



**PLANO DE TRABALHO DO PROJETO
TERRITÓRIO CRIATIVO**

| | |
|---|-----------|
| 1. APRESENTAÇÃO | 4 |
| 2. JUSTIFICATIVA | 4 |
| 3. DO OBJETO | 7 |
| 4. DESCRITIVO DO OBJETO | 7 |
| 4.1. CICLO DE PREPARAÇÃO | 7 |
| <i>Fase 1.1: Preparação para implementação da atividades</i> | 7 |
| <i>Fase 1.2: Mobilizações</i> | 10 |
| <i>Fase 1.3. : Início das Atividades Espaço BNB</i> | 10 |
| 4.2. CICLO DE FORMAÇÃO | 11 |
| <i>Fase 2.1: Lançamento do projeto para Público-Alvo</i> | 12 |
| <i>Fase 2.2.: Capacitação aberta em empreendedorismo e gestão de negócios criativos</i> | 12 |
| <i>Fase 2.3.: Ciclo de Consultorias nas RAs</i> | 14 |
| 4.3. CICLO DE ACELERAÇÃO | 14 |
| <i>Fase 3.1.: Curso para 15 negócios em música, audiovisual e design</i> | 15 |
| <i>Fase 3.2.: Oficina de design thinking para prototipagem do negócio</i> | 16 |
| <i>Fase 3.4.: Ciclo de diálogos abertos com os empreendimentos selecionados</i> | 17 |
| <i>Fase 3.5.: Rodada pitching dos empreendimentos acelerados</i> | 17 |
| 5. QUADRO GERAL DE ATIVIDADES | 18 |
| 6. DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES | 24 |
| 7. PLANO DE COMUNICAÇÃO | 30 |
| 8. PLANO DE ARTICULAÇÃO TERRITORIAL E SETORIAL | 33 |
| 8.1. MOBILIZAÇÕES (FASE 1.2) | 35 |
| 9. GESTÃO FINANCEIRA E MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS | 36 |
| 10. PROSPECÇÃO DE PARCEIROS E PATROCINADORES | 38 |
| 10.1. PROSPECÇÃO DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO PARA REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES FORMATIVAS ... | 38 |
| 10.2. PROSPECÇÃO DE PARCEIROS PARA ELABORAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS | 38 |
| 10.3. PROSPECÇÃO DE ESPAÇOS PARA REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES NAS RAs | 39 |
| 10.4. PROSPECÇÃO DE POSSÍVEIS PATROCINADORES PARA A REALIZAÇÃO DE PROJETOS ESPECIAIS... | 41 |
| 11. PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO | 42 |
| 12. PROJETOS ESPECIAIS | 44 |
| 12.1. PROJETO ESPECIAL: "TROCANDO EM MIÚDOS" | 44 |
| 12.2. PROJETO ESPECIAL: "DIÁLOGOS CRIATIVOS DF + MUNDO" | 46 |
| 13. PLANEJAMENTO DE USO DO ESPAÇO | 47 |
| 13.1. DIRETRIZ DE IMPLANTAÇÃO | 47 |
| 13.2. DESCRIÇÃO DOS AMBIENTES | 48 |
| 13.3. PLANO DE OCUPAÇÃO | 49 |
| <i>Fase 1: Levantamento das demandas produtivas dos setores criativos locais.</i> | 49 |
| <i>Fase 2: Agenda de visitação ao espaço focada nos agentes culturais mapeados.</i> | 50 |
| <i>Fase 3: Construção colaborativa do mapa de atividades no espaço.</i> | 50 |
| <i>Fase 4: Captação de parceiros.</i> | 51 |
| <i>Fase 5: Definição do modelo de funcionamento do coworking</i> | 52 |
| 13.4. DETALHAMENTO DO ESPAÇO FÍSICO | 52 |
| 14. CRONOGRAMA EXECUTIVO | 53 |

| | |
|--|----|
| 15. PLANEJAMENTO FINANCEIRO | 55 |
| 16. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO..... | 56 |
| 17. FUNÇÕES E EQUIPE..... | 57 |
| 18. DECLARAÇÃO DE ADIMPLÊNCIA..... | 73 |
| 19. APROVAÇÃO PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA | 74 |

Renê

| | |
|-------------|----------------|
| Folha nº | 877 |
| Processo nº | 150000134/2017 |
| Rubrica | 3 |
| Matrícula | 233036 |

1. APRESENTAÇÃO

Este plano de trabalho se refere à proposta do projeto Território Criativo apresentado pelo Instituto Bem Cultural por meio do Edital Chamamento Público nº 04/2017 SEC/DF e tem por finalidade ajustar seu conteúdo a partir das diretrizes estratégicas pactuadas com a Secretaria de Estado de Cultura do Governo do Distrito Federal.

Estão demonstrados a seguir o objeto e sua estruturação em ciclos, fases e atividades devidamente descritos, detalhamento das atividades formativas com suas metas e resultados, o plano de comunicação, o plano de articulação institucional e captação de recursos, o plano de mobilização social, articulação territorial, setorial e de redes, o planejamento de uso do espaço da Biblioteca Nacional de Brasília - BNB, o planejamento financeiro, cronogramas e o descritivo das atribuições da equipe responsável pela realização do Plano de Trabalho.

2. JUSTIFICATIVA

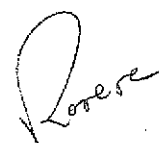
Conforme dados de uma das pesquisas referenciais e com série histórica na economia criativa, qual seja, o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (2014), organizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN, a participação dos empregados criativos no total de empregados do Distrito Federal (DF) apresentou elevação da ordem de 20,4%, entre 2004 e 2013, tendo passado de 1,4% para 1,7%, respectivamente. Apesar dessa elevação expressiva e do fato de o DF ocupar a quinta melhor posição no quesito no país, os percentuais permanecem abaixo da média nacional, de 1,5% e 1,8%, para os mesmos anos. Não obstante, a remuneração média mensal dos profissionais criativos no DF é superior à média nacional e fica abaixo apenas da praticada no Estado de São Paulo. Em 2004 a remuneração média mensal chegava a R\$5.207 no DF, ante R\$4.322 no Brasil, enquanto em 2013 atingiu R\$6.925 no DF, ante R\$5.422 na esfera nacional. De fato, a região pratica os mais altos níveis de remuneração média do Brasil para profissionais de arquitetura e edição, por exemplo.

Tendo em vista que o mapeamento apresenta quatro recortes complementares, pelos quais classifica as indústrias criativas do país, é pertinente percorrê-los. Dentre as indústrias que compõem o item "consumo" (publicidade, arquitetura, design e moda), a participação de profissionais criativos é da ordem de 47,0%, ligeiramente inferior à média nacional, de 47,4%.

Já em "cultura" (expressões culturais, patrimônio & artes, música e artes cênicas), a participação de profissionais criativos na indústria criativa é a menos expressiva de todas as unidades federativas - de 5,5%, ante a média nacional de 7,0%. Na categoria "mídias" (editorial e audiovisual) a participação de profissionais nas indústrias criativas do DF atinge 16,4%, frente a 11,4% no país; por fim, no quesito participação dos profissionais de "tecnologia" (pesquisa e desenvolvimento, tecnologias de informação e comunicação e biotecnologia) nas indústrias criativas, o DF se posiciona abaixo da média nacional, com 31,1%, comparado com 34,3%, respectivamente.

Há que se ressaltar que, na ausência de microdados e mesmo de estudos de cadeia para o conjunto das indústrias criativas, de forma territorializada, os dados fornecidos pelo estudo da FIRJAN são balizadores pertinentes, mas não revelam aspectos preciosos das peculiaridades das várias indústrias criativas no DF. Como se nota, ademais, as indústrias criativas ocupam um leque de grande envergadura, tendo em um extremo as expressões culturais e em outro, biotecnologia. Diante portanto a) da carência de informações suficientes para proceder a um diagnóstico preciso dos desafios e potencialidades de cada indústria criativa no DF e de seu posterior monitoramento; e b) da limitação de horas e recursos disponibilizados na presente chamada, que não seriam suficientes para capacitar condignamente uma gama expressiva de profissionais de nível médio, optou-se na presente proposta por dar a adotar dois caminhos complementares. O primeiro deles, voltado ao estímulo ao empreendedorismo criativo de base, será desenvolvido em todas as regiões do DF e não se restringirá a setores específicos; ao contrário, pretende até mesmo levantar o interesse e a presença, ainda que latente, de empreendedores em cada região administrativa do território, contribuindo assim para suprir a lacuna apontada. O segundo caminho será trilhado por um grupo selecionado de empreendedores criativos já atuantes em setores de especial relevância para o DF, conforme informado por sua Secretaria de Cultura, a saber: design, música e audiovisual.

Essa opção de por um lado reforçar a formação e a maturidade de empreendedores já atuantes e, por outro, de favorecer e impulsionar o empreendedorismo criativo de modo mais inclusivo traz, de chofre, três benefícios complementares. Em primeiro lugar, defronta-nos com o desafio de nos anteciparmos a previsões - proferidas, dentre outras fontes, pelo programa "The Future of Work" do Fórum Econômico Mundial -, de que em cerca de 20 anos metade das profissões ora existentes não mais existirá e cerca de igual montante das profissões do futuro hoje ainda não se faz evidente. Ocorre que os mesmos estudos reconhecem que somente dois perfis de trabalho sobreviverão - os baseados em inteligência social (em síntese, a capacidade que temos de lidar com outras pessoas) e em talento criativo. Investir portanto na capacitação e na



consultoria com vistas a que nossos potenciais empreendedores criativos formem um instrumental básico para navegar com desenvoltura por mares de um futuro próximo não é mais uma opção e sim uma premência.

Em segundo lugar, nota-se que esse mesmo instrumental básico compreende as chamadas "habilidades transfuncionais" - em grande medida desenvolvidas a partir da prática das artes e da cultura. Com isso, quebra-se o que para alguns soa paradoxal - desenvolver políticas contemporaneamente para TICs e artes cênicas, pesquisa & desenvolvimento e patrimônio, sob o mesmo guarda-chuva da "economia criativa" -, para reconhecer que qualquer trabalho criativo bebe de nutrientes amplamente favorecidos pelas práticas artísticas em especial. Haja vista que países nos quais a qualidade da educação é questão pétreia têm ampliado seu currículo de STEM (Science, Technology, Engineering & Maths) para STEAM (incorporando Arts). Tangibilizando essa proposta, os estudos acerca do futuro do trabalho defendem unanimemente o desenvolvimento de habilidades, para qualquer profissional, de flexibilidade cognitiva, criatividade, visualização, expressão escrita, expressão oral, inteligência emocional, coordenação de equipes, dentre outras. Não surpreende que até mesmo a vizinha Argentina tenha incorporado a disciplina de cinema no currículo básico de suas escolas.

Em terceiro lugar, a vastidão de estudos desenvolvidos por organismos como a NESTA, no Reino Unido, revelam o que no Brasil é intuitivo mas inquestionável - a grande mobilidade de empreendedores entre profissões. Basta imaginar que o que hoje se ensina em cursos de animação é em grande medida uma fusão de temas como artes visuais e TI.

Sendo assim, o plano de trabalho que se desvendará ao longo das próximas páginas é imbuído da lógica de que:

- a) para que possamos realmente fomentar o empreendedorismo e a sustentabilidade de nossos talentos criativos precisamos oferecer-lhes questões instrumentais gerais (e.g. gestão de negócios, construção de um plano de negócios, direitos de propriedade intelectual, comunicação) e de expansão de horizontes de mundo (a exemplo das questões que integram as habilidades acima mencionadas), bem como franquear-lhes acesso a uma primeira consultoria dirigida.
- b) Complementarmente, para que possamos impulsionar e acelerar o desenvolvimento de empreendimentos criativos já existentes e de especial caráter de inovação e excelência em um conjunto de setores selecionados (design, música e audiovisual), cumpre oferecer-lhes uma formação setorial sólida e dirigida, bem como um respaldo de consultoria voltadas a questões específicas da

gestão de seu negócio, ademais de prepará-los para se apresentar de modo impactante no mercado.

No que tange à estratégia de abordagem, seleção e decupagem das Regiões Administrativas, a presente proposta parte da premissa de que todas as macrorregiões serão contempladas em cada uma das atividades apresentadas, em ao menos duas de suas Regiões Administrativas. O detalhamento dessa linha estratégica será apresentado a seguir.

3. DO OBJETO

O projeto consiste em suporte a empreendedores criativos do Distrito Federal, por meio da oferta de capacitação profissional, qualificação para gestão de projetos de micro e pequenos empreendimentos com carga horária de 1060h, consultoria e assessoria técnica com carga horária de 885h, gestão e programação de espaço de *coworking* e promoção de eventos técnicos e culturais. As atividades serão realizadas na sede do projeto Território Criativo, localizada na Biblioteca Nacional de Brasília (Esplanada dos Ministérios), e em 14 regiões administrativas do Distrito Federal distribuídas em macrorregiões distintas no período de 8 (oito) meses.

Conforme aventado na Justificativa deste documento e em seu Objeto, o presente Plano de Trabalho é constituído por três ciclos, doravante denominados de preparação, de formação e de aceleração, conforme detalhamento a seguir.

4. DESCRITIVO DO OBJETO

4.1. Ciclo de Preparação

Público: equipe selecionada pelo IBC, Conselheiros e parceiros (instituições públicas e privadas).

Objetivo: Essa fase se refere às ações necessárias para estruturar o projeto para a sua realização, portanto, ações meio para a implantação do projeto mas, também, início das ações de mobilização social para identificação e engajamento dos públicos beneficiários da nossa ação.

Fase 1.1: Preparação para implementação da atividades

Atividades:

1.1.1. Contratação da equipe Territórios Criativos

Neste momento serão formalizados os contratos com a equipe constante da



| | |
|-------------|----------------|
| Folha nº | 839 |
| Processo nº | 150000134/2012 |
| Rúbrica | 2.3303-0 |

proposta. Serão firmados contratos com 12 colaboradores para início imediato.

1.1.2. Estruturação do Funcionamento espaço BNB

Nesta fase serão estabelecidos os horários de funcionamento, rotinas e protocolos de atendimento. Também a organização do escritório como arquivos, armários etc.

O espaço físico do projeto Território Criativo, destinado aos agentes culturais dos setores da economia criativa, foi disponibilizado com quatro ambientes para atividades, além das instalações de serviços, como administrativo, copa, banheiros e almoxarifado:

- recepção e área técnica destinada à equipe gestora do projeto e eventuais parceiros.
- sala de atendimento que abrigará atividades individualizadas como consultorias e mentorias.
- sala de treinamento para processos de capacitação de até 40 participantes.
- *coworking*.

Além dos espaços formais previstos no projeto de inauguração, prevê-se a organização de outras áreas dinamizadoras e que convergem para as metas de ação do projeto tais como: área expositiva de produtos da economia criativa local; área de descanso; área maker (cujo objetivo é propiciar processos de experimentação e/ou prototipação) e área externa para atividades artísticas.

1.1.3. Desenvolvimento do modelo de gestão e ocupação Espaço BNB

Nesta fase serão planejadas as atividades que serão desenvolvidas no Espaço como o *coworking* e salas de consultorias e capacitações além das áreas externas. O plano de ocupação do espaço da Biblioteca Nacional está detalhado especificamente no item XI, Planejamento de Uso do Espaço.

1.1.4. Implementação do Plano Comunicação

As ações de comunicação definidas para o projeto atuam na lógica de articulação em rede, priorizando os canais digitais, tendo como âncora o site específico, além de compartilhamentos via Redes Sociais e mailings. O site terá como objetivos difundir as atividades previstas, divulgar os materiais digitais gerados como produtos especificados no plano e oferecer um ponto de convergência para os participantes das ações e demais interessados.

A comunicação será fomentada majoritariamente por distribuição de conteúdos pertinentes com foco nos públicos de interesse acordados.

A etapa de preparação prevê a contratação de uma assessoria de imprensa local, para geração de mídia espontânea, bem como oferecer conteúdos que gerem o interesse de líderes de opinião importantes para o projeto - jornalistas e demais profissionais atuantes nos veículos -, incentivando-os a informalmente compor a rede, atuando como multiplicadores. A mesma lógica será estendida a outras entidades parceiras.

O Facebook será a rede social de partida, escolhido por sua penetração, durante a etapa mais horizontal do projeto, na qual empreendedores em diferentes estágios de maturidade de suas atividades se envolvem. O Instagram, por privilegiar imagens, será acionado para documentar e promover as atividades em campo nas regiões administrativas, seguindo durante o projeto até sua finalização como o mesmo propósito. Na última fase, após selecionados os empreendimentos participantes, será criado o LinkedIn, de modo a favorecer trocas de conteúdos profissionais, focados nos setores da economia criativa apoiados pelo projeto e empoderando os participantes para que se fortaleça a comunicação entre eles. Terá como marco final o evento de apresentação dos cases desenvolvidos pelo projeto nos três setores da economia criativa contemplados.

A comunicação será responsável pela redação, revisão e distribuição dos conteúdos, em articulação com a mobilização e outros profissionais do projeto. Auxiliará também na revisão e finalização das cartilhas digitais, que sistematizam conteúdos das diversas etapas para os públicos diretamente envolvidos e demais públicos de interesse. Responsável pelo conteúdo e aprovação de layout de peças gráficas e do site do projeto.

1.1.5. Articulações Institucionais

As articulações para mobilizar parceiros buscarão as instituições constantes do item IX deste documento, tendo como primeiro objetivo buscar parceiros para ampliação dos recursos financeiros e outros recursos e insumos a fim de majorar as metas estabelecidas neste Plano de Trabalho. Destacamos como parceiro prioritário o Sebrae que possui projeto voltado para a economia criativa em andamento e que já manifestou interesse em firmar parceria com o projeto Território Criativo. A parceria do Sebrae possibilitará o acesso ao banco de pareceristas e o incremento de recursos. Outra parceria prioritária são as instituições de ensino superior que possuem cursos nas áreas do audiovisual, música, design e outras correlatas a economia criativa. As parcerias poderão prover novos recursos financeiros ou de insumos que possibilitem a economia de recursos para despesas previstas. As parcerias serão sempre firmadas em acordo e com a anuência da Secretaria de Cultura do DF no que se refere ao objeto do projeto Território Criativo.



| | |
|-------------|---------------|
| Folha nº | 80 |
| Processo nº | 15000034/2012 |
| Rubrica | 230093-7 |

Fase 1.2: Mobilizações

Atividades:

1.2.1. Identificação e contratação dos Conectores Criativos

Este item se refere a identificação e contratação de 7 agentes de articulação, que residam em uma das cidades que compõem a macrorregião, com atuação no campo da cultura e que tenham conhecimento dos territórios, assim como dos principais entes e agentes criativos que nela trabalham e/ou residem.

1.2.2. Engajamento das Regiões Administrativas

Administradores regionais e gerentes de cultura das regiões administrativas serão convidados a participar da mobilização de empreendedores e agentes criativos para as oficinas de sensibilização e apresentação do projeto. As ações de mobilização estão detalhadas no item VIII, Plano de Articulação Territorial e Setorial.

1.2.3. Mobilização dos Conselhos de Cultura

Os Conselhos Regionais de Cultura (CRCs), Conselho de Cultura do DF (CCDF) e Conselho de Economia Criativa do DF, serão convocados por meio de envio de mailing, divulgação em redes sociais, participação em reuniões ordinárias e contatos telefônicos a participarem da mobilização de empreendedores e agentes criativos para as oficinas de sensibilização e apresentação do projeto.

1.2.4. Levantamento de lideranças formais e informais nas RAs

Serão procuradas as lideranças das atividades aderentes ao projeto, com foco nas áreas estratégicas indicadas pela Secretaria de Cultura do DF. Esta ação se dará por meio dos Conectores Criativos e está descrita no item 1.3.2.

Fase 1.3. : Início das Atividades Espaço BNB

Atividades:

1.3.1. Apresentação do projeto

Solenidade de apresentação do projeto para os membros dos conselhos do DF (CRCs, CCDF, CONCEC-DF), lideranças culturais das cidades, entes, agentes e empreendedores culturais no Espaço do Projeto Território Criativo no térreo da Biblioteca Nacional de Brasília. Neste evento serão apresentadas às lideranças o espoco da política da economia criativa a ser desenvolvida pela Secretaria de Cultura, o projeto Território Criativo, a equipe encarregada pelo projeto e conceitos sobre a economia criativa. Os participantes serão estimulados para apresentarem suas contribuições à política e ao uso do espaço do projeto na BNB.

1.3.2. Treinamento dos Conectores Criativos das RAs (BNB)

Atores fundamentais do processo de engajamento e articulação com as regionais, os sete Conectores Criativos responsáveis pelas respectivas macrorregiões do DF serão os primeiros a participar de uma oficina de seis horas. Durante a mesma serão apresentados a política cultural do GDF; o projeto Território Criativo; a equipe responsável pela realização do mesmo; a estruturação da rede dos conectores e agentes; conteúdo de alinhamento versando, como eixos macro, sobre economia criativa, negócios, territórios criativos e empreendedorismo. Ademais do compartilhamento da lógica do projeto e das atividades, será também desenvolvido um debate com os participantes, a fim de levantar suas opiniões e sugestões acerca da melhor forma de impactar o projeto no território e, complementarmente, acordar os próximos passos. Complementarmente, os Conectores Criativos serão convidados a visitar o espaço da BNB, sede do projeto, de forma a poderem apresentar sua proposta de ocupação, bem como opinar acerca de como mais bem aproveitar a BNB como polo de atração dos empreendedores criativos do DF.

