultados dos subgrupos:

CANVAS – GT AUDIOVISUAL

a. Título da ideia inovadora
HUB de animação e games
b. Descrição da ideia
HUB de criação, produção e distribuição de conteúdo audiovisual, utilizando plataforma de games.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Unity, Unreal</i> (plataformas de desenvolvimento de games); - Produtoras de filmes, de animação e de games; - Ancine; - Governo do DF; - Governo Federal.
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Mercado de audiovisual em forte crescimento; - Fomento de projetos; - Convergência de duas áreas fortes: audiovisual e games; - Facilidade de distribuição internacional de conteúdos de animação; - Inovação no processo de produção; - Multiplataformas de conteúdo.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Dependência de equipamento de última geração; - Plataformas externas; - Mão de obra qualificada.

f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Mão de obra qualificada; - Infraestrutura física e tecnológica; - Investimentos; - Política de financiamento.
g. Primeiros passos
Mapeamento de empresas locais de animação e games.

a. Título da ideia inovadora
Proposta de inclusão produtiva e acessibilidade
b. Descrição da ideia
Criação de uma central de acessibilidade audiovisual, composta por profissionais transgênero e PCD, capacitados por um programa de formação subvencionado por meio de parcerias público-privadas, em escolas internacionais. A contratação desses profissionais e dessa Central estará alinhada a uma política de inclusão, com benefícios em pontuação de projetos em concorrências públicas (editais) e incentivos fiscais.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria de Cultura do Distrito Federal (SECULT-DF) (espaço e regulação); - Produtoras (disponibilizar conteúdos); - Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e Secult (fomento); - Empresa Brasil de Comunicação (EBC); - Ministério do Trabalho (MTE); - Secretaria de Estado do Trabalho, Desenvolvimento Social, Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos (SEDEST-MIDH); - MTS; - Saúde; - Laboratórios; - Empresas alinhadas com o empoderamento feminino e direitos humanos; - Telefônicas; - Empresas de tecnologia; - SATED; - Sistema S; - Ministério Público - FAC-DF; - Santo Bataclan; - LGBTs expulsos de casa; - IBICT.
d. Forças e oportunidades

<ul style="list-style-type: none"> - Inovador; - Promove inclusão; - Normativas obrigatórias; - Parcerias; - Qualificação profissional; - Promoção da cidadania, inclusão, diversidade e Direitos Humanos.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Preconceito; - Falta de acesso; - Falta de acessibilidade; - Falta de conhecimento e informação; - Intolerância e capacitismo; - Mobilidade pública; - Editais de intercâmbio não permitem acompanhante para PCD; - Desconhecimento em direitos humanos; - Hostilidade institucional.
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidade; - Espaço seguro para LGBTI; - Acesso facilitado, segurança e acolhimento.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Estruturação do projeto básico e plano de negócios; - Articulação com associações e lideranças dos movimentos LGBTI e IDPCD; - Pesquisa e levantamento do público alvo; - Levantamento dos possíveis parceiros; - Pesquisa de editais e fundos que contemplem o projeto.
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Inclusão e qualificação de pessoas com deficiência e pessoas trans por meio da central de acessibilidade.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Demanda grande para festivais de cinema, de empresas locais de legendagem, tradução e <i>close caption</i>; - Incluir entre os participantes do programa jovens em situação vulnerável; - Unir com a proposta do distrito criativo de design em um grande <i>showroom</i> a céu aberto para acessibilidade urbana.

a. Título da ideia inovadora
Ser e empreender
b. Descrição da ideia
Criar oficinas de capacitação para WEB.

