



instituto de química  
Universidade Federal do Rio de Janeiro



GTODS  
CAXIAS

## Workshop Gestando Sonhos e Tendências de maneira criativa

**Felício Julio de Azevedo Hungria, Renata Victor, Marcelo Marques**

e-mail: [sonhosetendencias@gmail.com](mailto:sonhosetendencias@gmail.com), [tendenciasesonhos@gmail.com](mailto:tendenciasesonhos@gmail.com),  
[buzioscarioca@gmail.com](mailto:buzioscarioca@gmail.com)

Município: Macaé/Rio de Janeiro

Tempo de execução do projeto até 2021/01: 01 (um) ano

Setor da sociedade ao qual o projeto pertence (terceiro setor) e instituição (empresa: J A Turismo)

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Criatividade, Sustentabilidade, Comunicação, Inclusão Social

Sítio do projeto na internet:

<https://www.linkedin.com/pulse/descobrimdo-criatividade-sonhos-e-tend%25C3%25AAncias>

Conta do projeto no Facebook:

<https://www.facebook.com/sonhosetendencias>

Conta do projeto no Instagram:

<http://www.instagram.com/@sonhosetendencias>

Vídeo de 1 a 3 min no Youtube sobre o projeto:

<https://youtu.be/xXg6fatm8Fg>



instituto de química  
Universidade Federal do Rio de Janeiro



GTODS  
CAXIAS

Indique de um a três dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável fortemente relacionados ao projeto.

03 – Saúde e Bem Estar

04 – Educação e qualidade

08 – Trabalho decente e crescimento econômico

**APRESENTAÇÃO:** Este projeto busca auxiliar pessoas a desenvolverem Mentalidade Empreendedora Criativa. Gestando perspectivas de Sonhos possíveis de serem realizados em prazo específico. Aprimorando sua Identidade visual/digital nas redes sociais. Como suporte utilizamos as ferramentas de análise SWOT/FOFA e a meta SMART. Somada a paleta de cores, elementos visuais, indicações de serigrafia. Permitindo ao participante elaborar uma persona digital a qual será o produto da mentalidade empreendedora criativa.

**OBJETIVOS:** Construção da mentalidade empreendedora criativa por meio da elaboração de um plano de ação a ser executado pelos participantes com vistas a gestar o sonho idealizado. Alinhando do autoconhecimento e a autonomia de criação e gestão. Construindo metas a serem alcançáveis em prazos específicos. Incluindo os participantes no processo criativo. Gerando possibilidades de inserção social e profissional.

**METODOLOGIA:** A metodologia é de fácil aplicabilidade tendo em vista que desenvolveremos o projeto em três fases complementares e conectadas, a saber: diagnóstico inicial, construção do mural dos sonhos, criação da identidade no mundo digital. A sensibilização dos participantes é fundamental para a construção da mentalidade empreendedora criativa. Desde o Plano de Ação ao Planejamento Estratégico pautado no compartilhamento de processos entre os participantes e os moderadores do projeto.

**RESULTADOS:** Elaboração de um framework conectado a mentalidade empreendedora criativa, o qual será construído de maneira compartilhada com os participantes deste projeto. Conectando saberes, construindo tendencias, gestando sonhos. Permitindo a continuidade do processo de maneira autônoma e múltipla.



instituto de química  
Universidade Federal do Rio de Janeiro



GTODS  
CAXIAS

**CONCLUSÃO:** A finalidade é permitir ao participante acessar de maneira multidisciplinar a possibilidade de construir um sonho versátil, criativo, dinâmico, sustentável. Permitindo a interface do empreender, co criar, gestar, sonhar, planejar, agir, avaliar. Viabilizando a condução do modelo mental em novas tendências: o olhar empreendedor criativo.

## **BIBLIOGRAFIA:**

LAZZARO, Elisabetta. 2021. *"Linking the Creative Economy with Universities' Entrepreneurship: A Spillover Approach"* *Sustainability* 13, no. 3: 1078.

<https://doi.org/10.3390/su13031078>

MELLO, Sérgio Carvalho Benício de and CORDEIRO, Adriana Tenório. **Investigando novas articulações e possibilidades no discurso empreendedor: contexto, sujeito e ação.** *Organ. Soc.* [online]. 2010, vol.17, n.53 [cited 2021-01-18], pp.279-295.

NASSAR, Paulo. **Conceitos e Processos de Comunicação Organizacional.** In: KUNSCH, Margarida M. K. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas.** São Paulo: Difusão Editora, 2008, p.73.