1.3.3. Oficina para *prospects* e parceiros (BNB)

Uma vez que a articulação de *prospects* e parceiros será nuclear para a mais eficiente consecução dos objetivos do plano, será oferecida uma oficina de 4 horas para potenciais representantes de instituições que venham a se somar ao projeto, sob os mais diversos recortes, a exemplo de parceria na realização das atividades, financiamento de ações específicas, respaldo ao projeto junto a comunidades de interesse, divulgação junto a canais e veículos prioritários. Durante a oficina serão apresentados os eixos principais da política cultural do GDF; os objetivos e a estruturação do projeto Território Criativo; a composição da equipe; um alinhamento conceitual quanto aos temas trabalhados e as oportunidades de parceria. Os participantes também serão convidados a opinar acerca do desenvolvimento do projeto e a sugerir potenciais pontos de sinergia e convergência com projetos e objetivos de suas instituições, bem como a oferecer suas impressões a respeito de como mais bem aproveitar o espaço na BNB.

4.2. Ciclo de Formação

Público: empreendedores e agente e empreendedores, de todos os setores criativos das Regiões Administrativas.

Objetivo: Lançamento do projeto para o público-alvo do projeto e mobilização dos agentes culturais para importância do desenvolvimento da economia criativa e

ações de capacitação em maior escala para empreendedores em fase inicial de organização ou agentes em vias de se formalizar como empreendimentos. Os conteúdos estão voltados, portanto, para o desenvolvimento de competências ligadas ao empreendedorismo e estruturação de negócios.

Fase 2.1: Lançamento do projeto para Público-Alvo

Atividade:

2.1.1. Sensibilização sobre a política, o projeto e o tema da economia criativa (14 RAs)

Tendo em vista que as administrações regionais, os membros dos Conselhos Regionais de Cultura e representantes dos espaços culturais das RAs serão por um lado peças importantes para a boa realização do projeto e, por outro, radares de percepção e leitura dos contextos do território, será realizada para um espectro amplo de agentes criativos, uma oficina de sensibilização em cada uma das catorze RAs. A primeira parte, de duas horas, oferecerá um conteúdo básico acerca da política cultural do GDF; dos objetivos e da estruturação do projeto Território Criativo; e um alinhamento conceitual acerca de economia criativa, território e empreendedorismo. Embora inicialmente expositiva, a interação com os participantes será estimulada ao longo de toda a oficina, em especial ao longo da hora e meia seguinte à apresentação do conteúdo, quando o público participante (estimado em ao menos 20 pessoas por oficina) será dividido em dois grupos de atividades, para o mapeamento das lacunas de conteúdo e percepções, em uma contribuição importante para o desenvolvimento das fases seguintes. A cada grupo serão colocadas ao menos duas questões específicas atinentes aos empreendedores e ao contexto da economia criativa no território. Ao final desse debate os grupos se reunirão para que os próprios participantes apresentem o resultado de sua análise e cruzem suas percepções.

Fase 2.2.: Capacitação aberta em empreendedorismo e gestão de negócios criativos

Atividades:

2.2.1. Seleção de capacitadores (BNB)

Considerando-se que a capacitação prevista na fase seguinte será em parte oferecida por capacitadores credenciados, será dedicada especial atenção à seleção dos mesmos, obedecendo dois recortes. Em primeiro lugar serão considerados profissionais com formação e experiência afins ao projeto, conforme os eixos temáticos principais previstos neste plano e ratificados na

etapa 3.2.3. Em segundo lugar serão privilegiados os profissionais experientes no trato com empreendedores potenciais e, sempre que possível, com alguma familiaridade profissional com distintas RAs.

2.2.2. Treinamento dos capacitadores

Uma vez selecionados, os capacitadores participarão de uma oficina de oito horas, durante a qual serão convidados a se apresentar e, em seguida, lhes serão expostos a política cultural do GDF; a inserção do projeto Território Criativo em seu contexto; os objetivos e a estrutura do plano; as temáticas e o alinhamento conceitual propostos. Será dedicada especial atenção à orientação do processo de capacitação, bem como a um debate com os participantes para que possam sugerir eventuais ajustes e/ou complementações pontuais na forma e/ou no conteúdo que será oferecido. Também serão consideradas as sugestões colhidas nas oficinas realizadas nas RAs e dos parceiros consultados anteriormente.

2.2.3. Oficinas para Empreendedores (RAs)

Com duração de 24 horas, as oficinas oferecidas ao público empreendedor (formais ou informais, atuantes ou potenciais, de qualquer setor criativo) das RAs serão divididas em três dias sequenciais. Em todos eles a dinâmica será expositiva e interativa, entendendo que o processo da oficina será não apenas de promover uma expansão de horizonte de visão sobre o contexto criativo e compartilhamento de ferramental básico de empreendedorismo criativo junto aos participantes, mas também de entendimento do contexto a partir dos mesmos, por meio da manifestação de suas visões e relatos de sua experiência no universo do empreendedorismo criativo. Ao longo do primeiro dia será apresentado um leque de conteúdos que comporão o pano de fundo da compreensão do empreendedorismo criativo, a exemplo da importância do talento criativo em um novo contexto mundial e regional; o que significa economia criativa, no conceito e na prática; o que caracteriza um território criativo; como o empreendedorismo pode promover o desenvolvimento nesse território. Para estimular a participação de todos e promover trocas de leituras e experiências será promovido um debate, após o qual serão expostos temas de importância fulcral para qualquer empreendedor: criação e gestão de marca e posicionamento; estratégias de comunicação, conteúdos e experiências; introdução ao design *thinking* e a processos de inovação; e direitos de propriedade intelectual, encerrando o dia com novo debate. Os dois dias seguintes, que contarão com a capacitação de profissionais e já treinados na etapa 3.2.5, focarão no compartilhamento de conteúdos e instrumentos voltados à gestão de



| | |
|-------------|----------------|
| Folha nº | 882 |
| Processo nº | 150000139/2014 |
| Rubrica | 3 |
| M. | 233093-E |

negócios, apresentando e estimulando o debate em torno de temas, a título ilustrativo, como plano de negócios; portfólio de produtos e serviços; gestão financeira; gestão de pessoas; transações comerciais; atendimento ao cliente; gestão de projetos; e empreendedorismo e inovação, dentre outros que serão afinados e/ou ajustados a partir das demandas e necessidades observadas nas etapas anteriores do projeto. No decorrer especialmente dos dois últimos dias serão levantadas as maiores lacunas e os interesses mais salientes que pautarão a seleção dos temas a serem abordados nas consultorias a serem realizadas em cada RA.

Fase 2.3.: Ciclo de Consultorias nas RAs

Atividades:

2.3.1. Alinhamento dos consultores (BNB)

Uma vez detectados os temas a serem trabalhados na consultoria de trinta horas por RA, podendo ser adaptados o conteúdo e distribuição de carga horária a partir do identificado nas oficinas iniciais, serão selecionados consultores que atuaram nos atendimentos individualizados. Assim como na etapa de seleção de capacitadores, serão privilegiados consultores que tenham não apenas familiaridade com os temas abordados, mas também com o público em questão e experiência, idealmente, com distintas regiões administrativas. Para garantir um alinhamento de olhares será realizada uma reunião presencial de briefing com os consultores selecionados.

2.3.2. Mutirão com consultores selecionados (RAs)

Encerrando o Ciclo de Formação, será realizado um mutirão de 420 horas de consultoria nas RAs (30 horas por RA selecionada), de modo a suprir lacunas específicas de cada empreendedor criativo que tiver participado do processo de formação para empreendedores, objeto do item 3.2.6 e oferecer assistência técnica de lacuna identificada ao longo da atividade 2.2.3, indicando inclusive eventuais instituições e/ou formas de continuar sua maturação profissional no setor de interesse.

4.3. Ciclo de Aceleração

Objetivo: oferecer aos empreendimentos estruturados a possibilidade de acesso a processos formativos, mentorias e processos de conexão com mercados e investidores que permitam a alavancagem de seus negócios por meio de instrumentalização técnica especializada ou por assistência técnica focada no acesso ao mercado e inovação.

Público: empreendimentos já atuantes especificamente nos setores de música, audiovisual e design com uma ideia de produto ou serviço criativo inovador em suas áreas de atuação, de qualquer RA do DF.

Fase 3.1.: Curso para 15 negócios em música, audiovisual e design

Atividades:

3.1.1. Desenvolvimento do Ciclo de Aceleração

Tendo em vista que os três setores criativos priorizados pelo projeto Território Criativo (audiovisual, música e setores do design) possuem cadeias econômicas com especificidades, potencialidades e desafios individuais, será priorizada parceria com instituições que disponham de corpo técnico qualificado a realizar processos de capacitação e mentoria nos setores criativos apontados ou especialistas com notória atuação nestes setores. Os critérios básicos de seleção serão competência profissional, experiência técnica, portfolio de atuação prática, reconhecimento no mercado e potencial para gerar a divulgação dos empreendimentos criativos selecionadas nos mercados em questão.

3.1.2. Call para proposição de negócios em música, audiovisual e design

Com vistas a selecionar os cinco empreendimentos criativos com maior potencial para desenvolver produtos ou serviços inovadores nas indústrias apontadas, será realizada uma chamada aberta, tendo por critérios adequação ao edital, clareza da proposta, factibilidade do negócio, viabilidade do negócio e caráter inovador do negócio, além de demais itens que comporão as especificações formais do edital, incluindo a formalização do empreendimento. A candidatura dos empreendimentos se dará mediante envio do formulário preenchido, necessariamente acompanhado de vídeo e realização pitch. A pré-seleção se dará pelo cumprimento das questões especificadas para habilitação na chamada e a distribuição dos candidatos dentre o corpo de jurados respeitará a exigência de que cada candidato seja avaliado por dois jurados. A composição do júri será formada por banca avaliadora com representantes técnicos do projeto, parceiros especialistas.

3.1.3. Curso para Empreendimentos Setoriais (BNB)

Cada um dos cinco empreendimentos criativos selecionados para os três setores criativos apontados (música, audiovisual e setores do design), perfazendo quinze empreendimentos, poderá indicar até três participantes para o curso de 60 horas que lhe será oferecido pela instituição parceira. Muito embora cada curso tenha por mote questões específicas do setor,

Rosete

sempre que possível serão realizadas aulas conjuntas para discussão de temáticas comuns (e.g. direitos autorais) e demais atividades que permitam network entre os empreendimentos, ao longo do curso. As aulas serão expositivas e interativas, buscando fomentar um processo de aplicabilidade prática do conteúdo, a cada sessão.

Fase 3.2.: Oficina de design thinking para prototipagem do negócio

Atividade:

3.2.1. Oficina de Design *Thinking* para prototipagem do negócio (BNB)

Nesta etapa serão realizadas três oficinas de 16 horas cada, uma por indústria criativa. Cada oficina prevê a participação de 5 empreendimentos de cada setor criativo com, no mínimo, 2 (dois) participantes por empreendimento num total de 15. O programa é composto por 4 etapas: imersão, análise, ideação e prototipagem e tem como objetivo a definição clara e objetiva da proposta de valor dos negócios bem como o detalhamento das proposições por meio de protótipos. Nas etapas de imersão e análise os participantes serão estimulados a buscar e estruturar informações e entendimentos específicos sobre a área que pretendem atuar e nas etapas seguintes, com base nas informações adquiridas, deverão efetivamente criar e prototipar a proposta do próprio negócio, seja um produto ou serviço. O processo será finalizado com uma apresentação de cada empreendimento para os outros grupos, possibilitando colaboração, trocas e sugestões entre os participantes.

Fase 3.3.: Mentorias

Atividade:

3.3.1. Mentoria de negócios (BNB)

De modo a aprofundar temas do circuito formativo do ciclo de aceleração e aprimorar a modelagem do negócio realizada no item 3.3.4, será realizado um processo intensivo de mentoria com agentes de referência no mercado de atuação do empreendimento. Cada um desses empreendimentos terá acesso a 30 horas de mentoria, presenciais e/ou a distância, oferecidas por consultores credenciados e selecionados por sua expertise nas nos temas centrais relacionados ao negócio atendido e ao seu mercado de atuação. Ao final do processo de mentoria cada empreendimento receberá complementarmente um orientação de uma hora com foco na estruturação

da apresentação do negócio que será realizada na última atividade que compõe o ciclo de aceleração, referente à realização de pitch de treinamento com especialistas nas áreas, investidores e convidados.

Fase 3.4.: Ciclo de diálogos abertos com os empreendimentos selecionados

Atividade:

3.4.1. Apresentação dos casos pelos empreendedores

Uma vez tendo realizado as atividades formativas e de mentoria do ciclo de aceleração, os empreendimentos acelerados compartilharão suas experiências e aprendizados nas RAs (uma por macrorregião), de modo a inspirar novos empreendedores e oferecer uma devolutiva da continuidade do projeto Território Criativo nas várias localidades do DF. Para tanto, serão organizadas sessões de uma hora e meia em cada uma das sete RAs, tendo a participação de representantes de três, dentre os quinze empreendimentos, bem como a abertura para debate com o público local.

Fase 3.5.: Rodada de pitching dos empreendimentos acelerados

Atividade:

3.5.1. Demo Days Setoriais

Como forma de encerramento do projeto Território Criativo será realizado um encontro aberto na BNB, para convidados (formadores de opinião, representantes de instituições interessadas, imprensa, eventuais investidores públicos ou privados, especialistas dos setores) durante o qual os empreendimentos que tiverem finalizado o processo apresentarão seu negócio, em uma sequência de pitches. A atividade terá continuidade em um debate com o público presente e será fechada por representante da Secretaria de Cultura, conformando uma atividade estimada em cinco horas. O detalhamento da atividade está descrita no item VI do presente Plano de Trabalho.

Rosene

5. QUADRO GERAL DE ATIVIDADES

Folha nº 884
Processo nº 83000034/2014
Rubrica 23303B-5

| Ciclos | Fase | Atividade | Ação | Indicador | Meta | |
|---------------|---|---|---|---|--|---|
| 1. PREPARAÇÃO | 1.1 Preparação para implementação da atividades | 1.1.1 Contratação da Equipe Terceiro Criativo | Contratar equipe inicial | Contratos | Equipa de 11 colaboradores conforme convênio com o MFC e no mínimo 03 integrantes da equipe complementar | |
| | | 1.1.2 Estruturação do funcionamento espaço BNB | Selecionar espaço / transferir de funcionamento da BNB | Resultado | Acordo estabelecido com equipe necessária ao funcionamento do espaço | |
| | | 1.1.3 Desenvolvimento do modelo de gestão e ocupação Espaço BNB | Desenvolvimento de modelo Realção de Planejamento | Modelo Resultado | Desenvolvimento de 1 modelo Realização de Resulto | |
| | | 1.1.4 Implementação do Plano Comunicação | Criação de position paper (Q&A) Elaboração de release inicial Criação de página FB | Descrição no Plano de Comunicação | 12 entidades contactadas 6 reuniões realizadas | |
| | | 1.1.5 Articulação Institucional | Desenvolvimento de parcerias institucionais e educacionais Identificação de potenciais fontes adicionais de recursos | Contato Resultado | 12 entidades contactadas 6 reuniões realizadas | |
| | | 1.2 Mobilizações | 1.2.1 Identificação e contratação dos Gestores Críticos | Identificação e contratação de 7 pessoas residentes em macro-região ibariteira. | Contratos | Contratação de 7 pessoas residentes nas RAs |
| | | 1.2.2 Engajamento das Regiões Administrativas | Elaboração de um plano estratégico de articulação nas RAs Convite do Secretário de Cultura aos CRAs, administrações regionais e gerentes de cultura. | Plano estratégico com metas e indicadores por RA Convites | 1 arquivo 23 convites e administrações convidadas | |
| | | 1.2.3 Mobilização dos Conselhos de Cultura | Envio de mailing para os Conselheiros regionais de Cultura Convite telefônico bem de representantes ou representantes dos CRAs. | E-mails - doc excel Lista de Conselhos - doc excel | 240 Conselhos contatados via email 70 conselheiros contatados por telefone | |
| | | 1.2.4 Levantamento de demandas formais e informais nas RAs | Lista com 5 lideranças formais ou informais por RA Lista com 10 representantes (CNPJ) por RA | Lista de Contatos - doc excel Lista de Contatos - doc excel | 70 lideranças contactadas 140 CNPJs contatados | |

| Ciclos | Fase | Atividade | Ação | Indicador | Meta | Hora Preparação | Horas Realização | Quant. | Horas Totale Preparação | Horas Totale Realização | Horas Realizadas nas RAs | | |
|--|---|---|---|--|--------------|-----------------|------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|---|---|
| 1. PREPARAÇÃO | 1.3 Início das Atividades Espaço BNB | 1.3.1 Apresentação do Projeto | Mobilização dos CRCs e parceiros para o engajamento e apoio na divulgação e realização do Projeto | Arquivo em excel com a planilha dos Contatos e parciais concluídos | 1 arquivo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | | | 1.3.1.1 Apresentação do Projeto | Número convidados | 70 pessoas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Solenidade (BNB) | Apresentação do Projeto / Coquetel (Secult) | 1 atividade | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Lista de presença | Representantes de ao menos 7 RAs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Divulgação no Mapa das Nuvens | 1 divulgação | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Divulgação em Facebook | 1 post com imagem | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Preparação de materiais | Arquivo PPT com material a ser ministrado | 1 arquivo | 12 | 12 | 0 | 0 | 1 | 12 | 0 | 0 |
| | | | Número de inscritos | 7 pessoas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Oficina ministrada ao longo de seis horas | 1 oficina | 6 | 6 | 1 | 0 | 6 | 1 | 0 | 6 | 0 |
| | | | Lista de presença | Representantes de ao menos 7 RAs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Oficina | Questionário de percepção e satisfação | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | 1.3.2 Treinamento dos Conectores Criadores das RAs (BNB) | Divulgação no Mapa das Nuvens | 1 divulgação | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Divulgação em Facebook | 1 post com imagem | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Visita ao espaço | Visita | 1 visita | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | Consolidação das outputs da visita | Relatório sistematizado | 1 relatório | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Preparação do material | Arquivo PPT com material a ser ministrado | 1 arquivo | 12 | 12 | 0 | 0 | 1 | 12 | 0 | 0 | | | |
| Número de inscritos | 10 pessoas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Oficina ministrada ao longo de seis horas | 1 oficina | 4 | 4 | 1 | 0 | 4 | 1 | 0 | 4 | 0 | | | |
| 1.3.3 Oficina para prospects e parceiros (BNB) | Lista de presença | Representantes de ao menos 6 instituições | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | |
| Oficina | Questionário de percepção e satisfação | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Divulgação no Mapa das Nuvens | 1 divulgação | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Divulgação em Facebook | 1 post com imagem | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Visita ao espaço | Visita | 1 visita | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Consolidação das outputs da visita | Relatório sistematizado | 1 relatório | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | |

Rosel

Folha nº 885
Processo nº 180000134/2014
Rubrica 233036

| Ciclos | Fase | Atividade | Ação | Indicador | Meta | Hora Preparação | Horas Realização | Quant. | Horas Totais Preparação | Horas Totais Realização | Horas Realizadas nas RAAs |
|--------------------|------|-----------|--|---|-----------------------------------|--|------------------|--------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 2. FORMAÇÃO | | | Preparação do material | Arquivo PDF com material a ser ministrado | 1 arquivo | 5 | | 1 | 5 | 0 | 0 |
| | | | Abertura do Espaço BNB para o público (workshop) | Lista de presença | 1 arquivo | | | | 0 | 0 | |
| | | | Mobilização e preparação de apresentadores para o projeto Regional Espelhos Culturais e CRGs afinados das fases 2 e 3 para a realização das atividades | Preparação de Espaço para a apresentação dos apresentadores | 14 espaços confirmados | | | | 0 | 0 | |
| | | | | Lista de presença | Até menos 10 participantes por RA | | | | 0 | 0 | 0 |
| | | | | Divulgação no Mapa das Novas | 1 divulgação | | | | 0 | 0 | 0 |
| | | | | Questionário de percepção e satisfação | Questionário | | | | 0 | 0 | 0 |
| | | | | Divulgação em Facebook | 1 post com imagem por RA | | | | 0 | 0 | 0 |
| | | | | Apresentação | 2 hora por RA | | | | 14 | 0 | 28 |
| | | | | Realização do trabalho em grupo (1) | Situação de hora e meta | | | | 14 | 0 | 21 |
| | | | | Realização do trabalho em grupo (2) | Definição de hora e meta | | | | 14 | 0 | 21 |
| | | | | Cruzamento de conteúdos entre grupos | Apresentação | Checklist de ao menos duas questões por cada grupo | | | 14 | 0 | 14 |
| | | | | Consolidação de outputs | Telação | 1 resumo por RA | | | 14 | 58 | 0 |
| | | | Criação de portfólio de cartilha digital | Arquivo digital | 1 arquivo | | | 1 | 8 | 0 | 0 |

| Ciclos | Fase | Atividade | Ação | Indicador | Meta | Hora Preparação | Horas Realização | Quant. | Horas Totais Preparação | Horas Totais Realização | Horas Totais Realização nas RAs | |
|--|---|--|--------------------------------|--|---|---------------------------|---------------------|--------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|--|
| 2. FORMAÇÃO | 2.2 Capacitação aberta em empreendedorismo e gestão de negócios criativos | 2.2.1 Seleção de capacitadores (BIB) | Seleção | Desenho dos critérios | Lista de critérios definidos | 5 | | 1 | 5 | 0 | 0 | |
| | | | | Briefing para a instituição parceira apresentar os candidatos | Briefing | 4 | | 1 | 4 | 0 | 0 | |
| | | | | Seleção dos capacitadores | Lista formalizada | 8 | | 1 | 8 | 0 | 0 | |
| | | | | Convites | Cópia do convite formal para ao menos cinco pessoas | | | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | Material preparado | 1 envelope | 12 | | 1 | 12 | 0 | 0 | |
| | | | | Oficina ministrada | 1 oficina | | | 3 | 3 | 0 | 0 | |
| | | | | Lista de presença | Ao menos 5 participantes | | | 1 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | Divulgação no Mapa das Nuvens | 1 divulgação | | | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | Divulgação em Facebook | 1 post com imagem | | | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | | | | 2.2.2 Treinamento de capacitadores - alinhamento conceitual e programático (BNE) | Preparação do material | Convite para participação | 14 convites formais | | | | | |
| | Negociação do espaço | 14 espaços confirmados | | | | | | | | | | |
| | Marcação da data | 14 datas confirmadas | | | | | | | | | | |
| | Oficina ministrada | 14 oficinas | | | | | 8 | 14 | 0 | 112 | 112 | |
| | Oficina ministrada | 14 oficinas | | | | | 20 | 14 | 0 | 280 | 280 | |
| | Lista de presença | 14 listas | | | | | | | | | | |
| | Fornecimento para o empreendedor | 1 descritivo de necessidade para cada empreendimento | | | | | | | | | | |
| | Questionário de percepção e satisfação | Questionário | | | | | | | | | | |
| | Divulgação no Mapa das Nuvens | 14 divulgações | | | | | | | | | | |
| | Divulgação em Facebook | 14 posts com imagem | | | | | | | | | | |
| | 2.2.3 Oficinas para Empreendedores (RA) | Realização das oficinas | Releitura de divulgação | Arquivo com releitura | | | | | | | | |
| Arquivo digital | | | 1 arquivo | 24 | | 1 | 24 | 0 | 0 | 0 | | |
| Realização da reunião | | | Lista de participantes | | | | | | | | | |
| Número de RAs atendidas | | | 14 RAs | | | | | | | | | |
| Número de horas de atendimento | | | 420 horas | | | 30 | 14 | 0 | 420 | 420 | | |
| Lista de participantes | | | 14 listas | | | | | | | | | |
| Questionário de percepção e satisfação | | | 1 Questionário por atendimento | | | | | | | | | |
| Divulgação no Mapa das Nuvens | | | 14 divulgações | | | | | | | | | |
| Divulgação em Facebook | | | 14 posts com fotos | | | | | | | | | |
| Releitura de divulgação | | | Arquivo com releitura | | | | | | | | | |
| 2.3 Ciclo de Consultoria nas RAs | Atendimento | 2.3.1 Alinhamento dos consultores (BIB) | Reunião de briefing | Realização de reunião | Lista de participantes | | | | | | | |
| | | 2.3.2 Atuação com consultores selecionados (RA) | | | | | | | | | | |
| 2. FORMAÇÃO | | | | | | | | | | | | |

Rosely

Folha nº 986
 Processo nº 150000134/2012
 Rubrica 233038

| Ciclos | Fase | Atividade | Ação | Indicador | Meta | Horas Preparação | Horas Realização | Quant. | Horas Totais Preparação | Horas Totais Realização | Horas Realizadas nas EAs | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|--|--|-----------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|---|---|-----|---|---|
| 3.1 Curso para 15 negócios em música, audiovisual e design | 3.1.1 Desenvolvimento do Ciclo de Aceleração | Celebração da parceria com Instituição de ensino ou especializadas | Elaboração do plano de chamada | Contrato | Contrato assinado | 16 | | 1 | 16 | 0 | 0 | | | | | |
| | | | Validação do plano de chamada | Revisão do plano de chamada | 1 texto | | | | | 0 | 0 | 0 | | | | |
| | | | Concepção (3 semanas) | Submissão do arquivo ao Jurídico da Secult Seleção dos três coordenadores setoriais Briefing | Protocolo de envio Normas validadas pela coordenação técnica a pela Secult | | | | | | 0 | 0 | 0 | | | |
| | | | 3.1.2 Call para propulsão de negócios em música, audiovisual e design | Mínimo de atividades de 4hRA pelos Coordenadores Setoriais | Seleção de 15 (5 x 3 setores) empreendedores candidatos com pitching | Desenho do curso de 80 horas x 3 setores | Realização de reunião | Realização de reunião | 16 | 3 | 1 | 0 | 3 | 0 | | |
| | | | | | | Realização das planilhas | 14 listas de presença elaboradas pelos Coord. Setoriais, especificando quatro horas de treinamento | | | | | | | | | 0 |
| | | | | | | Questionário de percepção e satisfação | 1 Questionário por EA | | | | | | | | | 0 |
| | | | | | | Divulgação no Mapa das Nuvens | 14 divulgações | | | | | | | | | 0 |
| | | | 3.1.3 Curso para Empreendimentos Setoriais (BNE) | 3.1.3 Curso para Empreendimentos Setoriais (BNE) | Seleção de 15 (5 x 3 setores) empreendedores x 3 setores x 5 comunidades Secult por setor | Divulgação em Facebook | Divulgação em Facebook | 14 posts com imagem | | | | | | | | |
| | | | | | | Realização de oficina | Arquivo com release | | | | | | | | | |
| | | | | | | Seleção | Lista de selecionados | | | 32 | 1 | 1 | 0 | 32 | 0 | |
| | | | | | | Realização do curso | Listas de presença | | | 80 | 3 | 3 | 0 | 160 | 0 | |
| | | | 3.2 Oficina de design thinking para prototipagem do negócio | 3.2 Oficina de design thinking para prototipagem (BNE) do negócio | Realização das oficinas | Curadoria | Lista de palestrantes | | | | | | | | | |
| Realização das palestras | Listas de presença | | | | | | | | | | | | | | | |
| Divulgação no Mapa das Nuvens | 1 divulgação | | | | | | | | | | | | | | | |
| Divulgação no Facebook | 1 post com imagem | | | | | | | | | | | | | | | |
| Release de divulgação | Lista de valores contatados | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sistemização de conteúdos | 3 cartilhas | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisão dos conteúdos (conferido a forma) | 3 cartilhas | | | | | | | 12 | 3 | 3 | 36 | 0 | 0 | | | |
| 3.2 Oficina de design thinking para prototipagem (BNE) do negócio | 3.2.1 Curso para Empreendimentos Setoriais (BNE) | Realização das oficinas | | | | Aquisição com documento | Aprovação do documento pela Secult | | 4 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | | |
| | | | | | | Material preparado | 1 arquivo | | | | | | | | | |
| | | | | | | Oficinas realizadas | 3 oficinas de 16 horas cada | | | | | | | | | 0 |
| | | | | | | Lista de Presença | 3 listas de presença | | | | | | | | | 0 |
| | | | | | | Protótipagem | Acompanhamento protótipo | | | | | | | | | 0 |
| | | | Questionário de percepção e satisfação | 1 Questionário por oficina | | | | | | | | | 0 | | | |
| Divulgação no Facebook | 1 post com imagem por dia de oficina | | | | | | | | | 0 | | | | | | |
| Release de divulgação | Lista de valores contatados | | | | | | | | | 0 | | | | | | |

6. DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES

| (1.3.2) Treinamento dos Conectores Culturais e agentes das RAAs (BNB) | |
|---|---|
| Público-alvo | Agente culturais com elevada articulação territorial selecionados por ação de mapeamento e ativação da coordenadora de articulação. |
| Objetivo | Oficina para qualificação de agentes (conectores) selecionados para atuação no projeto a fim de auxiliar na mobilização dos empreendedores culturais e aproximá-los do espaço BNB. |
| Descobrimientos esperados | Adesão ao processo formativo e visualização pelo público-alvo do espaço na BNB como referência e suporte para as atividades. |
| Metodologia e Ferramental | Metodologia e Ferramental |
| Roteiro da atividade: | <p>Apresentação da política cultural do GDF</p> <p>Apresentação do projeto Território Criativo como política pública</p> <p>Apresentação detalhada do projeto e da equipe</p> <p>Estruturação de rede dos Conectores e agentes</p> <p>Economia criativa, cultura, desenvolvimento e negócios</p> <p>Territórios, distritos, clusters e cidades criativas</p> <p>Inteligência coletiva e empreendedorismo</p> <p>Visita ao espaço</p> <p>Insights sobre ocupação</p> <p>Devolutiva sobre o projeto e alinhamento dos próximos passos</p> |
| Meta | 7 conexões de capacitação (ICM 100%) |
| Carga horária prevista | 18h |
| Local de realização | BNB |
| Produtos | Lista de presença Mailing de mobilização Pré-diagnóstico sistematizado |
| Conteúdo da ação | |
| (1.3.3) Oficina para prospecta e parcerias (BNB) | |
| Público-alvo | Representantes de instituições prospecta e/ou parceiras descritas no plano de articulação |
| Objetivo | Ao final da atividade espera-se que as instituições mobilizadas tenham compreendido os conteúdos expostos, as políticas e as ações a serem desenvolvidas pelo projeto Território Criativo, possibilitando as parcerias. |
| Descobrimientos esperados | Incremento das ações e atividades por meio de parcerias firmadas. |
| Metodologia e Ferramental | Metodologia e Ferramental |
| Roteiro da atividade | <p>Apresentação da política cultural do GDF</p> <p>Apresentação do projeto Território Criativo como política pública</p> <p>Apresentação detalhada do projeto e da equipe</p> <p>Apresentação do programa de parcerias</p> <p>Economia criativa, cultura, desenvolvimento e negócios</p> <p>Territórios, distritos, clusters e cidades criativas</p> <p>Inteligência coletiva e empreendedorismo</p> <p>Visita ao espaço</p> <p>Insights sobre ocupação</p> <p>Devolutiva sobre o projeto e alinhamento dos próximos passos</p> |
| Meta | 10 instituições mobilizadas e 6 termos de colaboração firmados. (ICM 80%) |
| Carga horária prevista | 16h |
| Local de realização | BNB |
| Produtos | Lista de presença. Mailing de parcerias. Termos de Colaboração |
| Conteúdo da ação | |
| <p>Junto a parte expositiva, os participantes também serão convidados a opinar acerca do desenvolvimento do projeto e a sugerir potenciais pontos de sinergia e convergência com projetos e objetivos de suas instituições, bem como a oferecer suas impressões respeito de como mais bem aproveitar o espaço na BNB.</p> | |

CICLO DE PREPARAÇÃO

| (2.1.1) Sensibilização sobre a política, o projeto e o tema da economia criativa | |
|---|---|
| Público-Alvo Membros dos Conselhos Regionais de cultura e agentes locais da economia criativa | Metas: 14 oficiais de 5,5h (ICM 100%) com média de 20 pessoas por reunião; (ICM 70%) |
| | Carga horária prevista: 154h |
| | Local de realização: 14 RAs |
| Produtos | |
| Lista de presença e relatório por RA. Mailing de mobilização. | |
| Conteúdo da ação | |
| Resultado da atividade Apresentação da política cultural de GDF Harmonização do entendimento de economia criativa e território Trabalhos em grupo para mapeamento das lacunas de conteúdo e percepções/inputs para a Fase 3 Cruzamento de conteúdos entre grupos | Metodologia e Ferramental Embora inicialmente expositiva, a interação com os participantes será estimulada ao longo de toda a oficina, em especial ao longo da hora e meia seguinte à apresentação do conteúdo, quando o público participante (estimado em no máximo 10 pessoas por oficina) será dividido em dois grupos de atividades, para o mapeamento das lacunas de conteúdo e percepções, em uma contribuição importante para o desenvolvimento das fases seguintes. A cada grupo serão colocadas ao menos duas questões específicas alinhadas aos aprendizados e ao contexto da economia criativa no território. Ao final desse debate os grupos se reunirão para que os próprios participantes apresentem o resultado de sua análise e cruzem suas percepções. |

Rosete

Folha nº 888
Processo nº 150000034/2007
Rubrica 3 Matrícula 232693-6

| (22.1) Capacitação dos Capacitadores | |
|--|--|
| Público-álvo | Profissionais habilitados a atuar junto a empreendedores (administradores, economistas, produtores e/ou empreendedores criativos). |
| Objetivo | Propiciar um processo formativo apropriado pelas competências locais e condizente com os ativos territoriais. |
| Desdobramentos esperados | Ter diagnóstico territorial e processo de participação mais qualificados. |
| Conteúdo da ação | |
| Atividade prévia | Inscrição dos agentes culturais a serem capacitados como facilitadores. Apresentação da política cultural do DGF |
| Roteiro da atividade | Apresentação do projeto Território Criativo como política pública Contextualização das lacunas e expectativas levantadas junto às RAs e do perfil dos participantes das oficinas Orientações sobre o processo de capacitação Dúvidas e debate Apresentação resumizada do conteúdo a ser apresentado no dia 1 Dúvidas e debates Apresentação dos demandas colhidas nas atividades nas RAs |
| Meta | 10 profissionais aptos a atuar como facilitadores (100%) |
| Cargas horária prevista | 30h |
| Local de atividade | BNB |
| Produtores | Material didático referencial para capacitação de facilitadores. Registro de inscrições para mailing e análise Relação dos selecionados como facilitadores. |
| Metodologia e ferramenta | |
| <p>Uma vez selecionados, os capacitadores participarão de uma oficina de oito horas, durante a qual serão convidados a se apresentar e, em seguida, lhes serão expostos a política cultural do DGF; a inserção do projeto Território Criativo em seu contexto; os objetivos e a estrutura do plano; as temáticas e o alinhamento conceitual propostos. Será dedicada especial atenção à orientação do processo de capacitação, bem como a um debate com os participantes para que possam sugerir eventuais ajustes e/ou complementações pontuais na forma e/ou no conteúdo das oficinas.</p> | |
| CICLO DE FORMAÇÃO | |

| (2.2.3) Oficinas para Empreendedores (RAs) | | Metodologia e Ferramental |
|--|---|--|
| Público-alvo | Produtores culturais, artistas e demais agentes relacionados aos setores da economia criativa em estágio inicial de desenvolvimento de suas atividades. | <p>14 oficinas em RAs distintas (ICM 100%) com 20 empreendedores (ICM 70%)</p> <p>24h em cada RA</p> <p>1 em cada RA</p> |
| Objetivo | Propiciar a tais agentes (que podem ou não atuar de forma sistemática nos setores), uma experiência organizativa de qualificação sobre sua atividade, levantando-os e ampliando seu trabalho como um potencial negócio criativo. | |
| Desdobramentos esperados | Que os agentes culturais possam visualizar suas afinidades criativas como potenciais negócios criativos. | |
| Conteúdo da atividade | | <p>A dinâmica será expositiva e interativa, entendendo que o processo da oficina será não apenas de promover uma expansão de horizonte de visão sobre o contexto criativo e compartilhamento de ferramentas básicas de empreendedorismo criativo junto aos participantes, mas também de entendimento do contexto a partir dos mesmos, por meio da manifestação de suas visões e relatos de sua experiência no universo do empreendedorismo criativo.</p> |
| Atividade prévia | Seleção dos agentes culturais em cada RA para compor a turma de 15 empreendedores. Apresentação do projeto, objetivos, escopo e oportunidades | |
| Roteiro do dia 1 | Mudanças de mundo e o futuro do trabalho - preparando novos talentos para um mundo em transição Economia criativa - conceito e prática Territórios criativos - como as singularidades criativas podem promover o desenvolvimento Inteligência criativa e empreendedorismo - como cada um de nós pode fazer a diferença Debate Criação e gestão de marca e posicionamento Estratégias de comunicação, conteúdos e experiências Introdução ao design thinking e a processos de inovação Direitos da Propriedade Intelectual Debate | |
| Roteiro do dia 2 | Plano de negócios Portfólio de produtos e serviços Gestão financeira Gestão de pessoas Transações comerciais Atendimento ao cliente Gestão de projetos Empreendedorismo e inovação | |
| Roteiro do dia 3 | | |
| (2.2.2) Reunião com consultores selecionados (RAs) | | Metodologia e Ferramental |
| Público-alvo | Os 15 agentes culturais criativos que fixaram a oficina em Negócios Criativos | <p>14 reuniões com 5 consultores (ICM 100%)</p> <p>420h (2h para cada agente cultural, 30 horas por RA)</p> <p>14 Ras</p> |
| Objetivo | Aprofundar o conhecimento em modelos de negócios criativos dos participantes da oficina tendo como parâmetro temático as demandas e gargalos ferramentais diagnosticados. | |
| Desdobramentos esperados | Que os participantes tenham desenvolvido uma visão de organizacional de suas atividades e que tenham apreendido um ferramental básico de gestão para negócios criativos, entendendo-se como um eixo presente da cadeia produtiva cultural e criativa. | |
| Conteúdo da ação | | <p>Serão privilegiados consultores que tenham não apenas familiaridade com os temas abordados, mas também com o público em questão e experiência. Idealmente, com distintas regiões administrativas. Para garantir um alinhamento de bilhares será realizada uma reunião presencial de briefing com os consultores selecionados.</p> <p>Revezamento de 5 consultores simultâneos em turnos de 6 horas.</p> |
| Atividade prévia | Alinhamentos dos consultores Consultorias estabelecidas de acordo com planejamento Validação dos eixos temáticos, conforme output da fase 2.2.3 Distribuição dos temas por consultar e desenho do revezamento por RA, Disponibilização de duas horas de atendimento por empreendimento. | |
| Roteiro de atividades | | |