Produzir conteúdos locais que fomentem a identidade das comunidades.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - Ministério da Cultura, - Min. do Trabalho, IBICT, MCTIC, MEC, SENAC, ANCINE, PAC's Audiovisuais...
d. Forças e oportunidades
<p>Forças:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo para a produção das oficinas; - Interesse de comunicação por produção audiovisual; - Geração de emprego e renda. <p>Oportunidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demanda de comunicação nas comunidades.
e. Fragilidades e ameaças
<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Padronização; - Baixa qualidade de produção. <p>Fragilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilização da comunidade; - Falta de financiamento para o resultado da cooptação.
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Programas; - Captação de áudio e vídeo; - Iluminação; - Som; - Equipamento de pós-produção; - Software para games.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisar as principais demandas; - Selecionar profissionais e monitores; - Levantar estrutura dos locais para a realização das oficinas.
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Captação de recurso para a primeira etapa; - Identificar parceiros para o projeto.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Editais do CNPq;

- Ações Transversais;
- Iniciativas PPP;
- Criar parcerias com a Secretaria de Educação para capacitar os alunos do terceiro ano para o mercado de trabalho;
- Desenvolver a sustentabilidade do projeto com capacitação para negócios na própria comunidade.

a. Título da ideia inovadora

PWJD – Plataforma WEB para jogos digitais

b. Descrição da ideia

Plataforma WEB de jogos educativos digitais

c. Parceiros e papéis

- SERPRO;
- Professores para avaliar;
- Desenvolvedores;
- Governo Federal;
- MEC;
- Secretaria de Cultura do DF.

d. Forças e oportunidades

- Venda da plataforma para escolas particulares;
- Monetização;
- Inovação na educação;
- Inclusão digital;
- Análises dos dados dos alunos.

e. Fragilidades e ameaças

- Depende de desenvolvedores independentes;
- DFAD Lock;
- Plataformas já existentes;
- Resistência à inovação;
- Mudança de governo – abandono do projeto.

f. Recursos necessários

- Servidor CDN;
- Servidor identidade;
- Edital para desenvolvimento da plataforma;
- Recurso financeiro para edital.

g. Primeiros passos

- Levantar recursos;
- Termo de referência;

<ul style="list-style-type: none"> - Edital; - Publicidade junto aos desenvolvedores.
h. Opção estratégica
Sensibilização dos desenvolvedores e governo.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Buscar universitários para auxiliar no processo de criação; - Alunos para avaliar; - Startup Brasil; - Apex; - Ações Transversais; - CNPq; - Chamadas e encomendas; - Na Secretaria de Educação, há poucas escolas com laboratórios de informática eficientes; - Aplicação do protocolo W3C e outras normativas para acessibilidade em ambiente virtual e jogos online.

a. Título da ideia inovadora
BSB VR/ BSB VX
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Série com filmes curtos VR (Realidade Virtual) 360°, em Brasília, em locações com potencial de turismo criativo, com apresentadores que sejam artistas locais, ou não atores personagens locais, para mostrar Brasília além dos arquétipos, de forma convidativa e direta, individual com cada espectador, em um modelo de distribuição interativa e exponencial.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - Empresas de câmera e ilha de edição para VR/360°; - Investidores para custo de produção; - Consultores transmídia do roteiro, produção à distribuição.
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Setor promissor (VR/AR/XR); - Interatividade real com o público <i>one-to-one</i> e nas redes; - Incentivo turismo criativo local em rede (inter)nacional; - Modelo econômico novo, dialoga com games; - Coprodutores de outras regiões e países (potenciais); - Promoção de Brasília em alcance internacional pelas redes; - Projeto com imenso potencial de visibilidade pelo ineditismo local.
e. Fragilidades e ameaças

<ul style="list-style-type: none"> - Falta de profissionais especializados no DF; - Desconhecimento do empresariado sobre alcance de produtos VR; - Ausência de editais locais para produção VR; - Falta de equipamentos, empresas locais com disponibilidade total da infraestrutura.
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Empresa distribuidora para plataforma transmídia; - Investimento para produção (cronograma desembolso).
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Planejamento de promoção junto aos patrocinadores; - Definição de locações; - Elaboração de roteiro base transmídia; - Definição dos atores guias condutores; - Vídeos piloto; - <i>Teasers</i>.
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Local dependente; - Planejamento transmídia (roteiro); - Centralização na web page; - APP para difusão do conteúdo; - Plataforma AR nos locais das filmagens realizadas.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Ações CNPq; - Editais; - Ações transversais; - Chamamento popular, pedindo para os moradores das RAs mostrarem suas cidades para aqueles que vêm de fora e também para os demais moradores do DF; - Expandir para a divulgação da produção criativa da cidade (outros segmentos, como as diversas áreas do design); - Criar cursos de capacitação específica de produção de conteúdo para VR; - Aplicação das normas Ancine para acessibilidade no audiovisual e do protocolo W3C de acessibilidade em ambiente virtual.