CICLO DE FORMAÇÃO

Rozera

| (3.1.3) Empreendimentos Setoriais (BNE) - Seleção | | Produtos |
|---|--|---|
| Público-ativo | Empreendimentos atuantes nos setores de economia criativa: música, audiovisual e design. | Registro das inscrições para mailing e análise |
| Objetivo | Selecionar empreendimentos dos setores priorizados passíveis de aceleração. | Relação dos selecionados para o ciclo de aceleração |
| Desdobramentos esperados | Participação dos empreendimentos selecionados nos processos de aceleração | |
| Conteúdo da ação | | |
| Roteiro da atividade (procedimento de seleção) | <p>Envio pelos candidatos de formulário preenchido (conforme previsto no chamamento), necessariamente acompanhado com vídeo. E realização de pitching.</p> <p>Pré-seleção pela equipe técnica dos projetos que cumpriram as especificações formais do edital.</p> <p>Distribuição dos selecionados dentro o corpo de jurados, respeitando que cada candidato será avaliado por dois jurados.</p> <p>1 representante do SEBRAE 1 representante do SECULT 1 representante da instituição de ensino parceira 1 representante de parcerio institucional 5 representantes da equipe do projeto</p> <p>Adequação ao edital Clareza da proposta Facilidade do negócio Viabilidade do negócio Caráter inovador</p> | <p>5 empreendimentos de cada setor - música, audiovisual e design. (ICM 100%)</p> <p>32h</p> <p>Local de realização Espaço da BNB</p> |
| Composição do júri | | |
| Critérios de seleção | | |
| (3.1.3) Curso para Empreendimentos Setoriais (BNE) | | |
| Público-ativo | Representantes dos empreendimentos selecionados nos três setores prioritários. | Cartilha digital com conteúdos programáticos dos processos formativos |
| Objetivo | Despertar nos participantes uma inteligência comportamental empreendedora e promover uma esfera mais transversal às especificidades de cada setor para a troca de conhecimento e qualificação. | Lista de presença e relatório individualizado |
| Desdobramentos esperados | Que os participantes, ao mesmo tempo, aprimorem seu modo de ação empreendedor e troquem modelos e formatos de ação entre setores. | Certificado |
| Conteúdo da ação | | |
| Roteiro da atividade | <p>Apresentação dos empreendimentos e dos empreendedores, congregando os 15 empreendimentos participantes.</p> <p>Apresentação da estrutura, da metodologia, do corpo docente e das entregas previstas para o curso, conforme o setor.</p> <p>Desenvolvimento do curso, com aulas de conteúdo específico por setor e, sempre que pertinente, intercaladas por aulas comuns aos três setores.</p> <p>Organização de quatro conferências com temas reconhecidos do mercado criativo, congregando os 15 empreendimentos.</p> <p>Realização de encontros ocasionais de atualização de status dos e para os 15 empreendimentos.</p> <p>Apresentação final dos 15 empreendimentos entre si.</p> | <p>Metodologia e ferramenta</p> <p>Os cursos serão oferecidos na BNB, segmentados nos três setores prioritários, porém com aulas presenciais, em lotes de quatro horas diárias, de segunda a sexta-feira, durante três semanas (a confirmar). As aulas serão expositivas e interativas, buscando fomentar um processo de aplicabilidade prática do conteúdo, a cada sessão.</p> |

| (3.2.1) Curso para Prototipagem (BNB) | | Produtos |
|---|---|---|
| Público-alvo | Representantes dos empreendimentos selecionados nos três setores prioritários. | Realizar 15 empreendimentos (ICM 80%) |
| Objetivo | Desenvolvimento de competências em gestão de negócios criativos dos setores prioritários. | Meta 60h |
| Desdobramentos esperados | Ter modelos de negócio criativo prototipados. | Local de realização BNB |
| Conteúdo da ação | | |
| Roteiro da ação | <p>Debates sobre temas dos mercados setoriais.</p> <p>Oficina de design thinking para prototipação.</p> <p>Oficina de plano de negócios.</p> | <p>Metodologia e Ferramental</p> <p>Cada oficina prevê a participação de 5 empreendimentos de cada setor criativo com, no mínimo, 2(dois) participantes por empreendimento. O programa é composto por 4 etapas: Inovação, análise, Ideação e prototipagem e tem como objetivo a definição clara e objetiva da proposta de valor dos negócios bem como o detalhamento das proposições através de protótipos. Nas etapas de Inovação e análise os participantes serão estimulados a buscar e estruturar informações e entendimentos específicos sobre a área em que pretendem atuar a nas etapas seguintes, com base nas informações adquiridas, deverão efetivamente criar e prototipar a proposta do próprio negócio, seja um produto ou serviço. O processo será finalizado com uma apresentação de cada empreendimento para os outros grupos, possibilitando colaboração, trocas e sugestões entre os participantes.</p> |
| CICLO DE ACELERAÇÃO | | |
| (3.4.1) Apresentação dos casos pelos empreendedores | | |
| Público-alvo | Agentes culturais nas RAs mobilizadas. | Meta Apresentar resultado em 7 RAs distintas (ICM 100%) para 120 passagens (ICM 70%) |
| Objetivo | Partilhar esse processo e seus aprendizados em sete RAs (uma por macroregião), de modo a inspirar novos empreendedores e oferecer uma avaliação da viabilidade do projeto também Criativo nas várias localidades do DF. | Carga horária prevista 21h |
| Desdobramentos esperados | Incentivar novas demandas por capacitação e demais ações de desenvolvimento de competências criativas. | Local de realização 7 RAs |
| Conteúdo da ação | | |
| Roteiro da ação | Apresentação de três representantes dos quinze empreendimentos. | Relatório da atividade Lista de presença |
| Metodologia e Ferramental | | |
| Serão organizadas sessões de uma hora e meia em cada uma das sete RAs, tendo a participação de representantes de três, dentro os quinze empreendimentos, bem como a abertura para debate com o público local. | | |
| (3.5.1) Demo-Days Setoriais | | |
| Público-alvo | Formadores de opinião, representantes de instituições interessadas, imprensa, eventuais investidores públicos ou privados, demais empreendedores inscritos na chamada setorial. | Meta 15 pitching (ICM 80%) |
| Objetivo | Proporcionar aos empreendedores a experiência de participar de forma simulada de um pitching para investidores, gerando experiência e uma avaliação de seus negócios. | Carga horária prevista 5h |
| Desdobramentos esperados | Esperar-se o fortalecimento da capacidade de apresentação do negócio. | Local de realização BNB |
| Conteúdo da ação | | |
| Roteiro da ação | <p>Apresentação da banca do pitch.</p> <p>Apresentação das regras aos participantes.</p> <p>Apresentação individual dos empreendimentos e sabatina.</p> <p>Reunião coletiva entre os participantes.</p> | <p>Metodologia e Ferramental</p> <p>Cada apresentação será precedida por apresentação de banca e das regras aos empreendedores. Apresentação dos projetos selecionados com duração de 5 minutos. A apresentação será estruturada pelos membros do empreendimento, com no máximo 3 membros. Poderão ser usados diferentes meios (audiovisual, impressos, etc.). Após a apresentação a banca realizará uma sabatina de até 5 min. Ao final será realizada uma reunião entre todos os participantes, para uma avaliação coletiva.</p> |

Rogério

| (3.1.3) Empreendimentos Setoriais (BNE) - seleção | |
|---|---|
| Público-alvo | Empreendimentos atuantes nos setores de economia criativa: música, audiovisual e design. |
| Objetivo | Selecionar empreendimentos dos setores prioritizados passíveis de aceleração. |
| Desdobramentos esperados | Participação dos empreendimentos selecionados nos processos de aceleração |
| Conteúdo da ação | |
| Roteiro da atividade (procedimento de seleção) | <p>Envio pelas candidatas do formulário preenchido (conforme previsto no chamamento), necessariamente acompanhado com vídeo. E realização de pitching.</p> <p>Pré-seleção pela equipe técnica dos projetos que cumpriram as especificações formais do edital.</p> <p>Distribuição dos selecionados dentro o corpo de jurados, respeitando que cada candidato será avaliado por dois jurados.</p> |
| Composição do júri | <p>1 representante do SEBRAE</p> <p>1 representante da SECULT</p> <p>1 representante da instituição de ensino parceira</p> <p>1 representante de parceira institucional</p> <p>5 representantes da equipe do projeto</p> |
| Crterios de seleção | <p>Adequação ao edital</p> <p>Clareza da proposta</p> <p>Facilidade do negócio</p> <p>Viabilidade do negócio</p> <p>Caráter inovador</p> |
| (3.1.3) Curso para Empreendimentos Setoriais (BNE) | |
| Público-alvo | Representantes dos empreendimentos selecionados nos três setores prioritários. |
| Objetivo | Despertar nos participantes uma inteligência comportamental empreendedora e promover uma esfera mais transversal às especificidades de cada setor para a troca de conhecimento e qualificação. |
| Desdobramentos esperados | Que os participantes, ao mesmo tempo, aprimorem seu modo de ação empreendedor e troquem ideias e formatos de ação entre setores. |
| Conteúdo da ação | |
| Roteiro da atividade | <p>Apresentação dos empreendimentos e dos empreendedores, congregando os 15 empreendimentos participantes.</p> <p>Apresentação da estrutura, da metodologia, do corpo docente e das entregas previstas para o curso, conforme o setor.</p> <p>Desenvolvimento do curso, com aulas de conteúdo específico por setor e, sempre que pertinente, intercaladas por aulas comuns aos três setores.</p> <p>Organização de quatro conferências com nomes reconhecidos do mercado criativo, congregando os 15 empreendimentos.</p> <p>Realização de encontros ocasionais de atualização do status dos e para os 15 empreendimentos.</p> <p>Apresentação final dos 15 empreendimentos entre si.</p> |
| CICLO DE ACELERAÇÃO | |
| Metodologia e ferramental | <p>5 empreendimentos de cada setor - música, audiovisual e design. (ICM 100%)</p> <p>Carga horária prevista: 32h</p> <p>Local de realização: Espaço da BNB</p> <p>Relação dos selecionados para o ciclo de aceleração</p> |
| Metodologia e ferramental | <p>Inscrição via formulário de inscrição, fichas de avaliação (google drive) e vídeo, o material será submetido a análise de jur. específico. Será realizado pitching presencial entre os pré-selecionados. Cada empreendimento terá 5 minutos para apresentar seu negócio com 5 minutos de perguntas pela banca de especialistas.</p> <p>Cartilha digital com conteúdos programáticos dos processos formais</p> <p>Lista de presença e relatório individualizado</p> <p>Carifcado</p> |
| Metodologia e ferramental | <p>Os cursos serão oferecidos na BNB, segmentados nos três setores prioritários, porém com aulas mescladas, em lotes de quatro horas diárias, de segunda a sexta-feira, durante três semanas (a confirmar). As aulas serão expositivas e interativas, buscando fomentar um processo de aplicabilidade prática do conteúdo, a cada sessão.</p> |

Folha nº 870
Processo nº JTC00034/2012
Rubrica 3 Matrícula 2335738

7. PLANO DE COMUNICAÇÃO

| Fase | Atividade | Ação de Comunicação | Indicador | Meta | | |
|---|---|---|--|--|---|----------------------|
| 1.1 Preparação para implementação da atividades Comunicação | 1.1.4 Implementação do Plano de Comunicação | Seleção de Assessoria de Imprensa | Consulta a profissionais da cidade | 1 contrato assinado | | |
| | | Contratação de Assessoria de Imprensa | Reunião de briefing | 1 ata de reunião validada | | |
| | | Briefing Assessoria de Imprensa | Política de fontes resumida | 1 porta-voz institucional Securit e 1 porta-voz Mônico | | |
| | | Definição de fontes de informação para Imprensa | Publicação do site | 1 publicação de site na internet | | |
| | | Desenvolvimento de Site | Documento com alinhamento geral de comunicação | 1 documento com dez perguntas | | |
| | | Criação de Position Paper (FAQ) | Lançamento da Marca | 1 marca 1 manual de aplicação | | |
| | | Criação da marca Território Criativo e desenvolvimento da identidade visual | Criação de grupo WhatsApp com todos os conectors culturais | Acesso dos 7 conectors e coordenadores | | |
| | | WhatsApp | Criação de página e convites para participantes diretos | 1 página | | |
| | | Redes Sociais: Facebook** | Publicação de posts de lançamento do projeto | 5 posts | | |
| | | 1.3 Início das Atividades Espaço BNB | 1.3.1 Apresentação do Projeto | Imprensa** | Criação de release para lançamento do projeto | 1 texto |
| E-mail marketing*** | Supervisão trabalhos de divulgação | | | Interação com Assessoria | | |
| | Distribuição | | | Mailing com 200 jornalistas | | |
| | Follow-up | | | 30 vauculos | | |
| Kit de divulgação para parceiros e rede informal do projeto | Publicação | | | Clipping com 10 matérias publicadas | | |
| | Release + E-mail Mkt + Papas digitais | | | 1 peça enviada para mailings | | |
| | Divulgação | | | Envio para todos os parceiros do projeto | | |
| | Divulgação Mapa das Muxens e Site do Projeto | | | 2 publicações | | |
| 2.1 Lançamento do projeto para Público-Alvo | 2.1.1 Sensibilização sobre a política, o projeto e o tema da economia criativa (Abertura do Espaço BNB e 14 RA's) | | | Redes Sociais: Facebook | Divulgação em Facebook desta etapa do projeto | 1 post com imagem |
| | | | | Revisão e layout cartilha digital | Arquivo digital | 1 arquivo finalizado |

Folha nº 870
Processo nº JTC00034/2012
Rubrica 2 Matrícula 233513-E

7. PLANO DE COMUNICAÇÃO

| Fase | Atividade | Ação de Comunicação | Indicador | Meta |
|--|--|---|---|---|
| 1.1 Preparação para implementação das atividades | 1.4 Implementação do Plano de Comunicação | Seleção de Assessoria de Imprensa | Consulta a profissionais da cidade | 1 contrato assinado |
| | | Contratação de Assessoria de Imprensa | | |
| | | Briefing Assessoria de Imprensa | Reunião de briefing | 1 ata de reunião validada |
| | | Definição de fontes de informação para imprensa | Poplica de fontes resumida | 1 porta-voz institucional Securit e 1 porta-voz técnico |
| | | Desenvolvimento de Site | Publicação do site | 1 publicação de site na internet |
| | | Criação de Position Paper (FAQ) | Documento com alinhamento geral da comunicação | 1 documento com dez perguntas |
| | | Criação da marca Território Criativo e desenvolvimento da identidade visual | Lançamento da Marca | 1 marca 1 manual de aplicação |
| | | WhatsApp | Criação de grupo WhatsApp com todos os conectores culturais | Adesão dos 7 conectores e coordenadoras |
| | | Redes Sociais: Facebook** | Criação de página e convites para participantes diretos | 1 página |
| | | | Publicação de posts de lançamento do projeto | 5 posts |
| 1.3 Início das Atividades Espaço BNB | 1.3.1 Apresentação do Projeto | | Criação de release para lançamento do projeto | 1 texto |
| | | | Supervisão trabalhos de divulgação | Interação com Assessoria |
| | | | Distribuição | Mailing com 200 jornalistas |
| | | | Follow-up | 30 veículos |
| | | | Publicação | Clipping com 10 matérias publicadas |
| | | | E-mail marketing*** | Criação de 1 peça para lançamento |
| | | | Kit de divulgação para parceiros e rede informal de projeto | Release + E-mail Mkt + Peças digitais |
| | | | Divulgação Mapa das Novas e Site do Projeto | Divulgação |
| | | | Redes Sociais: Facebook | Divulgação em Facebook desta etapa do projeto |
| | | | Revisão e layout cartilha digital | Arquivo digital |
| 2.1 Lançamento do projeto para Público-Alvo | 2.1.1 Sensibilização sobre a política, o projeto e o tema da economia criativa (Abertura do Espaço BNB e 14 RAs) | | Envio para todos os parceiros do projeto | 2 publicações |
| | | | | 1 post com imagem |
| | | | | 1 arquivo finalizado |

| Fase | Atividade | Ação de Comunicação | Indicador | Meta |
|---|--|--|--|--|
| 2.2 Capacitação aberta em empreendedorismo e gestão de negócios criativos | 2.2.3 Oficinas para Empreendedores (RAAs) | Divulgação Mapa das Nuvens e Site do Projeto | Divulgação | 2 publicações com conteúdo e calendário |
| | | Redes Sociais: Facebook | Divulgação em Facebook | 1 post geral com imagem e link para calendário das oficinas + álbum de fotos das oficinas realizadas |
| | | Redes Sociais: Instagram | Citação de Instagram | Postagem inicial com link sobre projeto |
| | | Imprensa | Cobertura oficinas no Instagram | 14 postagens com imagens de cada oficina |
| | | Redes Sociais: Facebook | Release de divulgação etapas 3 e 4 (conjunto), por ser o mesmo calendário | 1 texto/divulgação |
| | | Redes Sociais: Instagram | Divulgação em Facebook | 1 post geral com imagem e link para calendário das oficinas + álbum de fotos das oficinas realizadas |
| | | Redes Sociais: Instagram | Cobertura oficinas no Instagram | 14 postagens com imagens de cada oficina |
| | | Revisão e layout cartilha digital | Arquivo digital | 1 arquivo |
| | | Revisão do texto da chamada | Texto da minúcia revisado | 1 texto |
| | | 2.3 Ciclo de Consultorias nas RAAs | 3.1.2 Múdião com consultores selecionados (RAAs) | Divulgação Mapa das Nuvens e Site do Projeto |
| Redes Sociais: Facebook | Divulgação da chamada no Facebook | | | 1 post com imagem e link e 1 post geral com imagem e link para calendário dos plantões + álbum de fotos do plantão realizado |
| Redes Sociais: Instagram | Divulgação da chamada no Instagram | | | 14 post com imagens e link |
| Imprensa | Release de divulgação chamada | | | 1 texto/distribuição |
| E-mail marketing | Citação de 1 peça para divulgação da chamada | | | 1 peça enviada para mailings |
| Inscrição pelo Site do Projeto | Formulário | | | 2 formulários desenvolvidos |
| Divulgação Mapa das Nuvens e Site do Projeto | Publicação dos empreendimentos selecionados | | | 6 publicações com minúbios dos selecionados |
| Redes Sociais: Facebook | Divulgação dos selecionados no Facebook | | | 3 post com imagens com minúbios dos selecionados; 2 post com imagens sobre curso |
| Redes Sociais: Instagram | Divulgação dos selecionados no Insta | | | 1 post com imagem e link para selecionados |
| Redes Sociais: LinkedIn | Criação de canal no LinkedIn com participantes selecionados para os cursos, coordenadores setoriais e coordenadores do projeto | | | 2 textos gerais sobre o projeto + adesão 60% dos participantes |
| 3.1 Curso para 15 negócios em música, audiovisual e design | 3.1.3 Curso para Empreendimentos Setoriais (BMB) (seleção, curso e palestra) | E-mail marketing | Citação de 1 peça para divulgação dos selecionados e 1 peça sobre curso e 1 peça sobre palestra | 3 peças enviadas para mailings |
| | | WhatsApp | Citação de grupo WhatsApp com os empreendedores selecionados | Adesão 60% dos participantes e coordenadores |
| | | Imprensa | 3 Releases: i. divulgação com empreendimentos selecionados; ii. Divulgação sobre curso e iii. Divulgação da palestra | 3 texto/divulgação |
| | | Cartilha digital | Revisão e layout das cartilhas | 3 cartilhas |

Folha nº 89
Processo nº 18000034/2022
Rubrica 2330938

| Fase | Atividade | Ação de Comunicação | Indicador | Meta |
|---|---|---|--|---|
| 3.2 Oficina de design thinking para prototipagem do negócio | 3.2.1 Curso para Prototipagem (BNB) | Redes Sociais: Facebook | Cobertura no Facebook | 1 post com imagem por dia de oficina |
| | | Redes Sociais: Instagram | Cobertura no Instagram | 1 post com imagem por dia de oficina |
| | | Redes Sociais: LinkedIn | Apresentação das atividades | 1 postagem |
| | | Cartilha digital | Revisão e layout das cartilhas | 3 cartilhas |
| | | Imprensa | Release de divulgação | 1 texto/divulgação |
| 3.3 Mentorias | 3.3.1 Mentoria de negócios (BNB) | Redes Sociais: Facebook | Cobertura no Facebook | 1 post com imagem |
| | | Redes Sociais: Instagram | Cobertura no Instagram | 1 post com imagem |
| | | Redes Sociais: LinkedIn | Cobertura no LinkedIn | 1 postagem |
| | | Divulgação: Mapa das Nuvens e Site do Projeto | Divulgação | 2 publicações com calendário do roadshow nas macroregiões |
| 3.4 Ciclo de diálogos abertos com empreendedores selecionados | 3.4.1 Apresentação dos casos pelos empreendedores | Redes Sociais: Facebook | Divulgação em Facebook | 1 post com link para calendário + álbum com fotos das atividades nas macroregiões |
| | | Redes Sociais: Instagram | Divulgação no Instagram | Cobertura com fotos de todas as macroregiões |
| | | Redes Sociais: LinkedIn | Divulgação no LinkedIn | 1 postagem com conteúdo e calendário |
| | | Imprensa | Release de divulgação com todos os empreendedores que concluíram o projeto | 1 texto com imagens/divulgação |
| 3.5 Rodada de pitching dos empreendedores acelerados | 3.5.1 Demo Days Setoriais | Divulgação: Mapa das Nuvens e Site do Projeto | Divulgação | 2 publicações |
| | | Redes Sociais: Facebook | Divulgação em Facebook | 1 post sobre evento + álbum com fotos de cobertura |
| | | Redes Sociais: Instagram | Divulgação no Instagram | Cobertura com fotos do evento |
| | | Redes Sociais: LinkedIn | Divulgação no LinkedIn | 1 postagem sobre o evento |
| | | Imprensa | Convite para jornalistas | 5 jornalistas presentes |

Observações:

- * Site: as métricas de acesso aos conteúdos publicados no Mapa das Nuvens deverão ser fornecidas pela Secult.
- ** Redes Sociais: o trabalho nos canais previstos no projeto (Facebook, Instagram e LinkedIn) será orgânico, ou seja, sem a utilização de mídia paga, o que impossibilita qualquer projeção de audiência. Serão fornecidos relatórios de alcance, Taranos, como meta mínima, a publicação de 1 postagem semanal por canal, na média.
- *** Cada release será distribuído para mailing com mais de 250 veículos (locais e nacionais), terá follow-up de aproximadamente 30 jornalistas e estimativa de 10 publicações. Será fornecido clipping digital.
- **** As newsletters do projeto serão enviadas para mailings fornecidos pelos parceiros, lideranças e agentes culturais e pela Secult. Serão fornecidos relatórios de envio.

8. PLANO DE ARTICULAÇÃO TERRITORIAL E SETORIAL

De acordo com o projeto de lei, LOC – Lei Orgânica da Cultura, os conselhos são instâncias consultivas, deliberativas, de articulação e controle das políticas públicas no DF. No caso desse projeto, manteremos interlocução com o Conselho de Cultura do Distrito Federal e suas instâncias, Comitês Macrorregionais de Cultura e, em especial, os Conselhos Regionais de Cultura.

Assim, esse projeto terá os conselhos como extrato e radar das experiências vividas no território, quase sempre resultantes do ativismo, das experiências empreendedoras, cooperativas e associativas que impulsionam a atividade cultural em sua diversidade.

Além disso, a Sociedade Civil também produz os seus arranjos. Parte da produção intelectual e criativa das cidades é desenvolvida por coletivos, fóruns, artistas e empreendimentos que nem sempre estão ligados aos CRCs das cidades. Por isso a ação dos conectores criativos.

Os conectores criativos são articuladores, residentes nas macrorregiões, que possuem a função de mobilizar e identificar redes, coletivos, artistas, empreendimentos e experiências criativas que extrapolem o limite da RA contemplada e visam um atendimento mais eficaz na macrorregião.

Com relação aos recortes territoriais, optou-se por contemplar duas Regiões Administrativas em cada uma das sete macrorregiões, totalizando portanto 14 RAs, abrangendo assim uma maior diversidade de contextos de ambientes propícios à economia criativa e aos cenários culturais.

As 14 Regiões Administrativas a serem abrangidas pelo projeto, em especial nos processos de mobilização e no ciclo de formação, serão definidas a partir dos cenários identificados nos processos preparatórios de implementação do Território Criativo, em comunicação com as instâncias institucionais e sociais ativadas.

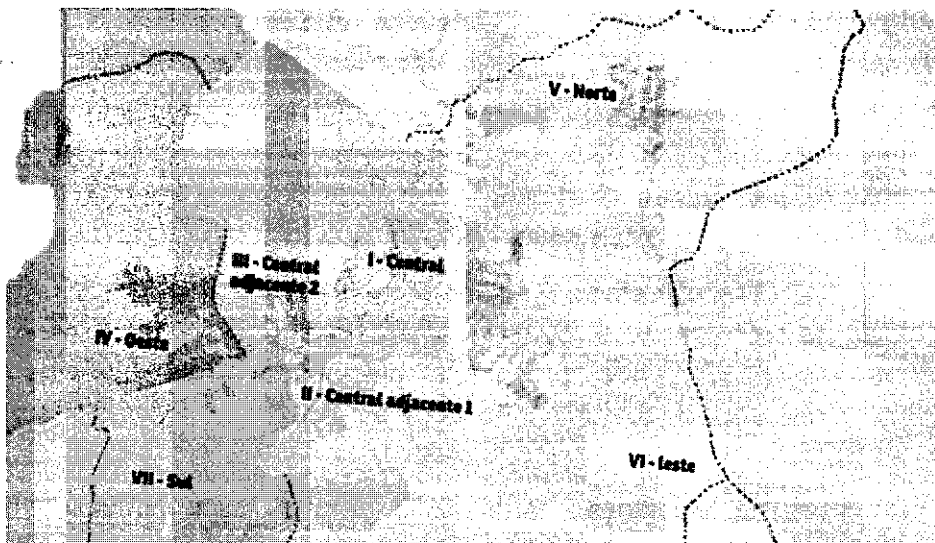
Os processos de articulação territorial e setorial terão como estratégias de implementação:

- a) Promover a criação de redes macrorregionais no campo da economia criativa;
- b) Promover intercâmbio de experiências nas macrorregiões;
- c) Estimular o uso do espaço da Biblioteca Nacional de Brasília para que se converta num embrião de um polo de encontros e troca de experiências entre os empreendedores da região, dada a dificuldade de contarem com espaços propícios a isso e a complexidade logística para que essas trocas ocorram em outros lugares;

- d) Apresentar e enfatizar o uso do Mapa das Nuvens nas macrorregiões, com o objetivo de coletar e formular subsídios para a melhor definição de estratégias de desconcentração territorial;
- e) Estimular o reconhecimento das singularidades dos empreendimentos – e dos potenciais de geração de empreendimentos – de cada macrorregião, intra e entre as mesmas, por meio de um mapeamento a ser realizado durante as atividades e o compartilhamento de seus resultados.
- f) Garantir a participação de empreendimentos que contemplem recortes de gênero, raça, orientação sexual, população rural, pessoas em situação de vulnerabilidade social e pessoas com deficiência, entre outras minorias.

Na dimensão territorial do plano de articulação, partiu-se das Unidades de Planejamento Territorial, desenvolvidas pela CODEPLAN-DF, que organiza o território do Distrito Federal em sete macrorregiões, que serão utilizadas como ambientes de organização dos processos de mobilização e formação do projeto previstos. A seguir, pode-se observar imagem esquemática dessas Unidades.

Macrorregiões (Unidades de Planejamento Territorial)



Fonte: CODEPLAN (Unidades de Planejamento Territorial)

- **Central** (Plano Piloto, Sudoeste / Octogonal, Cruzeiro e Candangolândia)
- **Central-Adjacente 1** (Lago Sul, Lago Norte, Park Way e Varjão)
- **Central-Adjacente 2** (Guará, Núcleo Bandeirante, Riacho Fundo I, Águas Claras, Vicente Pires, SIA e Estrutural).
- **Oeste** (Taguatinga, Samambaia, Ceilândia e Brazlândia)
- **Sul** (Gama, Santa Maria, Recanto das Emas e Riacho Fundo II)

- **Leste** (Paranoá, Itapoã, São Sebastião e Jardim Botânico)
- **Norte** (Sobradinho, Sobradinho II, Fercal e Planaltina).

8.1. Mobilizações (fase 1.2)

A fase de mobilizações, inicia-se de forma incorporada ao ciclo de preparação do projeto, porém suas atividades impactarão, sobretudo, no ciclo de formação e, também, no ciclo de aceleração.

No que tange à formação, tal fase tem por objetivo de articulação mobilizar os diversos campos e segmentos da economia criativa dos territórios sem se ater, exclusivamente, ao público das duas regiões administrativas selecionadas por macrorregião. Qualquer empreendedor da macrorregião poderá se inscrever e participar das atividades do ciclo de formação; em termos operacionais, se as vagas estiverem esgotadas em determinada região, também será permitida a inscrição para a participação em outras macrorregiões numa lista reserva.

Já quando trata-se da aceleração, as atividades de mobilização serão construídas com a participação e sob a orientação dos coordenadores setoriais de formação. Os setores a serem mobilizados serão Música, audiovisual e design. Prospecta-se nesse sentido parcerias com instituições de ensino como UnB, IESB, IFB e Escola de Música de Brasília (EMB), além de entidade de Classe e Organizações da Sociedade Civil.

Para tanto, destacam-se as seguintes atividades:

(1.2.1) Identificação e contratação dos conectores criativos.

Iremos identificar e contratar os 07 (sete) conectores residentes nas macrorregiões contempladas pelo projeto. Conforme exposto acima, as macrorregiões são definidas conforme o Planejamento de Unidades de Planejamento Territorial realizado em 2015 pela CODEPLAN. A seleção dos conectores criativos será feita junto à Secretaria de Cultura e a premissa para esta contratação será a conhecimento do território e a capacidade de articulação destes agentes.

Depois de contratados, os conectores passarão por um processo de sensibilização e qualificação para a atuação no projeto Territórios Criativos. Este processo inclui a apresentação do Programa Território Criativo, estabelecido pela Portaria nº 23, de 02 de março de 2016, sua equipe e o nivelamento de informações, especialmente nos assuntos que se referem ao projeto tais como economia criativa, cultura, desenvolvimento, negócios, territórios criativos, clusters e cidades criativas, entre outros temas de relevância para o projeto.

Os conectores também participarão da visita técnica do espaço e contribuirão com propostas para a sua ocupação. Além disso, cumprirão papel fundamental na



ativação territorial e no ajuste de conteúdos para o ciclo de formação e realizarão o esclarecimento de dúvidas em cada macrorregião com foco na seleção de empreendimentos a ingressarem no ciclo de aceleração.

(1.2.2) Engajamento das RAs e (1.2.3) Mobilização dos Conselhos de Cultura.

A Coordenação de Articulação Institucional, juntamente com os conectores criativos, conselhos e Secult deverão prospectar e firmar parcerias para a realização das atividades previstas neste plano de trabalho como a cessão de espaços e recursos operacionais.

Faz parte ainda, das atribuições dos conectores e da Coordenação de Articulação, todo o apoio a logística e realização dos eventos assim como o recolhimento, organização e entrega de questionários e listas de presença.

(1.2.4) Levantamento de lideranças formais e informais nas RAs.

A partir do processo ampliado de mobilização de agentes culturais, representantes dos Conselhos e do trabalho dos conectores criativos, serão destacados, em cada RA, 5 lideranças e 10 empreendimentos, totalizando um escopo de 70 lideranças e 140 CNPJs diretamente sensibilizados e envolvidos no projeto.

Tais lideranças, além de tangenciarem o conteúdo dos ciclos de formação e aceleração, irão substanciar o plano de ocupação do espaço de referência do projeto situado na Biblioteca Nacional de Brasília.

9. GESTÃO FINANCEIRA E MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

A gestão financeira ficará sob a responsabilidade do Coordenador Administrativo do projeto que seguirá os princípios da administração pública, o disposto na Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014 e no Decreto Distrital nº 37.843, de 13 de dezembro de 2016, e ainda, conforme o exarado neste Plano de Trabalho, o respectivo planejamento financeiro.

A administração dos recursos será compartilhada com a Coordenadora Técnica, a quem caberão a demanda de alocação dos recursos e a identificação das necessidades de pessoal e dos serviços contratados.

Os pagamentos seguirão o cronograma de desembolso desta proposta e serão efetivados por meio de conta(s) bancária(s) específica(s) do projeto contra apresentação de Nota Fiscal que identifique o projeto e o serviço prestado, sendo realizados eletronicamente e diretamente na conta do prestador de serviços para garantir a transparência do fluxo de recursos.

Por tratar-se de ação dinâmica, com inúmeras possibilidades de alcance dos arranjos e conhecimentos gerados, estima-se ser possível sensibilizar instituições

parceiras para, além de contribuições de conteúdo e atividades em comum, participarem com apoio financeiro, mediante mecanismos de patrocínio.

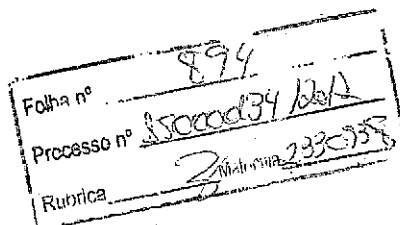
Considerando-se que o valor de referência R\$ 786.200,00, publicado no Edital de Chamamento Público objeto desta proposta, é bastante para a programação inicialmente planejada mas insuficiente para atender às demais iniciativas discutidas e acordadas nas reuniões de ajustamento deste Plano de Trabalho, que visam incrementar o projeto e sustentar o funcionamento das atividades do espaço na Biblioteca Nacional por todo o período, faz-se necessário captar valores complementares.

Assim, em conformidade com o descrito no Anexo II do referido Edital de Chamamento Público, serão buscadas parcerias e patrocinadores que apóiem recursos, mesmo que em produtos e/ou serviços cedidos ou custeados para a realização do projeto, que possam reduzir as despesas previstas e gerar saldo para suprir as demais atividades pendentes de complemento orçamentário e descritas no item XV.

Para as despesas com material de divulgação foi previsto um recurso mensal capaz de produzir impressos diversos em uma estimativa razoável a fim de atender o porte médio das regiões do DF. Não há como prever, antecipadamente, a necessidade específica de divulgação uma vez que as cidades das 7 macrorregiões que receberão as atividades ainda não estão definidas e há grande variação nas populações e tamanho das mesmas. Foi exemplificado uma referência de preços na tabela abaixo, com os custos dos serviços gráficos e material de escritório que poderão ser utilizados. Outros serviços que se fizerem necessários e ainda não previstos somente serão contratados pelos preços referenciais da tabela da Fundação Getúlio Vargas – FGV¹ ou por cotação prévia de três fornecedores distintos.

| Exemplo de Preços tabela FGV - Itens de Escritório e Comunicação | | |
|---|--|----------------|
| Item | Características | Valor Unitário |
| Papel A4 | pacote com 500 unid | R\$20,32 |
| Caneta esferográfica | escrita média | R\$1,23 |
| Cartucho de impressora | preta - jato de tinta | R\$80,22 |
| Banner/faixa adesiva/faixa de lona/saia de palco/testeira/pórtico | Serviço de impressão de lonas de diversos tamanhos - Gigantografias, banners estruturados em metalon, aplicações diversas tais como Totens, testeiras e banner. (preço por M2) | R\$70,36 |

¹ disponível no sítio do FAC-DF na internet, com valores reajustados pelo IPCA conforme orientação da Secretaria de Cultura do DF



| | | |
|------------------|--|-------------|
| Camisetas | Camisetas em malha fria, 67% polyester e 33% em viscose, 4/0 cores, nos tamanhos P/M/G/GG e baby look G, gola em v, meia manga, gravada frente e verso | R\$29,18 |
| Web master | design e criação de sítio na internet | R\$2.000,00 |
| Designer gráfico | prestação de serviço de designer / criação e execução de artes visuais | R\$2.500,00 |

O modelo de tomada de preço é prática usual na administração pública e a devida cotação de preços e o princípio da economicidade são práticas que o IBC utiliza na contratação de serviços e mão-de-obra. Os gastos e contratações serão devidamente documentados durante execução do projeto.

10. PROSPECÇÃO DE PARCEIROS E PATROCINADORES

10.1. Prospecção de Instituições de Ensino para realização de atividades formativas

Para ampliar o alcance do projeto, serão articulados parceiros na busca de incrementar os conteúdos formativos, estruturas para as atividades e apoio institucional. Dentre as possibilidades de instituições atuantes no Distrito Federal que atuam no campo da economia criativa, destacamos:

- IATEC - Instituto de Artes e Técnicas em Comunicação: Solicitação de cessão de cursos, palestras e workshops nas suas especialidades (produção, áudio, vídeo e iluminação).
- IESB Centro Universitário: Cooperação acadêmica
- IFB – Instituto Federal Brasília: Cooperação acadêmica.
- Centro Universitário Projeção: Cooperação acadêmica, apoio institucional e recursos logísticos e de infra-estrutura.

10.2. Prospecção de parceiros para elaboração e divulgação de conteúdos

Na busca de ampliar o alcance da divulgação das atividades e dos resultados gerados, desejamos articular instituições que atuam no campo da economia criativa. Dentre essas, destacamos:

- ABD - Associação Brasileira de Designers de Interiores: Apoio institucional, difusão.
- ABEDESIGN - Associação Brasileira de Empresas de Design: Apoio institucional, difusão.

- ABMI - Associação Brasileira da Música Independente: Apoio institucional, difusão.
- Anonimato.co (Distribuidora digital): Consultoria em soluções de distribuição de músicas e vídeos globalmente, engajamento, convergência e conversão de venda ao mercado digital
- BM&A - Brasil Music & Artes: Exportação da música brasileira. Participação em feiras e festivais internacionais de música
- Design para a Vida: Articulação e difusão.
- FECOMÉRCIO: Parceria institucional para a promoção de negócios e mobilização de recursos.
- Festivais Brasileiros Associados: Pitching e Rodada de Negócios
- Fundação Athos Bulcão: Articulação e difusão
- Online News Association – Brasil: Articulação e sensibilização da mídia
- OpenCity Lab: Cadastramento e difusão de startups criativas do DF
- REC Brasil - Rede de Economia Criativa: Articulação e difusão
- Conselho de Cultura do DF: Apoio na articulação de lideranças e articulações setoriais
- Conselhos Regionais de Cultura: Auxílio aos CRCs na elaboração de um plano de ação para o biênio 2017-2018, no âmbito de suas competências. Levantar indicadores relativos as RAs e suas macrorregiões. Mobilizar entes culturais e empreendimentos criativos.

10.3. Prospecção de espaços para realização de atividades nas RAs

No intuito de gerar economicidade e, ainda, ampliar os parceiros mobilizadores dos agentes empreendedores, serão articulados espaços públicos e privados que possam receber nossas atividades. Dentre eles, destacamos:

- Casa Carlos Mariguela (Planaltina): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Casa do Cantador (Ceilândia): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Casa Frida (São Sebastião): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.

| | |
|-------------|---------------------|
| Folha nº | 895 |
| Processo nº | 150000/34/2012 |
| Rubrica | 3 Matrícula 23893-E |

- Casa Verde (Planaltina): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Centro Cultural Rubem Valentim (Cruzeiro): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Centro de Tradições Populares Boi do Seu Teodoro (Sobradinho): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Cobogó (Plano Piloto): Apoio na comercialização de Produtos e realização de eventos
- Congo Nya - Ponto de Cultura (São Sebastião): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- CUFA-DF - Central Única das Favelas (Ceilândia): Parceria para mobilização e divulgação das ações na periferia.
- Espaço Cultural Semente (Gama): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Espaço Cultural Lábios da Lua (Gama): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Espaço Imaginário (Samambaia): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- FUNARTE-DF (Plano Piloto): Parceria para a realização de atividades formativas, feiras e encontros.
- Fundação Athos Bulcão (Plano Piloto): Articulação e difusão.
- Ocupação Mercado Sul (Taguatinga): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.
- Ruas - Rede Urbana de Ações Socioambientais (Ceilândia): Mobilização de agentes culturais e empreendimentos criativos. Cessão de espaço com estrutura física adequada (salas para oficinas e palestras e sala de *coworking*. Possui computadores e equipamentos audiovisuais).
- Urbanos Observatório (Guará): Apoio na articulação de lideranças. Mobilização de agentes culturais. Cessão de espaços para realização de atividades.

10.4. Prospecção de possíveis patrocinadores para a realização de projetos especiais

Durante o período de realização do projeto, serão consultadas instituições parceiras para incrementar as atividades programadas por meio de patrocínio e/ou apoio a fim de viabilizar os projetos especiais descritos no item XI. Dentre os possíveis parceiros, destacamos:

- Embaixada da França
- Embaixada da Espanha
- Embaixada de Portugal
- SEBRAE-DF
- SEBRAE NACIONAL
- SEBRAE Goiás
- TERRACAP
- BRB
- CCBB
- CAIXA ECONÔMICA
- PETROBRAS

Destacamos a possibilidade de estabelecer uma parceria com o SEBRAE DF que, por sua atuação estratégica no desenvolvimento dos negócios de pequenas e micro empresas com atuação no setor da economia criativa, proporcionaria o acesso a pessoal capacitado resultando em economia nos custos de formação previstos para o projeto e conseqüente saldo para aplicação nas demais ações que necessitam captação.

Além disso, buscaremos inscrever os projetos especiais nos editais de financiamento que forem lançados no período e buscar incentivadores por meio da Lei de Incentivo à Cultura – LIC do Distrito Federal, dentre as empresas que tem relação com o escopo do projeto:

- TIM Celular
- Vivo
- Riachuelo
- Boticário

11. PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO

| Planejamento Financeiro - Previsão de Despesas | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|------------|------------|-----------------------|
| item | agosto | setembro | outubro | novembro | dezembro | janeiro | fevereiro | março | Total do Item | | | |
| Atendente | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 15.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 15.000,00 |
| Atendente | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 15.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 15.000,00 |
| Coordenador de articulação | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 45.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 45.000,00 |
| Coordenador de formação | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 45.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 45.000,00 |
| Coordenador administrativo | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 48.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 48.000,00 |
| Assistente técnico | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 36.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 36.000,00 |
| Assessor de comunicação | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 39.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 39.000,00 |
| Coordenadora técnica | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 93.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 93.000,00 |
| Coord pesquis, benchmark e conteúdo | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 54.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 54.000,00 |
| Coordenadora jurídica | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 7.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 7.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 7.000,00 |
| Coordenadora de design e inovação | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 39.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 39.000,00 |
| Assessor de imprensa local | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 12.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 12.000,00 |
| Secretário Executivo | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 42.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 42.000,00 |
| Conectores culturais | R\$ - | R\$ 6.300,00 | R\$ 6.300,00 | R\$ 6.300,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 18.900,00 | R\$ | R\$ | R\$ 18.900,00 |
| Passagens aéreas | R\$ 800,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 2.400,00 | R\$ 1.600,00 | R\$ 800,00 | R\$ 800,00 | R\$ 800,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 16.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 16.000,00 |
| Hospedagem | R\$ 180,00 | R\$ 5.040,00 | R\$ 4.320,00 | R\$ 720,00 | R\$ 180,00 | R\$ 180,00 | R\$ 180,00 | R\$ 2.520,00 | R\$ 14.560,00 | R\$ | R\$ | R\$ 14.560,00 |
| Auxílio transporte (combustível, taxi e etc.) | R\$ 170,00 | R\$ 2.360,00 | R\$ 2.040,00 | R\$ 680,00 | R\$ 340,00 | R\$ 170,00 | R\$ 170,00 | R\$ 1.190,00 | R\$ 7.650,00 | R\$ | R\$ | R\$ 7.650,00 |
| Locação de espaço - eventos nas RAs | R\$ - | R\$ 3.500,00 | R\$ 3.500,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 600,00 | R\$ 8.400,00 | R\$ | R\$ | R\$ 8.400,00 |
| Material de escritório | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 2.960,00 | R\$ | R\$ | R\$ 2.960,00 |
| Webmaster | R\$ 2.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 2.000,00 | R\$ | R\$ | R\$ 2.000,00 |
| Programador visual | R\$ 2.500,00 | R\$ 1.250,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 3.750,00 | R\$ | R\$ | R\$ 3.750,00 |
| Itens de comunicação (cartaz, banner, etc) | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 6.256,00 | R\$ | R\$ | R\$ 6.256,00 |
| Capacitação | R\$ - | R\$ 27.120,00 | R\$ 49.920,00 | R\$ 38.280,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 9.000,00 | R\$ 127.200,00 | R\$ | R\$ | R\$ 127.200,00 |
| Consultoria | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 42.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 26.000,00 | R\$ 88.500,00 | R\$ | R\$ | R\$ 88.500,00 |
| Total Mensal | R\$ 87.302,00 | R\$ 130.442,00 | R\$ 150.132,00 | R\$ 178.232,00 | R\$ 82.972,00 | R\$ 82.802,00 | R\$ 43.662,00 | R\$ 30.652,00 | R\$ 786.196,00 | R\$ | R\$ | R\$ 786.196,00 |

PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO COMPLEMENTAR

| Plano Complementar | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|--|--|-----------------------|
| Sujeito à captação de recursos adicionais ao projeto | | | | | | | | | | | |
| item | agosto | setembro | outubro | novembro | dezembro | janeiro | fevereiro | março | | | |
| Atendente | | | | | | | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | | | |
| Atendente | | | | | | | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | | | |
| Coordenador de articulação | | | | | | | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | | | |
| Coordenador de formação | | | | | | | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | | | |
| Coordenador administrativo | | | | | | | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | | | |
| Assistente técnico | | | | | | | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | | | |
| Secretário Executivo | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | | | |
| Material de consumo para eventos (filmagem e outros) | | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 500,00 | R\$ 1.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | | | |
| Itens de comunicação (banner, panfletos etc) | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | R\$ 1.200,00 | | | |
| Total mensal | R\$ 2.200,00 | R\$ 4.200,00 | R\$ 4.200,00 | R\$ 4.200,00 | R\$ 2.700,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 45.200,00 | R\$ 44.000,00 | | | |
| Valor a captar | | | | | | | | | | | R\$ 109.900,00 |

12. PROJETOS ESPECIAIS

Com vistas a ampliar o impacto, a projeção e o alcance das atividades desenvolvidas pelo projeto Território Criativo, foram elaborados dois projetos especiais, cuja implementação está condicionada à mobilização de recursos complementares aos estabelecidos como valor de referência inicial para operacionalização do projeto Território Criativo.