a. Título da ideia inovadora
Celuflix – baixa resolução alta qualidade
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de <i>streaming</i> para produção audiovisual de baixo custo - Acervos alternativos.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvedor WEB (levantamento e análise de requisitos); - Provedor de armazenamento; - Curadoria (qualidade do conteúdo);

- Análise jurídica.
d. Forças e oportunidades
- Acesso a conteúdos de micro orçamento, intimista, únicos e de baixo custo; - Mais da metade dos acessos à Internet no Brasil são feitos por celular; - Pode-se ver, baixar e compartilhar com internet 3G.
e. Fragilidades e ameaças
- Infraestrutura de suporte; - Concorrência das grandes plataformas.
f. Recursos necessários
- Contratar profissionais: desenvolvedor, curador e divulgador.
g. Primeiros passos
- Identificação de boas produções audiovisuais, por meio dos festivais de filmes que premiam filmes de baixo custo; - Promover a plataforma.
h. Opção estratégica
- Curadoria de vídeos de baixo custo para celulares e <i>tablets</i> .
i. Sugestões externas
- Vinculação à política nacional de resíduos sólidos; - Democratizar a criação do conteúdo periférico ou de comunidades; - Utilizar a ferramenta como fonte de sustentabilidade junta a <i>Youtubers</i> ; - Aplicação das normas da Ancine para acessibilidade no audiovisual e das normas e protocolo W3C para acessibilidade em ambiente virtual.

a. Título da ideia inovadora
<i>Render Farms Coletivos</i>
b. Descrição da ideia
<i>Render Farms</i> para renderização de arquivos pesados para utilização coletiva por estúdios e animadores.
c. Parceiros e papéis
- Governos local e federal para disponibilização de local e recursos; - Investidores; - Gestores; - Ancine (recursos); - Estúdios de animação e games; - Produtoras Audiovisuais (demandas); - Agências de Publicidade; - Empresas de arquitetura (demandas).

d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Momento importante de crescimento do audiovisual, especialmente da animação; - Possibilidade de geração de receitas de diversas áreas (animação/games/publicidade/arquitetura); - Utilização dos equipamentos para outras áreas de finalização; - Um minuto de render a 30fps é igual a R\$ 500,00, um longa de 70 min é igual a + ou - R\$ 30.000,00.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Mudanças tecnológicas (Ex. Unity); - Alto custo de implantação e manutenção; - Vários serviços em outros países oferecem esse serviço; - Obsolescência dos equipamentos; - Falta de manutenção e reparos (agentes públicos); - Baixa demanda inicial.
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Investimento público e privado; - Local adequado (climatizado); - Pessoal especializado (capacitação); - Parcerias para a gestão.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar gestores; - Mapeamento de empresas que utilizariam o serviço; - Cotação de equipamentos e infraestrutura; - Análise de viabilidade econômica.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Edital da Ancine de fluxo contínuo.

a. Título da ideia inovadora
Aceleradora de Estúdio de Jogos Eletrônicos
b. Descrição da ideia
Cluster/aceleradora de estúdio de jogos
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - SEBRAE; - APEX; - FAC-DF; - FAP-DF; - Lei do Bem; - LIC-DF; - Fornecedores de tecnologia;

<ul style="list-style-type: none"> - Profissionais parceiros; - Investidores anjo.
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Primeiro no país; - Maior crescimento da área do audiovisual, comparado com cinema, animação e TV; - Maior fundo público do país; - Órgãos governamentais estão no DF.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Outras cidades podem fazer antes; - Alto custo para implantação e manutenção; - Plano de negócios mal elaborado.
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Espaço; - Estrutura; - Fundo de investimentos; - Profissionais especialistas; - Profissionais de redes sociais; - Profissionais de marketing; - Internacionalização.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Estudo de espaço (projeto).
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Ser um espaço público-privado; - Fundo de resultado indireto.
i. Sugestões externas
<ul style="list-style-type: none"> - Ver edital do Biotic.

CANVAS – GT DESIGN

a. Título da ideia inovadora
INSTITUTO DE NEGÓCIOS CRIATIVOS
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente de cocriação/coprodução; - Banco de ideias; - Desenvolvimento; - Captação de investimento; - Fundo de Investimento; - Projetos Culturais;

<ul style="list-style-type: none"> - Criador + Empreendedor; - Banco de Ideias Criativas; - Criação de novo negócio; - Projetos de Design e Inovação; - Envolvimento da comunidade local de cada polo; - Cada polo produtivo terá uma embaixada como Cooperadora.
<p>c. Parceiros e papéis</p>
<ul style="list-style-type: none"> - SESI Nacional - Senai Nacional - Universidades Nacionais e Internacionais; - Embaixadas; - IBICT; - Embrapii; - Ministérios; - GDF; - Bancos de Desenvolvimento; - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa); - IEL Nacional; - Institutos Federais; - Empresários; - Agências de Fomento.
<p>d. Forças e oportunidades</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Brasília Distrito Criativo da Unesco; - Diversidade Cultural; - Vocaç�o do DF para Design; - Boas Universidades; - IDH e renda per capita altos;
<p>e. Fragilidades e ameaças</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Cenário econômico desfavorável; - Políticas Públicas; - Burocracia; - Captação de recursos; - Proteção legal; - Infraestrutura e segurança; - Propriedade Intelectual; - Lei de patentes; - Concorrência desleal.
<p>f. Recursos necessários</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação e difusão; - Equipes de pessoal; - Espaço físico; - Equipamentos
<p>g. Primeiros passos</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento do projeto; - Identificar e agregar parceiros;

- Escolha do espaço
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Incorporar expertises existentes; - Parceria local; - Espaço no Biotic; - Aproveitamento de espaços existentes; - Aproveitamento das estruturas/Instituições existentes.
Sugestões Externas:
<ul style="list-style-type: none"> - Descentralizar: implementar fora do plano piloto; - Adoção das embaixadas deverá incluir intercâmbio tecnológico e cultural.

a. Título da ideia inovadora
CAPITAL DESIGN
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de design; - Fomento para startups; - Análise de mercado; - Viver design na cidade; - Educação empreendedora; - Articulação da pesquisa entre os atores da cadeia do design; - Revitalizar W3 Sul/cidades satélites; - Criar identidade do DF; - Reprojetar a cidade sem perder o projeto original, mas adequar ao Séc. XXI: “mudar por dentro”.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - Instituto Educação; - Governo local e federal; - Associações de design; - Microempreendedores; - Sistema S; - Universidades públicas e privadas; - Design e o público; - Educação empreendedora; - Palestras, workshops e coletivos; - Parceiros internacionais: UNESCO, ONU, Instituto Internacional de Moda e Design (Dar respaldo e visibilidade).
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Reconhecimento da UNESCO; - Sustentabilidade; - Articulação entre os atores;