Enquanto "Trocando em miúdos" visa a marcar a presença do projeto Território Criativo nos meios digitais, bem como oferecer uma porta de entrada para interessados em economia criativa decodificar seus conceitos básicos e fundantes por meio de miniaulas audiovisuais, o projeto especial "Diálogos Criativos DF-mundo" busca congrega a comunidade criativa na Biblioteca Nacional de Brasília, movida pela oportunidade de ouvir por transmissão em tempo real palestras sob medida com nomes emblemáticos das indústrias criativas, em sua maioria brasileiros com atuação no exterior. Ademais, a gravação das palestras será disponibilizada online, possibilitando assim complementar com riqueza de conteúdo o material de referência que será gerado ao longo do projeto Território Criativo.

12.1. Projeto Especial: "Trocando em miúdos"

Descrição sumarizada da atividade:

Trinta microaulas audiovisuais, explicando, desmistificando e descomplicando conceitos contemporâneos e relevantes para os empreendedores criativos e agentes culturais.

Objetivo e resultados esperados:

- a) Ampliar o horizonte de visão dos empreendedores criativos e agentes culturais.
- b) Contribuir para a sustentabilidade dos empreendimentos culturais e criativos.
- c) Capilarizar o acesso a um conteúdo prático de economia criativa.
- d) Contribuir para ilustrar a economia criativa na prática dos empreendimentos.
- e) Difundir o selo DF Criativo.
- f) Oferecer um legado para o programa Território Criativo.

Conteúdo programático resumido:

1) Economia criativa

- 2) Territórios criativos
- 3) O Futuro do trabalho
- 4) Inteligência coletiva
- 5) Governanças urbanas
- 6) Turismo criativo
- 7) Branding
- 8) Direitos autorais
- 9) Gestão de espaços culturais
- 10) Gestão de eventos culturais
- 11) Espaços de cowork
- 12) FabLabs e cultura maker
- 13) Empreendedorismo criativo
- 14) Design como inovação
- 15) Design thinking
- 16) Design sustentável
- 17) Linhas de financiamento
- 18) Gestão de redes sociais
- 19) Modelos inovadores de negócios
- 20) Cadeias econômicas da cultura
- 21) PIB da cultura
- 22) Formação de redes
- 23) Canais alternativos de distribuição
- 24) Hábitos e práticas culturais
- 25) Pesquisas em cultura
- 26) Programação de espaços culturais
- 27) Indicadores culturais
- 28) Placemaking
- 29) Identidade cultural
- 30) Direitos Culturais

Público-alvo:

Empreendedores culturais e criativos e estudantes.

Metodologia e recursos educacionais:

Pílulas audiovisuais gravadas por profissionais peritos em suas áreas de atuação e editadas profissionalmente.

Duração:

De três a cinco minutos cada, totalizando de 1h30' a 2h30' de gravação.

Valor estimado: R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais)

Rene

12.2. Projeto Especial: "Diálogos Criativos DF + mundo"

Descrição sumarizada da atividade:

Ciclo de 15 (quinze) palestras internacionais, proferidas por profissionais de referência em suas áreas, mesclando envergadura de conteúdo e leveza de forma. Os temas, complementares entre si e posicionados na fronteira da inovação, serão selecionados pelos critérios de originalidade, impacto, inspiração e adequação às diretrizes do projeto Território Criativo. Em seu conjunto, contemplam profissionais sediados em 10 países. A atividade também contempla a edição de material que registre e analise os principais conceitos, mensagens e citações proferidas por cada palestrante.

Objetivo e resultados esperados:

- Situar o empreendedor criativo e da cultura em um mundo em transformação.
- Transformar o DF em palco das discussões mais contemporâneas no universo da economia criativa.
- Contribuir para projetar o DF no radar de outros territórios brasileiros como polo de debates criativos de ponta;
- Oferecer um legado para as atividades de capacitação do projeto Território Criativo.
- Gerar visitação ao espaço de trabalho na Biblioteca Nacional.

Conteúdo programático resumido:

O programa preliminar, abrangendo temas, países e datas propostas é apresentado a seguir. Com vistas a garantir a melhor compreensão das falas, as mesmas serão ministradas em português.

| TEMA | PAIS DE ORIGEM |
|---|--------------------------|
| Design e sustentabilidade para pequenos empreendedores | Brasil (Coletivo Nômada) |
| Cultura cidadã e desenvolvimento socioeconômico | Inglaterra |
| Design gráfico Made in Brasil | Austrália |
| FabLabs e cultura maker | Brasil (Garagem FabLab) |
| Redes de territórios criativos | UNESCO |
| Economia da cultura com sotaque brasileiro | Holanda |
| Movimentos urbanos e festivais de cultura | Brasil (Feira Miosos) |
| Como o empreendedorismo criativo de Lisboa ganhou o mundo | Portugal |
| Empresas, universidades e empreendedores locais - um tripé que muda o mundo | Espanha |
| Movimentos urbanos e festivais de cultura | Brasil (Feira Miosos) |
| Cultura cidadã e desenvolvimento socioeconômico | Inglaterra |
| Como a gastronomia inseriu a criatividade do Peru no mundo | Peru |
| O Papel das mídias digitais na economia criativa | Brasil (ONA) |
| Distritos criativos de Buenos Aires e a reinvenção da cidade | Argentina |
| Música, arquitetura & arte multimídia - a transversalidade da cultura | Suíça |

Público-alvo:

Empreendedores culturais e criativos, gestores públicos, gestores privados, pesquisadores, jornalistas, profissionais da economia criativa em geral, estudantes e interessados.

Metodologia e recursos educacionais:

Teleconferência expositiva de casos práticos e inspiradores. As conferências serão gravadas e terão seu conteúdo transcrito, analisado e editado, dando base para a elaboração de uma obra digital de 80 páginas, contendo cinco páginas por palestra: uma contemplando foto e bio do conferencista; três cobrindo os conceitos básicos apresentados na fala; uma com citações fundantes das mensagens proferidas.

Duração:

Falas de 2 horas por encontro, sendo uma de conferência e uma de debate (com os presentes e com os participantes online).

Região Administrativa de realização da atividade:

Central (Biblioteca Nacional).

Valor estimado: R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)

13. PLANEJAMENTO DE USO DO ESPAÇO

13.1. Diretriz de implantação

A inovação é, no contexto contemporâneo, a prerrogativa central para a fortalecimento dos setores criativos. Fala-se não apenas de sua elaboração em contexto tecnológico, mas especialmente, das novas formas de colaboração e trocas de conhecimento. Nesse sentido, os espaços de atuação conjunta ganham ainda mais relevância nas práticas da produção cultural. O conceito de *hub*, por exemplo, surge para requalificar os espaços de trabalho, entendendo que estes extrapolam a simples divisão de um ambiente físico para se transformarem em locais de criação, aprendizagem e busca de soluções compartilhadas.

É nessa lógica que o Território Criativo será instalado no espaço físico anexo à Biblioteca Nacional de Brasília cujo funcionamento contará com eventos, ações formativas, espaço colaborativo de trabalho dedicado aos empreendimentos criativos e outras demandas de infraestrutura mapeadas nas etapas de execução do projeto.



| | |
|-------------|------------------|
| Folha nº | 899 |
| Processo nº | 150000134/2017 |
| Rubrica | Malvina 23/05/18 |

Como ambiente que abriga o espaço a ser inaugurado está o Complexo Cultural da República que agrega o Museu Nacional Honestino Guimarães, além da própria Biblioteca Nacional Leonel de Moura Brizola. São mais de 90.000 m² de extensão que além da programação institucional nos equipamentos, conta com uma apropriação espontânea do espaço urbano. Dança de rua, rinha de MCs, Festivais de Música e diversos eventos expressam a vocação para que o local se consolide como uma área geográfica e simbólica de referência para os agentes das cadeias criativas em diálogo com a política pública e com os demais ambientes e modelos produtivos existentes no Distrito Federal.

Por esses aspectos, são objetivos de ocupação do espaço:

- Estruturar-se como espaço referencial para o aprimoramento de competências criativas por meio das ações de capacitação.
- Ser organizado colaborativamente a partir das demandas por infraestrutura dos agentes culturais e criativos do Distrito Federal.
- Propiciar processos de inovação nas cadeias produtivas da economia criativa a partir de novos modelos de associação e de desenvolvimento de negócios.

13.2. Descrição dos ambientes

O espaço físico do projeto Território Criativo, destinado aos agentes culturais dos setores da economia criativa, será composto por quatro ambientes de atividades, além das instalações de serviço como copa, banheiros e almoxarifado:

- recepção e área técnica destinada à equipe gestora do projeto e eventuais parceiros.
- sala de atendimento que abrigará atividades individualizadas como consultorias e mentorias.
- sala de treinamento para processos de capacitação de até 40 participantes.
- coworking.

Além dos espaços formais descritos no projeto de inauguração, prevê-se a organização de outras áreas dinamizadoras e que convergem para as metas de ação do projeto tais como: área expositiva de produtos da economia criativa local; área *maker* (cujo objetivo é propiciar processos de experimentação e/ou prototipação) e área externa para atividades artísticas.

13.3. Plano de ocupação

O plano de ocupação a ser implementado para o funcionamento do espaço do projeto Território Criativo ocorrerá como um quarto ciclo de execução do plano de trabalho transversal aos demais (preparação, formação e aceleração). E terá como diretriz o gradativo fortalecimento de um modelo de governança com vistas à contribuir para sua sustentabilidade e autonomia.

Para tanto, serão executadas atividades iniciais de ocupação com foco em dois públicos prioritários: (a) agentes culturais já mobilizados nos ciclos de formação e aceleração e (b) instituições, grupos ou coletivos potencialmente parceiros. Logo serão objeto desse primeira ciclo de ocupação, com duração de 08 meses, as seguintes fases:

Fase 1: Levantamento das demandas produtivas dos setores criativos locais.

Esta fase terá por meta identificar dentro do mapeamento já realizado no Plano de Articulação Territorial e Setorial do Território Criativo, as demandas por uso de espaço e de infraestrutura dos agentes culturais criativos do DF. Como ponto de aderência entre tais necessidades e o espaço na BNB, estarão focalizados os eventos e ações culturais já produzidos por tais atores, uma vez que a qualificação dos agentes estará contemplada nos dois ciclos de capacitação do projeto. Quer dizer, é no fluxo operacional das etapas de produção que pode-se criar uma sinergia com a oferta física do espaço. E por outro lado, a proximidade dos eventos e ações culturais, torna mais potente a inclusão do espaço de referência do projeto na cena da produção cultural brasiliense. Além disso, as informações coletadas servirão de base para a elaboração do plano de ocupação do espaço. Sendo assim, a fase de levantamento das demandas produtivas ocorrerá conforme descrição abaixo.

| | | | |
|----------------------------|--|--------------------------|--|
| Objetivo | obter informações sobre os principais gargalos das etapas de produção nas diferentes atividades culturais do DF. | | |
| Público prioritário | perfil similar aos agentes focalizados na etapa de mobilização e mapeados pela estratégia de articulação de parceiros, isto é, agentes culturais autônomos, grupos e iniciativas culturais formalizadas. | Produtos | (i) banco de dados online; (ii) relatório qualitativo e quantitativo das informações coletadas. |
| Estratégia de ação | mapeamento ativo através da replicação de formulário online. | Tempo de execução | cinco semanas de mapeamento ativo e disponibilização por tempo indeterminado do formulário; uma semana de consolidação do relatório. |

| |
|--|
| Agentes auxiliares: Conectores Criativos. |
|--|

Fase 2: Agenda de visitação ao espaço focada nos agentes culturais mapeados.

Uma vez coletadas, organizadas e analisadas as informações sobre demandas de uso de espaço e de infraestrutura será importante um ajuste entre as necessidades macro dos setores produtivos e a capacidade de operação do espaço de referência. Para tanto, algumas iniciativas culturais criativas serão convidadas a realizarem uma visita ao espaço da BNB com vistas a que se inicie uma ação conjunta de ocupação. Novamente aqui, os dados e perfis coletados na fase das mobilizações serão considerados. Portanto, a fase da agenda de visitação consiste em realizar um calendário de reuniões no espaço de referência do projeto Território Criativo junto às iniciativas mais interessadas para que se possa sensibilizá-las e, posteriormente, objetivar as possibilidades de funcionamento e uso do espaço. Obs: será considerada nesse tocante a agenda já definida das capacitações. Assim, tal fase será realizada conforme descrição abaixo:

| | | | |
|----------------------------|---|--------------------------|---|
| Objetivo | proporcionar reconhecimento junto aos setores culturais acerca do espaço e suas potencialidades de ação. | | |
| Público prioritário | agentes culturais mobilizados nas etapas de sensibilização do projeto. | Produtos | (i) calendário de reuniões setorizadas; (ii) lista de presença. |
| Estratégia de ação | reuniões presenciais na BNB conjugando parte expositiva de apresentação do espaço e dinâmicas de escuta acerca das potencialidades do espaço (duração máxima de 2 horas). | Tempo de execução | cinco semanas abertas com agenda aberta para reuniões com periodicidade a ser definida. |
| Agentes auxiliares: | equipe técnica e Conectores Criativos. | | |

Fase 3: Construção colaborativa do mapa de atividades no espaço.

A definição objetiva de quais atividades (além da agenda de capacitação) podem ser realizadas no espaço de referência do projeto é um ponto crucial e definidor da política pública a ser implementada. Devido a isso, essa organização deve ser coerente com as demandas identificadas no processo de aderência aos territórios e aos setores, logo a fase de construção colaborativa do mapa de atividades prevê que sejam realizados grupos de trabalho organizados por setores criativos com a meta de formatar o escopo das possíveis ações incorporadas ou desenvolvidas no espaço. Tais grupos devem ter a participação aproximada de 15 coletivos, iniciativas, eventos ou projetos. Tal fase será operacionalizada conforme descrição que se segue.

| | | | |
|----------------------------|--|--------------------------|--|
| Objetivo | tornar público e objetivo os formatos de ação demandados pelos setores culturais com foco no desenvolvimento das competências criativas. | | |
| Público prioritário | agentes culturais mobilizados nas etapas de sensibilização e demais atores por eles ativados que sejam representantes de coletivos, iniciativas, eventos ou projetos culturais criativos ; com especial atenção àqueles mais ativos nas etapas anteriores deste plano. | Produtos | (i) listas de presença; (ii) mapa de atividades. |
| Estratégia de ação | dinâmicas de imersão juntos aos produtores e agentes mais interessados a gestão partilhada do espaço. | Tempo de execução | 3 semanas. |
| Agentes auxiliares: | equipe técnica e Conectores Criativos. | | |

Fase 4: Captação de parceiros.

A necessidade de que se amplie o potencial de operação do espaço de referência é tangencial à construção partilhada junto aos agentes culturais criativos proposta no plano de ocupação conforme versam as etapas acima descritas. Logo, a captação de parceiros é também meta estratégica. Inclusive, alguns perfis de parceiros poderão tomar parte do processo de definição da agenda do espaço. Sendo assim, a captação de parceiros implica em construir e apresentar o projeto de captação de parcerias aos diversos interlocutores afins. Tal fase prevê, dessa maneira, a seguinte operacionalização:

| | | | |
|----------------------------|--|--------------------------|--|
| Objetivo | angariar parceiros institucionais para que realizem suas atividades no espaço ou invistam em ações de funcionamento do mesmo. | | (i) plano de parcerias para ocupação do espaço; (ii) diagnóstico dos principais potenciais e gargalos de ocupação. |
| Público prioritário | grupos e iniciativas culturais formalizadas, instituições de ensino. | Produtos | |
| Estratégia de ação | definição do projeto de captação de parceiros para o espaço e aplicação de agenda estratégica de reuniões junto aos possíveis parceiros. | Tempo de execução | dois ciclos de 3 meses para composição e operacionalização das parcerias possíveis, total de 6 meses. |
| Agentes auxiliares: | equipe técnica e representante da Secretaria de Cultura do GDF. | | |

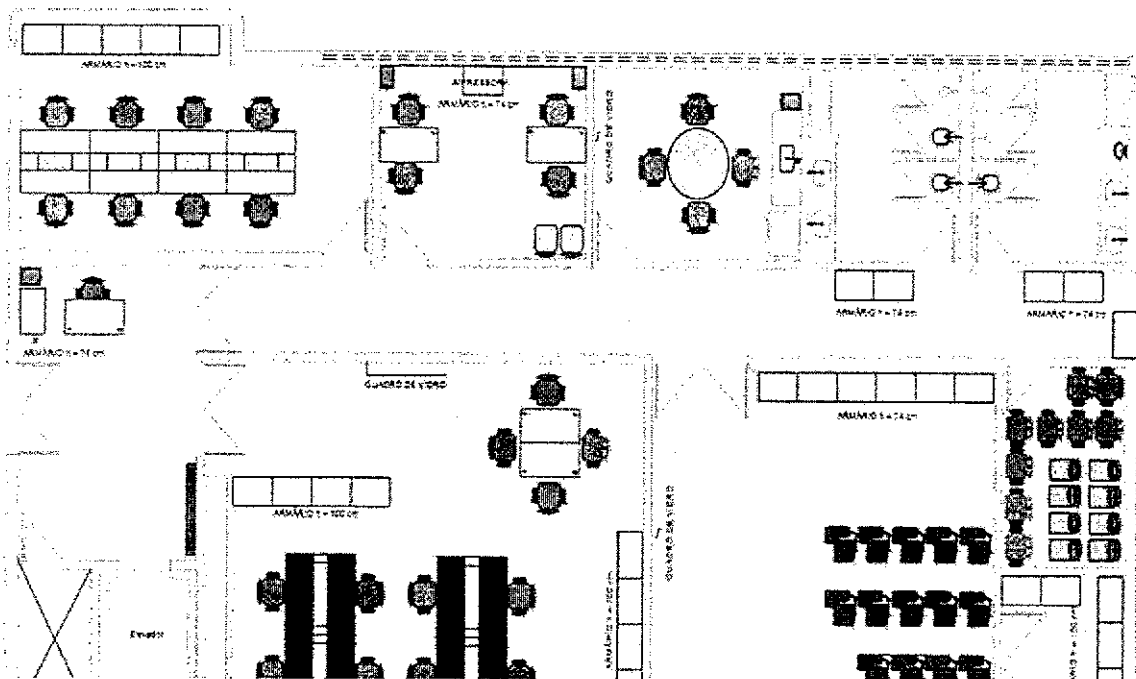
Rene

Fase 5: Definição do modelo de funcionamento do coworking

Esta fase, que acontecerá de forma integrada à construção colaborativa do mapa de atividades, responde à necessidade de se estabelecer um espaço de trabalho compartilhado na BNB que atenda às demandas dos agentes culturais criativos, mas que não ofereça sobreposição ao que já existe de oferta similar. Busca-se dessa forma, além da oferta do espaço físico e infraestrutura de conectividade, estimular a constituição de um local de aprendizagem conjunta, colaborativa e de envolvimento junto às atividades lá baseadas. Assim, essa fase visa à formatar um modelo de funcionamento do *coworking*; as etapas 1 e 2 servirão também de subsídio a essa definição.

| | | | |
|----------------------------|--|--------------------------|--|
| Objetivo | oferecer um diferencial de funcionamento frente aos espaços similares já existentes no DF. | | |
| Público prioritário | grupos e iniciativas culturais. | Produtos | (i) lista de atividades possíveis; (ii) agenda de funcionamento. |
| Estratégia de ação | cruzamento entre as demandas mapeadas e a oferta já existente nos espaços similares. | Tempo de execução | 10 semanas. |
| Agentes auxiliares: | equipe técnica. | | |