<ul style="list-style-type: none"> - Design com mais identidade (produto); - A própria cidade contemporânea e diversa; - Envolvimento de toda a cadeia: da educação ao produto.
<p>e. Fragilidades e ameaças</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Descontinuidade; - Nova gestão (governo); - Evasão; - Zona de conforto; - Falta de políticas públicas; - Adequação contínua das demandas às premissas culturais e sustentabilidade do mercado; - Captação de recursos e atrair parceiros financiadores.
<p>f. Recursos necessários</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Educação; - Capacitação; - Iniciativa privada; - FAC-DF.
<p>g. Primeiros passos</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Promover ações na base (educação); - Criar plataforma; - Gestão e promoção de eventos; - Promover articulação entre os atores envolvidos; - Elencar e concorrer aos editais nacionais e internacionais; - Elencar e articular os participantes (instituições e pessoas).
<p>h. Opção estratégica</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma única polo design; - Reativar economia local; - Valorizar e fomentar o design; - Estímulo contínuo e permanente à adesão; - Plano de comunicação forte (fazer a cidade defender e pedir pela plataforma); - Política pública para design.
<p>Sugestões Externas:</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer o design na sociedade para comprarem o projeto; - Seria ideal também fazer pontes e produtos específicos para o setor com: C&A, Zara, Tok&Stock; - Inserir esta plataforma no site designbrasil.org.br; - Unir com a outra ideia da plataforma; - Mapear profissionais informais e agregá-los na plataforma; - Promover inserção e inclusão social; - Produzir conteúdo EAD; - A participação dos estudantes poderia servir como estágio formativo obrigatório; - Desenvolvimento do design universal com estrutura da tecnologia assistida.

a. Título da ideia inovadora
Distrito Design
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Troca de conhecimentos; - <i>Co-working</i>; - Concentrar criativos; - Local de comércio criativo; - Local de troca de ideias; - Polo de negócios criativos; - Indústria, comércio, serviço em design concentrado em uma região; - Usar espaço a ser revitalizado; - Interação do design com a sociedade por meio de atividades de lazer; - Levar esses polos para as periferias.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - GDF (local e estrutura); - ADEGRAF/ABRADI/ADEPRO (apoio e divulgação); - SEBRAE (capacitação); - Universidades (pesquisa e capacitação); - FAC e CIEE; - Interação do setor produtivo com os profissionais do design; - FIBRA (produção).
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Usar arte e cultura no fomento; - Novas oportunidades de emprego; - Integração dos subsegmentos do design em um só lugar; - Investir na economia local/público alvo; - Núcleo de orientação e informação dos profissionais de design; - Estimular/promover/educar o público para o consumo; - Partilha de experiências; - Troca de serviços entre empresas; - Descentralizar a economia; - Desenvolvimento da economia criativa no entorno.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Baixa adesão à ideia; - Falta de apoio governamental; - Disponibilidade de recursos financeiros; - Depende de apoios públicos e privados; - Falta de informação; - Baixo consumo/sazonalidade; - Acesso com vulnerabilidade.

f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Espaços degradados; - Elaboração de políticas públicas para fomentar o polo/distrito criativo; - Criação de um selo institucional de reconhecimento do design; - Equipe bem formada; - Capacitações técnicas e de gestão empresarial; - Verba para infraestrutura.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Tirar da mente e transformar em gente; - Identificar local; - Prospectar empreendedores-alvo; - Mapeamento geográfico dos segmentos criativos para formação de polos nas cidades-satélites; - Divulgação de panfletos informativos; - Realizar edital.
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Atuar na periferia; - Abarcar os vários setores do design; - Usar e aplicar educação ambiental; - Captar recursos; - Fazer parceria com a economia solidária; - Atrair a população pelo lazer e educação; - Criar eventos para estimular o consumo dos produtos/serviços; - Multidiversidade de segmentos; - Empreender com criatividade.
Sugestões Externas:
<ul style="list-style-type: none"> - Criar neste espaço aluguel de ferramentas (softwares, impressoras 3D etc.); - A participação dos estudantes poderia contar como estágio curricular ou formativo; - Retroalimentação a partir de pessoas que não são designers.

a. Título da ideia inovadora
HUB Design
b. Descrição da ideia
<ul style="list-style-type: none"> - Espaço físico e digital de visibilidade; - Diversas empresas que necessitam de algo específico (“Novo”) - anunciam sua necessidade no HUB;