13.4. Detalhamento do espaço físico



14. CRONOGRAMA EXECUTIVO

| Cronograma Executivo | | | | | | | | | |
|----------------------------|--|----------|---------|----------|----------|---------|-----------|-------|---|
| Atividades | agosto | setembro | outubro | novembro | dezembro | janeiro | fevereiro | março | |
| Ciclo de Preparação | | | | | | | | | |
| 1.1.1 | Contratação da Equipe Território Criativo | x | | | | | | | |
| 1.1.2 | Estruturação do Funcionamento espaço BNB | x | | | | | | | |
| 1.1.3 | Desenvolvimento do modelo de gestão e ocupação Espaço BNB | x | x | x | | | | | |
| 1.1.4 | Implementação do Plano Comunicação | x | | | | | | | |
| 1.1.5 | Articulações Institucionais | x | x | x | x | x | | | |
| 1.2.1 | Identificação e contratação dos Conectores Criativos | x | | | | | | | |
| 1.2.2 | Engajamento das Regiões Administrativas | x | x | x | x | | | | |
| 1.2.3 | Mobilização dos Conselhos de Cultura | x | x | x | | | | | |
| 1.2.4 | Levantamento de lideranças formais e informais nas RAs | x | x | | | | | | |
| 1.3.1 | Apresentação do Projeto | | x | | | | | | |
| 1.3.2 | Treinamento dos Conectores Criativos das RAs (BNB) | x | | | | | | | |
| 1.3.3 | Oficina para prospects e parceiros (BNB) | x | | | | | | | |
| Ciclo de Formação | | | | | | | | | |
| 2.1.1 | Sensibilização sobre a política, o projeto e o tema da economia criativa (Funcionamento Espaço BNB e 14 RAs) | x | x | x | x | x | x | x | x |
| 2.2.1 | Seleção dos capacitadores (BNB) | x | x | | | | | | |
| 2.2.2 | Treinamento de capacitadores - alinhamento conceitual e programático (BNB) | | x | | | | | | |
| 2.2.3 | Oficinas para Empreendedores (RAs) | | | x | | | | | |
| 2.3.1 | Alinhamento dos consultores (BNB) | | | x | x | | | | |
| 2.4.1 | Mutirão com consultores selecionados (RAs) | | | | x | | | | |
| Ciclo de Aceleração | | | | | | | | | |
| 3.1.1 | Desenvolvimento do Ciclo de Aceleração | x | x | | | | | | |
| 3.1.2 | Call para proposição de negócios em música, audiovisual e design | | | x | x | | | | |
| 3.1.3 | Curso para Empreendimentos Setoriais (BNB) | | | | | x | x | | |
| 3.2.1 | Curso para Prototipagem (BNB) | | | | | | x | | |
| 3.3.1 | Mentoria de negócios (BNB) | | | | | | x | x | |
| 3.4.1 | Apresentação dos casos pelos empreendedores | | | | | | | | x |
| 3.5.1 | Demo Days Setoriais | | | | | | | | x |

SENSIBILIZAÇÃO SOBRE A POLÍTICA, O PROJETO E O TEMA DA ECONOMIA CRIATIVA (RA'S)

| | MIR CENTRAL | MIR CENTRAL ADJ 1 | MIR CENTRAL ADJ 2 | MIR OESTE | MIR NORTE | MIR LESTE | MIR SUL |
|--------|--------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 30/ago | RA1 tarde | RA1 tarde | RA1 tarde | RA1 tarde | RA1 tarde | RA1 tarde | RA1 tarde |
| 31/ago | RA2 noite | RA2 noite | RA2 noite | RA2 noite | RA2 noite | RA2 noite | RA2 noite |
| 01/set | | | | | | | |
| 02/set | | | | | | | |
| 04/set | | | | | | | |
| 05/set | | | | | | | |
| 11/set | | | | | | | |
| Horas | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| H/MR | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 |

OFICINAS PARA EMPREENDEDORES

| | MIR CENTRAL | MIR CENTRAL ADJ 1 | MIR CENTRAL ADJ 2 | MIR OESTE | MIR NORTE | MIR LESTE | MIR SUL |
|--------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 05/out | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro | RA1 Alejandro |
| 06/out | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla | RA2 Ana Carla |
| 07/out | | | | | | | |
| 09/out | | | | | | | |
| 10/out | | | | | | | |
| 11/out | | | | | | | |
| 16/out | | | | | | | |
| 17/out | | | | | | | |
| 18/out | | | | | | | |
| Horas | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| H/MR | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 |

15. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

| Planejamento Financeiro - Previsão de Despesas | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|--|--|
| item | agosto | setembro | outubro | novembro | dezembro | janeiro | fevereiro | março | Total do Item | | |
| Atendente | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 15.000,00 | | |
| Atendente | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 2.500,00 | R\$ 15.000,00 | | |
| Coordenador de articulação | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 45.000,00 | | |
| Coordenador de formação | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 7.500,00 | R\$ 45.000,00 | | |
| Coordenador administrativo | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 8.000,00 | R\$ 48.000,00 | | |
| Assistente técnico | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 36.000,00 | | |
| Assessor de comunicação | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 39.000,00 | | |
| Coordenadora técnica | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 15.500,00 | R\$ 93.000,00 | | |
| Coord pesquisa, benchmark e conteúdo | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 9.000,00 | R\$ 54.000,00 | | |
| Coordenadora jurídica | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 7.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 7.000,00 | | |
| Coordenadora de design e inovação | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 6.500,00 | R\$ 39.000,00 | | |
| Assessor de Imprensa local | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 12.000,00 | | |
| Secretário Executivo | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 7.000,00 | R\$ 42.000,00 | | |
| Conectores culturais | R\$ - | R\$ 6.300,00 | R\$ 6.300,00 | R\$ 6.300,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 18.900,00 | | |
| Passagens aéreas | R\$ 800,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 2.400,00 | R\$ 1.600,00 | R\$ 800,00 | R\$ 800,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 3.200,00 | R\$ 16.000,00 | | |
| Hospedagem | R\$ 180,00 | R\$ 5.040,00 | R\$ 4.320,00 | R\$ 720,00 | R\$ 180,00 | R\$ 180,00 | R\$ 2.520,00 | R\$ 1.440,00 | R\$ 14.580,00 | | |
| Auxílio transporte (combustível, taxi e etc.) | R\$ 170,00 | R\$ 2.380,00 | R\$ 2.040,00 | R\$ 680,00 | R\$ 340,00 | R\$ 170,00 | R\$ 1.190,00 | R\$ 680,00 | R\$ 7.650,00 | | |
| Locação de espaço - eventos nas RAs | R\$ - | R\$ 3.500,00 | R\$ 3.500,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 600,00 | R\$ 800,00 | R\$ 8.400,00 | | |
| Material de escritório | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 370,00 | R\$ 2.960,00 | | |
| Webmaster | R\$ 2.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 2.000,00 | | |
| Programador visual | R\$ 2.500,00 | R\$ 1.250,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 3.750,00 | | |
| Itens de comunicação (cartaz, banner, etc) | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 782,00 | R\$ 6.256,00 | | |
| Capacitação | R\$ - | R\$ 27.120,00 | R\$ 49.920,00 | R\$ 38.280,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ 9.000,00 | R\$ 2.880,00 | R\$ 127.200,00 | | |
| Consultoria | R\$ - | R\$ - | R\$ - | R\$ 42.000,00 | R\$ - | R\$ - | R\$ 26.000,00 | R\$ 20.500,00 | R\$ 88.500,00 | | |
| Total Mensal | R\$ 87.302,00 | R\$ 130.442,00 | R\$ 150.132,00 | R\$ 178.232,00 | R\$ 82.872,00 | R\$ 82.802,00 | R\$ 43.662,00 | R\$ 30.552,00 | R\$ 786.196,00 | | |

SHIS QI 29, Comércio Local, Bloco A, Sala 109 - Lago Sul - Brasília - DF / CEP: 71.675-205
CNPJ 15.070.138/0001-34 CF/DF(IE) 07.653.609/001-77

Rene





17. FUNÇÕES E EQUIPE

Coordenadora técnica: *Ana Carla Fonseca*

Principais Funções e responsabilidades

- Responsabilidade geral pela elaboração e pelo detalhamento do plano de trabalho.
- Seleção e gestão da equipe de conteúdo.
- Supervisão geral das atividades de conteúdo, a distância, in loco e dos arquivos gerados.
- Interface técnica com a Secult, com o Instituto Bem Cultural e com os coordenadores de mobilização e de articulação.
- Codefinição orçamentária de atividades atinentes à geração de conteúdo.
- Fonte e participação em entrevistas e materiais de comunicação relativas a economia criativa e cidades.
- Coordenação e participação na preparação de material para as distintas oficinas.
- Correalização de oficina de sensibilização dos Conectores Criativos.
- Correalização de oficina de sensibilização para os prospects e parceiros.
- Realização de oficinas de capacitação nas regiões administrativas.
- Coordenação e auxílio aos coordenadores de comunicação e design.
- Auxílio à seleção das coordenações setoriais.
- Apoio técnico às três coordenações setoriais.
- Participação no júri de seleção de projetos.
- Cocuradoria das palestras com grandes nomes de audiovisual, música e design.
- Auxílio na validação da adequação das parcerias institucionais.
- Auxílio técnico no embasamento de material para captação de recursos.
- Curadoria dos eventos de devolutiva de empreendedores nas regiões administrativas.
- Concepção, coordenação e cocuradoria de projetos especiais, complementares ao plano de trabalho.
- Representação do projeto nas reuniões técnicas cabíveis.

Roseme

Currículo resumido

Profissional de referência em economia criativa, cidades criativas, negócios e desenvolvimento, Ana Carla Fonseca é Administradora Pública pela Fundação Getúlio Vargas, onde se graduou aos 20 anos de idade; Economista, Mestre com distinção e louvor em Administração e Doutora em Urbanismo pela Universidade de São Paulo (primeira tese brasileira sobre Cidades Criativas); tem MBA pela Fundação Dom Cabral. É professora e coordenadora de cursos de pós-graduação em economia da cultura, economia criativa e cidades na Fundação Getúlio Vargas/SP, na Universidade Candido Mendes/RJ e na Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) e professora da Universidad Rey Juan Carlos (Espanha) e de centros de conhecimento, como a Casa do Saber e o Cultura e Mercado.

Para empresas, liderou projetos regionais e globais em multinacionais por 15 anos, em marketing, inovação e gestão do conhecimento, com base na América Latina, em Londres e Milão. Desde 2003 é sócia-diretora da Garimpo de Soluções, empresa pioneira em economia criativa, cidades criativas, inteligência coletiva e em negócios unindo cultura, criatividade, desenvolvimento e cidades. É consultora e conferencista em cinco línguas e 30 países: Argentina, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, China, Colômbia, Cuba, Dinamarca, Equador, Espanha, Estados Unidos, Estônia, França, Holanda, Índia, Inglaterra, Itália, Jamaica, Jordânia, Letônia, Marrocos, México, Peru, Portugal, Ruanda, Rússia, Suíça, Taiwan e Uruguai; e em 173 cidades.

Assessora para a ONU (PNUD, UNESCO e UNCTAD), foi consultora do relatório global *Creative Economy Report 2008 e 2013 e 2017* (no prelo), referência na área. Escreveu livros inovadores no cenário mundial, como *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura* (Cengage, 2002), *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável* (Manole, 2006 - Prêmio Jabuti 2007 em Economia, Administração e Negócios) e *Cidades Criativas - da Teoria à prática* (SESI, 2012 - finalista do Prêmio Jabuti 2013 em Arquitetura e Urbanismo). Criou e co/editou livros digitais pioneiros, com textos de vários países, e.g. *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento* (2008, trilingue), *Cidades Criativas - Perspectivas* (2009, bilingue) e *Cidades Criativas, Soluções Inventivas – o papel da Copa, das Olimpíadas e dos museus internacionais* (2010), bem como integrou grupos de assessoria estratégica a governos, a exemplo da concepção do Plano de Economia Criativa do Estado de São Paulo (2016).

Desenhou dezenas de projetos de impacto para empresas, governos e instituições, em economia criativa e cidades, a exemplo de Criaticidades, uma plataforma para cidades criativas com base nas singularidades locais, de Sampa CriAtiva, voltado a estimular e reunir propostas para transformar a cidade, apoiado sobre a inteligência coletiva da população e de OpenCity Lab, que conecta empresas a startups com impacto urbano positivo. É curadora de

congressos internacionais e Diretora de Conteúdo da ExpoGestão, o maior congresso de gestão empresarial do Sul do Brasil. É ainda membro da Associação Internacional de Economia da Cultura, do Corpo Mundial de Peritos em Políticas Públicas da UNESCO, dos Repensadores, do Conselho Editorial da Revista Página 22, de Conselhos Consultivos, como o da Virada Sustentável e do Conselho Técnico da Steinbeis-Sibe no Brasil. Venceu o Prêmio Claudia (o maior prêmio feminino na América Latina) em 2013, na categoria Negócios e foi apontada em 2013 pelo jornal El País Américas uma das oito personalidades brasileiras que impressionam o mundo.

Coordenador de pesquisa, benchmark e conteúdo: *Alejandro Castañé*

Principais Funções e responsabilidades

- Corresponsabilidade pela elaboração e pelo detalhamento do plano de trabalho.
- Preparação de material sobre economia criativa e cidades, com foco em benchmarks em transformação urbana, inteligência coletiva e processos de desenvolvimento de base local.
- Atuação como fonte técnica de informação em economia criativa e território.
- Correalização de oficina de sensibilização dos Conectores Criativos.
- Correalização de oficina de sensibilização para os prospects e parceiros.
- Realização de oficinas de capacitação nas regiões administrativas.
- Consolidação de outputs advindos das oficinas de capacitação de empreendedores.
- Revisão e finalização da cartilha digital para os empreendedores das distintas regiões administrativas.
- Apoio à coordenação geral do projeto.
- Apoio à coordenação setorial de design.
- Participação no júri de seleção de projetos.
- Cocuradoria das palestras com grandes nomes de audiovisual, música e design.
- Auxílio na validação da adequação das parcerias institucionais.
- Apoio na revisão da cartilha digital dos cursos setoriais.
- Cocuradoria de projetos especiais, complementares ao plano de trabalho.

Currículo resumido

Sócio-Diretor e consultor sênior da Garimpo de Soluções. Diretor-Geral de projetos de inteligência coletiva e inovações urbanas, a exemplo da plataforma Sampa Criativa, voltada a estimular a transformação da cidade a partir de seus cidadãos. Ex-Assessor Técnico de Difusão Cultural da Agência Córdoba Cultura e do Sistema de Informação Cultural da Argentina.

Consultor de programas interinstitucionais pautados por inclusão sociocultural, envolvendo Educação, Desenvolvimento Social, Segurança, Turismo e autarquias de governos. Foi responsável pelo controle de gestão da Secretaria de Cultura e articulação com o Governo da Província de Córdoba, do Sistema de Gestão por Objetivos da Secretaria da Função Pública do Governo da Província de Córdoba. Foi Produtor-Executivo do Gran Ballet Argentino para festivais e turnês internacionais.

Realizou estudos de viabilidade, impacto econômico e desenvolvimento para empreendimentos culturais e criativos, em distintas províncias argentinas. Foi responsável por relações institucionais de atividades internacionais, assessor em regulamentação jurídica, inovação e transformação social com base cultural, cooperação horizontal e internacional, posicionamento de produtos e serviços culturais de centros culturais e demais entidades culturais sem fins lucrativos.

Atuou ainda como gestor perito independente em desenvolvimento, capacitação, oportunidades e cooperação da Polícia Turística da Província de Córdoba. Como gestor sociocultural, integrou processos de coleta, análise e sistematização de dados culturais latino-americanos para o relatório Creative Economy Report 2013, editado pela Organização das Nações Unidas. É membro de redes culturais, de desenvolvimento urbano, turismo e educação. Palestrante em países tão variados como México, Portugal, Estados Unidos e Bolívia e em vários estados brasileiros, é curador de seminários em inteligência coletiva e inovações urbanas e docente no Curso de Extensão em Economia Criativa e Cidades da Universidade Candido Mendes (RJ) e no PEC em Economia Criativa e Cidades da Fundação Getulio Vargas (SP). É colunista do jornal Brasilturis e membro do Conselho Técnico da Steinbeis-Sibe do Brasil.

Coordenador de comunicação: *Ricardo Peruchi*

Principais Funções e responsabilidades

- Responsabilidade pela estratégia de comunicação.
- Elaboração de plano de comunicação e responsável por sua implementação.

- Definição de stakeholders (públicos de referência), canais e linguagem.
- Alinhamento de mensagens-chave e position paper (FAQ).
- Seleção, contratação e gerenciamento dos trabalhos de assessoria de imprensa.
- Definição de política de fontes para Imprensa.
- Atuação como fonte técnica de informação.
- Gestão e alimentação de redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn) e do site.
- Treinamento Conectores Criativos para comunicação, operando em lógica de rede.
- Elaboração de conteúdos de comunicação estratégica ministrados nas oficinas.
- Supervisão de conteúdos distribuídos no Mapa das Nuvens.
- Redação de textos de divulgação para imprensa.
- Supervisão da criação das peças digitais (newsletters e postagens).
- Revisão de textos e supervisão de layouts das cartilhas digitais.
- Elaboração de cases dos empreendimentos que finalizarem o processo.
- Acompanhamento de algumas atividades in loco.
- Apoio à coordenação geral do projeto.
- Apoio à coordenação setorial de design.
- Participação no júri de seleção de projetos.
- Cocuradoria de projetos especiais, complementares ao plano de trabalho.

Currículo resumido

Ricardo Peruchi, 39 anos, é formado em jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e cursou o programa de Mestrado em Estética e História da Arte Interunidades/USP, sediado no Museu de Arte Contemporânea. Atua simultaneamente, há mais de 20 anos, nas áreas de comunicação, educação, produção cultural e editorial.

Desenvolve projetos de consultoria de comunicação estratégica, alinhamento de comunicação, posicionamento de marca, produção de conteúdos e experiências, eventos e treinamentos. Começou sua carreira na Rádio USP FM, com pesquisa, produção e edição de programas sobre a História da música brasileira. Foi editor na Folha Online e na IDG – International Data Group, realizando coberturas



internacionais na Europa, Estados Unidos e América do Sul. Foi um dos idealizadores e editor-chefe da Offline, publicação colaborativa criada para e pelo universitário, distribuída em cerca de 500 Instituições de Ensino Superior em todo o Brasil - revista oficial da Campus Party (por duas vezes) e também de uma edição da Bienal Internacional do Livro de São Paulo.

Como curador, realizou trabalhos para o Museu da Casa Brasileira - MCB, Conjunto Nacional de São Paulo, SESC Pompéia, Centro Cultural São Paulo - CCSP e Bienal Internacional do Livro de Curitiba (na Universidade Positivo). Desde 2012 é o curador responsável pela programação do hub Higienópolis do DW! São Paulo Design Week, maior festival dedicado à área na América Latina.

Desde 2011 é diretor de comunicação institucional do Instituto Europeo di Design – IED, onde, além do relacionamento institucional, desenvolve e produz projetos culturais, incluindo eventos como Design Sunsets, com os Irmãos Campana; Fashion Sunsets, com Ronaldo Fraga; e Modacamp. Idealizou e integra o time de curadores da Casa do Papel, residência gráfica a ser realizada durante a próxima edição da Festa Literária Internacional de Paraty - FLIP, de 26 a 30 de julho de 2017.

Em 2016, editou “A Revolução do Design – conexões para o século XXI” (Editora Gente) e “Design é...” (Merchan Design). É autor de livros didáticos na área de Artes (Global Editora/Ação Educativa e Editora Cereja). Foi professor convidado da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e trabalhou com educação a distância.

Coordenadora de design e inovação: *Gisela Schulzinger*

Principais Funções e responsabilidades

- Responsabilidade pela coordenação técnica e da elaboração de conteúdo das atividades ligadas a processos de inovação, design thinking e prototipagem dos modelos de negócio.
- Concepção, facilitação e construção do conteúdo das oficinas de design thinking.
- Mentoria para construção dos protótipos e pitches dos empreendimentos acelerados.
- Participação no júri para seleção dos projetos.
- Apoio na construção de conteúdos de inovação e design para comunicação.

- Cocuradoria dos conteúdos de inovação e design para o treinamento das equipes, dos Conectores Criativos e de demais profissionais envolvidos no projeto.
- Auxílio à coordenação geral do projeto.
- Suporte e participação nas atividades do projeto.

Currículo resumido

Bacharel em Comunicação social pela ESPM e Pós Graduada em Ciências do Consumo Aplicadas também pela ESPM, é especialista em desenvolvimento de projetos de Branding, Design Estratégico e Cultura de Inovação. Fundadora da Haus- Cultura de Inovação com Propósito, atua há mais de 28 anos na área de Design Estratégico e Gestão de Marcas .