<ul style="list-style-type: none"> - Criação de identidade do design de Brasília (DF); - Designer e empreendedor - faz e entrega; - Unir quem necessita com quem faz; - A plataforma é um algoritmo que une as partes; - Várias disciplinas da UnB (tecnológicas) com design.
c. Parceiros e papéis
<ul style="list-style-type: none"> - UNESCO – Integrar as cidades da Rede de Cidades Criativas; - Governo – Federal/GDF – Elaborar políticas públicas; - Instituições de ensino- capacitação; - Designer (profissionais) – Movimentar a economia; - Setor Privado – empresas, profissionais liberais; Empreendedorismo – SEBRAE – formação empreendedora
d. Forças e oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Título: Brasília cidade criativa do design; - Capital Federal- centro político.
e. Fragilidades e ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Não engajamento; - Homogeneização do design; - Falta de articulação;
f. Recursos necessários
<ul style="list-style-type: none"> - Espaço físico; - Espaço digital; - Voluntários.
g. Primeiros passos
<ul style="list-style-type: none"> - Mapeamento de atores.
h. Opção estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Territorialidade – Diagnosticar as micro identidades de Brasília.
Sugestões Externas:
<ul style="list-style-type: none"> - Inserir esta plataforma no site designbrasil.org.br; - A colaboração dos estudantes poderia servir de estágio obrigatório do curso.

RESULTADO DA PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS

- **DESIGN:**
 1. Distrito do Design.
 2. HUB de Design.
 3. Instituto de Negócios Criativos.

- **AUDIOVISUAL:**
 1. Inclusão Produtiva e Acessibilidades.
 2. Ser e empreender.
 3. BSB XR | *Render Farm* Coletivo.
 4. Aceleradora de Estúdio de Jogos.
 5. Celuffix.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Faz-se importante enfatizar que o diálogo em grupo foi essencial para a obtenção de resultados, considerando que os participantes puderam confrontar pontos de vista de forma cordial e mediada, bem como somar ideias e praticar a escuta ativa, ampliando horizontes e somando perspectivas. A inteligência do grupo, quando bem conduzida, pode levar a resultados que os integrantes, separadamente, não poderiam alcançar.

O uso de metodologias participativas – subgrupos de trabalho, plenária com moderação e relatoria, visualização da produção coletiva por projeção e canvas – mostrou-se efetivo para o alcance dos resultados esperados pelo evento.

Avalia-se que o excelente grau de participação, quantitativa e qualitativamente satisfatória, mostra que os temas de audiovisual e design são de relevante interesse para discussão socioeconômica no cenário da AMB e devem ser realizados outros momentos de exploração e desenvolvimento das ideias pré-levantadas, bem como de apresentação das mesmas para entes políticos e financiadores.

Por fim, abaixo estão listados os encaminhamentos finais do evento:

- 1) Formar grupos para continuidade das discussões;
- 2) Compartilhar contatos por lista de transmissão;
- 3) Evento para captação de recursos com parceiros institucionais e financiadores;
- 4) Criar disciplina de propriedade intelectual e desenvolvimento de negócios em Economia Criativa - CDT - Grupo de Trabalho;
- 5) Desenvolver projeto conjunto: Jogos + Design;
- 6) Extensão da FAC-UnB poderá colaborar para desenvolver as propostas;
- 7) (PPA LOA LDO) Conselho de Economia Criativa - Enviar propostas por escrito - Reuniões Trimestrais - outubro de 2018;
- 8) Compartilhamento de contatos por grupo/projeto;
- 9) Encontro no Espaço Lage - Café Criativo - 19 de agosto (Fórum de Design);
- 10) Organizar ideias no Trello;
- 11) Convite à linha de pesquisa em Economia Criativa;
- 12) Atenção aos Editais da FAP DF e editais internacionais de design e cidades criativas;

13) Festival Setor Criativo Sul (3 e 4 de agosto), no Setor Comercial Sul.

- Espaço para divulgação
- Encontro de design
- Mostra Gira Curta

14) O BSB Criativa disponibiliza seu espaço físico no Venâncio 2000.

Fotografias do Evento

Acesse em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1zeo3WS2q7S3kIXOQPwbHk8MFZVwh8jdy?usp=sharing>