Presidente da ABRE –Associação Brasileira de Embalagem Diretora da ABEDESIGN – Associação Brasileira das Empresas de Design Professora do curso de Graduação em Design da ESPM Professora Design Thinking e Estratégias de Inovação da ESPM Educação Executiva Diretora da ABEDESIGN – Associação Brasileira das Empresas de Design Coordenadora da Missão Empresarial para o Vale do Silício APEX/ABEDESIGN Membro do Comitê Gestor do convênio APEX / ABEDESIGN Membro do Comitê de Branding da ABA Delegada da Comissão de Design do Brasil no Festival de Cannes Membro do Conselho Editorial da Revista ABCdesign Prêmio Embanews de Personalidade do ano 2017

Participa de conferências, mesas-redondas e é palestrante e mediadora de workshops de Inovação e Design Thinking para empresas e instituições como: Camara do Comércio Brasil Canadá, Nestlé, Sebrae, APEX-Brasil, Banco Santander, Natura, Dow Química, DHL, Canal ESPN, PUC-PR, Firjan, Index SC, Governo de Minas, Tecnisa, Grupo Abril, Carrefour, Band News, ArcorBrasil, 3M, Senai-RJ, IED, Fispal Bahia, Boticário, Givaudan, Feira do Empreendedor CE, PI, Cuiabá, Abimpet, Abimo, APP, ABEDESIGN, Congraf, Grupo M.Dias Branco, Grupo Belcorp Colômbia, ABRE, ADOBEBrasil, Avery Dennison, Fleischmann, Plastipak, Fanor, UBE Colômbia, Arcor, Abigraf, Liberty Seguros, Artecola, Bresco, Escola Panamericana de Arte, Observatório de Economia Criativa ESPM entre outras.

É jurada de prêmios e concursos nacionais e internacionais: como 12ª Bienal de Design Gráfico da ADG, London International Awards, Young Lions Cannes, Prêmio IDEA, Premio Jabuti, Prêmio ABRE, Premio Prêmio D.Catarina de Design, POPAI, ABF entre outros e contribui regularmente com artigos e entrevistas para blogs, jornais e revistas .

Advogados) e foi coordenadora de projetos na FGV Direito Rio, além de ter integrado a equipe da Ernst & Young. Na Inglaterra e em Portugal, trabalhou em conceituados escritórios de *Media Law* e integrou o departamento jurídico de um canal de TV a cabo em Londres. Foi assessora jurídica na liberação de direitos do Museu das Telecomunicações (Oi Futuro) aberto em 2006 e atuou na concepção e execução do projeto Memorial Casa do Rio Vermelho (Jorge Amado e Zélia Gattai), executado por Gringo Cardia e inaugurado em 2014.

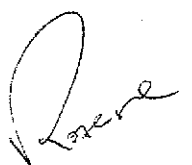
Em 2015 atuou como Consultora Jurídica na América Latina do Grupo SFX Entertainment, responsável pelo festival Tomorrowland Brasil, agência de DJs Plus Talent e portal de música Beatport, dentre outros projetos. Foi responsável pela criação e direção do Departamento de Projetos Especiais da produtora de áudio e selo musical Comando S (Hub Musical). É a consultora jurídica do Prêmio Caymmi de Música desde 2014, atualmente responsável pela liberação e gestão de direitos do documentário Axé – Canto do Povo de Um Lugar e atendendo diversos artistas e empresas das áreas de música, audiovisual e publicidade.

No âmbito das organizações não-governamentais é voluntária e fundadora da Associação Didá Escola de Música criada pelo Maestro Neguinho do Samba do Olodum e no ano 2000 foi membro suplente do Conselho da Pracatum Escola Profissionalizante de Música criada pelo artista Carlinhos Brown, ambos em Salvador.

Secretário Executivo: *Leonardo Silveira Hernandes*

Principais Funções e responsabilidades

- Responsável pela supervisão geral da execução do projeto.
- Gestão e organização das equipes
- Responsabilidade pelas relações institucionais do Instituto Bem Cultural, no que tange o projeto Território Criativo junto aos órgãos governamentais, instituições privadas e parceiros.
- Articulador de parcerias e captação de recursos adicionais ao projeto.
- Apoio na elaboração e detalhamento do plano de trabalho.
- Controlador do cumprimento do plano de trabalho de acordo com as políticas e as diretrizes estabelecidas para as atividades, bem como evitar, detectar e tratar qualquer desvio ou inconformidade que possa ocorrer em apoio ao Instituto Bem Cultural.
- Coordenação das atividades complementares.
- Apoio à coordenação geral do projeto.



- Corresponsabilidade pela seleção de consultores e demais profissionais adicionais ao projeto.

Currículo resumido

Formado em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de Brasília, tendo realizado cursos complementares em Gestão Cultural pela UnB/Minc, Gestão Contemporânea de Espaços Culturais, Produção Executiva e Crítica Teatral. Foi Subsecretário de Fomento da Secretaria de Cultura do DF entre 2011 e 2014 responsável pelo Fundo de Apoio à Cultura - FAC e Diretor de Gestão de Mecanismos de Fomento do MinC entre 2015 e jun./2016, responsável pelo Fundo Nacional de Cultura e Vale-Cultura. Fundador da Rede Nacional de Gestores de Fomento e realizador do I Encontro Ibero-Americano Fomento à Cultura. Foi presidente da ONG Artéria, Cultura e Cidadania em 2008/9, onde realizou o projeto "Cartografia da Cultura Candanga". Jurado do Prêmio Rodrigo Mello Franco, IPHAN, em 2013/14. Trabalhou na Funarte Brasília como Gerente de Promoção em 2005/6. Também atua como produtor cultural de bandas e eventos. Consultor do Ministério da Cultura para a realização da "Caravana do Sistema Nacional de Cultura" em 4 capitais. Foi produtor do Jogo de Cena por 8 anos. Iniciou sua carreira como ator em 1991 no Grupo A Culpa é da Mãe (atual Melhores do Mundo) e atuou em mais de 15 espetáculo de teatro e dança. Tem uma longa carreira no audiovisual como ator de TV e Cinema.

Coordenação e gestão do escritório: *Carlos Eduardo Garcia de Vasconcellos*

Principais Funções e responsabilidades

- Responsabilidade de planejar e gerenciar as atividades de escritório do projeto.
- Realiza o gerenciamento da área administrativa e financeira, contemplando as atividades de planejamento, contratos, contas a pagar e a receber, compras administrativas, gerenciamento das atividades de recursos humanos.
- Elabora e coordena relatórios de prestação de contas.
- Responsável por organizar, acompanhar e avaliar os resultados das atividades desenvolvidas na programação do projeto.
- Acompanhar e assegurar o cumprimento das metas de produção, dentro dos padrões de qualidade, quantidade, custos e prazos, visando à otimização dos recursos produtivos disponíveis.
- Supervisiona a elaboração e cumprimento dos cronogramas, visando a garantir a

- melhor alocação da mão – de - obra, equipamentos, materiais e recursos financeiros.
- Controla as despesas gerais de produção, visando a contribuir para a redução de custos nesses itens.

Currículo resumido

Bacharel em Administração pela AIEC, Associação Internacional de Educação Continuada com Pós Graduação MBA Latò Sensu – Marketing e Comunicação pela FIA, Fundação Instituto de Administração, Carlos Eduardo Garcia de Vasconcelos também estudou artes, com habilitação em cênicas, na Universidade de Brasília.

Entre 1998 e 2004 foi empresário do grupo musical Maskavo Roots, depois Maskavo. Produtor Executivo dos CDs “Melodia que eu conheço” (Agraciado com o Prêmio Renato Russo – Secretaria de Cultura do DF) e “Se não guenta porquê veio?” (Sony Music). Atuou ainda nos Cds “Já” e “Asas”, gravados com Abril Music (SP) e Deck Disc (RJ), respectivamente. Participou da criação do evento Porão do Rock junto com demais produtores dos grupos que ensaiavam no subsolo do Bloco A da SCLN 207.

No Banco do Brasil foi assessor sênior na Diretoria de Marketing e Comunicação onde desenvolveu o projeto Circuito Cultural Banco do Brasil e coordenou a execução de diversas etapas nas cidades de Porto Alegre (RS), Florianópolis (SC), Joinville (SC), Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG), Vitória (ES), Campo Grande (MS), Goiânia (GO), Palmas (TO), Juazeiro (BA), Salvador (BA), Recife (PE), João Pessoa (PB), Natal (RN), Fortaleza (CE), São Luis (MA) e Belém (PA), entre 2003 e 2006.

Foi responsável pela programação musical do CCBB Brasília em 2006 e 2007, retornando à Diretoria de Marketing onde atuou com negociação, contratação e condução de ações promocionais e patrocínios institucionais do Banco do Brasil de 2008 a dezembro de 2016, destacando, entre outras, as seguintes ações:

Implantação do sistema e coordenação do Programa Banco do Brasil de Patrocínios – Editais de seleção pública abertos anualmente pela instituição; Elaboração, coordenação e acompanhamento das ações de comemoração dos 200 anos do Banco do Brasil; Calendários de mesa do BB - 2010, 2011 e 2012; Decoração de Natal dos edifícios sede do BB em Brasília e São Paulo - 2009 a 2014; São João de Caruaru e Campina Grande - 2009 a 2016; Prêmio Valores do Brasil - 2008 a 2014; Fórmula Indy - 2010; Reveillon na Av. Paulista - 2010 a 2013; Carnaval de Salvador - 2010 a 2014; Prêmios ODM - Objetivos do Milênio - 2009 a 2012; Estande do BB na Rio + 20 – 2012; Circuito Banco do Brasil – 2013 e 2014; Eventos de entrega do Programa Minha Casa Minha Vida – 2015 e 2016

Assessoria na gestão do espaço BNB: Dalva Regina Santos

Principais Funções e responsabilidades

- Auxiliar na formulação e responsável pela implementação do plano de ocupação do espaço de forma a expandir o uso direcionado às atividades de capacitação.
- Coordenar a agenda de funcionamento das atividades.
- Coletar pesquisa de satisfação sobre a realização das atividades de capacitação.
- Fazer interface de comunicação entre as ações do projeto e o Mapa nas nuvens da Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal.

Currículo Resumido

Mestre em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas. Graduada em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense. Atuou como Coordenadora Geral de Ações Empreendedoras na Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura, gestora executiva no Laboratório de Políticas Culturais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, orientadora de formação em produção cultural e pesquisa social no Observatório de Favelas (RJ), gerente de projetos e sócia fundadora da Burburinho Cultural Produções Artísticas (RJ) e produtora associada à Casa de Cultura Digital (SP). Destaca-se ainda as seguintes atuações: 2017 | consultora no projeto Criado em Sampa (SP), realização: Agência de Desenvolvimento da cidade de São Paulo, British Council e Fundo Newton. Parceria: Faraímará; 2017 | articuladora da ação Sincronicidade no eixo de Economia Criativa (SP), realização: Red Bull Amaphiko e CoCidade; 2016 | educadora e coordenadora pedagógica do programa Ações Integradas – Redes de Juventude (SP), realização: Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS) e União Popular de Mulheres, parceria: Centros de Juventude, Percurso Produções e Agência Popular Solano Trindade; 2013 e 2014 | cuidadora na ação Baixo Centro (SP), realização autônoma e coletiva; 2016 | produtora executiva no Encontro Spcine (SP), realização: Spcine e Expocine; 2016 | produtora executiva no Programa Cidade Queer, evento Ataque! (SP), realização: Fundação Musagetes e Lanchonete.org; 2016 | produtora executiva do Festival Percurso – periferia e cultura em rede solidária (SP), realização: União Popular de Mulheres e Agência Popular de fomento a cultura Solano Trindade, parceria: Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo; 2012 | produtora executiva do programa/ plataforma Transform (SP), realização: British Council, parceria: Casa da Cultura Digital; 2011 | coordenadora de produção e produção executiva do Festival Cultura Digital.br (RJ), realização: Casa

| | |
|-------------|-------------------|
| Folha nº | 930 |
| Processo nº | 15000034/2012 |
| Rubrica | 3 Malocena 220538 |

Institucional da Incubadora BSB Criativa – MinC, GDF, Secult, Setrab, Casa do Artesão, FAC) – (2014-2015); Representante do Instituto de Artes e Técnicas em Comunicação - IATEC, escola de capacitação em áudio, vídeo, iluminação e produção do Rio de Janeiro, para a região do Centro Oeste de (2005 a 2017); Diretora de Produção da empresa Matéria Primma Eventos, Cultura, Turismo e Comunicação LTDA (2011 a 2014); Representante do Centro-Oeste para a Associação Nacional por Ações para a pessoa com Autismo - ABRAÇA (2012 e 2013); Consultora da Federação Nacional de Economia Criativa - FNEC, 2011 a 2015; Membro fundador e ex-presidente da ONG Movimento Orgulho Autista, Brasil MOAB – (Presidente de 2007 a 2011); Sócia Diretora da Gravadora Discompany junto ao músico e produtor musical Kiko Peres (ex-Natirutz) 2005 a 2007; Membro fundador do Fórum Permanente de Música do DF – FPM-DF – 2004 a 2014; Membro e representante do GAP - Grupo de Articulação Parlamentar Pró-música no Congresso Nacional , desde 2005; Representante do Fórum Nacional de Música no GT de Economia da Cultura MinC-Funarte (2009); Membro Fundador e diretora de Produção e Difusão da Associação dos Músicos do DF e Entorno - ASSOM (Fundada em 2006 e extinta em 2009); Consultoria para a elaboração do Sistema de Cultura do Distrito Federal, (2013); Consultora de planejamento e produção da IV Conferência de Cultura do DF, (2013); Consultoria para a criação e implementação dos Colegiados Setoriais (2012-2013); Consultora da elaboração do Plano de Cultura do Distrito Federal (2012); Coordenadora de Produção do Projeto “Consulta Pública: Cultura – Direito Social Básico. Pilar do desenvolvimento sustentável” realizado pela Secretaria de Cultura do DF, Realizadas em duas etapas sendo: Etapa 1: “O FAC que queremos” e Etapa 2 “Consulta Pública para a elaboração do Sistema de Cultura do Distrito Federal” (2012); Semina – Seminário Equidade de Gênero nas Profissões Técnicas da Cultura – Realizado pela Secretaria de Cultura – Consultoria para a elaboração da programação das atividades formativas (2017); Coordenadora Atividades Formativas – 47ª Edição do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro – Cursos, Debates, Oficinas, Seminários / UNB Campus Darcy Ribeiro e Campi, Cine Brasília, Universidade Católica, IESB (setembro, 2014); Programa Educativo da Exposição “A Terra Vista do Céu” de Yann Arthus-Bertrand – Realizado pelo Ministério da Cultura, Secretaria de Cultura do Distrito Federal, Embaixada da França no Brasil e Caixa Seguros, Praça do Museu da República (2012); Fórum sobre Capacitação em Mercados Criativos para a Copa de 2014 – Centro de Convenções Ulysses Guimarães realizado pela Secretaria de Cultura – (2011); Brasília 51 anos – Aniversário de Brasília - Colóquio de Economia Criativa (2011) Realizado pela Secretaria de Cultura do DF (2011); Conferência sobre Gênero e Raça no Festival Latinidades – Festival da Mulher Afro Latino Americana e Caribenha, Museu Nacional, Complexo Cultural da República, Brasília (2013); Festival Satélite 061 – Distrito Cultural em Debate –

da Cultura Digital, parceria: Ministério da Cultura e Programa Petrobras Cultural; 2010 | produtora executiva do Projeto Multimídia Produção Cultural no Brasil (SP), realização: Ministério da Cultura, parceria: Fundação Amigos da Cinemateca e Casa da Cultura Digital.

Coordenadora de Articulação Institucional e Articulação de redes: *Alexandra Capone*

Principais Funções e responsabilidades

- Elaboração do plano de articulação nas RAs.
- Apoio a coordenação geral do projeto.
- Identificação, seleção e contratação dos Conectores de redes.
- Coordenação da execução do plano de mobilização nas RAs.
- Articulação com os Conselhos Regionais de Cultura (CRCs).
- Articulação com administrações regionais e espaços públicos e privados para a realização das atividades nas RAs.
- Mobilização de público para o evento de lançamento do Programa Territórios Criativos.
- Correalização de oficina de sensibilização dos Conectores Criativos.
- Coordenar o levantamento e articulação de lideranças e empreendimentos criativos em cada RA.
- Corealização das atividades realizadas nas RAs;
- Subsidiar as ações da comunicação com fotos (conectores de redes), datas e locais das atividades desenvolvidas nas RAs.
- Elaboração de um plano de Articulação Setorial.
- Mobilização de empreendedores dos 3 setores (audiovisual, música e design).
- Apoio as atividades setoriais.
- Articulação política entre Secult e CRCs.
- Participação no júri de seleção de projetos.

Currículo resumido

Alexandra Capone é produtora, agente, empresária, captadora de recursos e consultora em projetos e acessibilidade. Desenvolveu diversas atividades voltadas para economia criativa, dentre os quais: Coordenadora de Articulação

Capone

da Cultura Digital, parceria: Ministério da Cultura e Programa Petrobras Cultural; 2010 | produtora executiva do Projeto Multimídia Produção Cultural no Brasil (SP), realização: Ministério da Cultura, parceria: Fundação Amigos da Cinemateca e Casa da Cultura Digital.

Coordenadora de Articulação Institucional e Articulação de redes: *Alexandra Capone*

Principais Funções e responsabilidades

- Elaboração do plano de articulação nas RAs.
- Apoio a coordenação geral do projeto.
- Identificação, seleção e contratação dos Conectores de redes.
- Coordenação da execução do plano de mobilização nas RAs.
- Articulação com os Conselhos Regionais de Cultura (CRCs).
- Articulação com administrações regionais e espaços públicos e privados para a realização das atividades nas RAs.
- Mobilização de público para o evento de lançamento do Programa Territórios Criativos.
- Correalização de oficina de sensibilização dos Conectores Criativos.
- Coordenar o levantamento e articulação de lideranças e empreendimentos criativos em cada RA.
- Corealização das atividades realizadas nas RAs;
- Subsidiar as ações da comunicação com fotos (conectores de redes), datas e locais das atividades desenvolvidas nas RAs.
- Elaboração de um plano de Articulação Setorial.
- Mobilização de empreendedores dos 3 setores (audiovisual, música e design).
- Apoio as atividades setoriais.
- Articulação política entre Secult e CRCs.
- Participação no júri de seleção de projetos.

Currículo resumido

Alexandra Capone é produtora, agente, empresária, captadora de recursos e consultora em projetos e acessibilidade. Desenvolveu diversas atividades voltadas para economia criativa, dentre os quais: Coordenadora de Articulação

Atendentes: *Daniele da Silva Oliveira Dias e Adrielly De Jesus Ragel*

Principais Funções e responsabilidades

- Receptivo do escritório
- Triagem de demandas
- Organização e gerência do espaço coworking
- Serviço de informações sobre cursos e consultorias
- Apoio a equipe técnica
- Gestão de documentos, correspondências e arquivo

Currículos Resumidos

Atendente 01 – Daniele da Silva Oliveira Dias

Daniele tem formação de segundo grau em Contabilidade e iniciou graduação em Gestão Pública no IESB. Tem experiência em secretariado executivo dos Conselhos de Cultura do Distrito Federal e de administração do Fundo de Apoio à Cultura, (atendimento ao público, assessoria e acompanhamento das agendas dos conselheiros, organização e convocação de reuniões e tramites administrativos).

Atendente 02 – Adrielly De Jesus Ragel

Adrielly é atleta paraolímpica e participou de diversos eventos esportivos tanto a nível regional, como nacional. Por sua experiência em eventos do gênero e devido à dedicação ao esporte, tornou-se palestrante motivacional, ministrando palestras principalmente no uniceub, aos alunos de educação física. Quase sem experiência profissional, receberá a oportunidade por ser dinâmica, proativa e determinada. Foi recomendada pelo seu excelente relacionamento interpessoal com colegas de trabalho e superiores, portando-se bem independentemente ou em equipe.

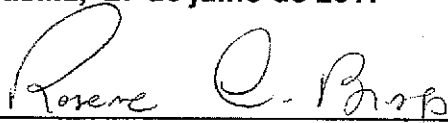
| | |
|-------------|---------------------------------------|
| Folha nº | 911 |
| Processo nº | 151000034/2011 |
| Rubrica | <i>[Assinatura]</i> Matrícula 2330336 |

18. DECLARAÇÃO DE ADIMPLÊNCIA

DECLARAÇÃO DE ADIMPLÊNCIA

Na qualidade de representante legal do INSTITUTO BEM CULTURAL, declaramos, para fins de prova junto à Secretaria de Estado de Cultura 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. **Pede deferimento,**

Brasília, 27 de julho de 2017



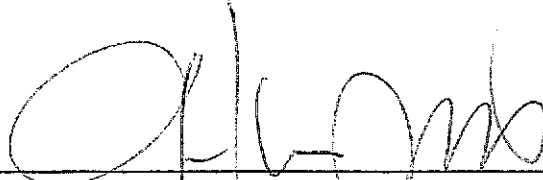
Presidente ROSEANE COELHO BRAGA



19. APROVAÇÃO PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Aprovo o presente plano de trabalho.

Brasília, ___ de _____ de 2017.



SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA DO DF
Administração Pública
Lúcia Guilhermes Almeida Reis
Secretária

Nome:

Cargo:

Matrícula:

| | |
|-------------|-------------------|
| Folha nº | 912 |
| Processo nº | 50000/34/2014 |
| Rubrica | Matrícula 2330938 |