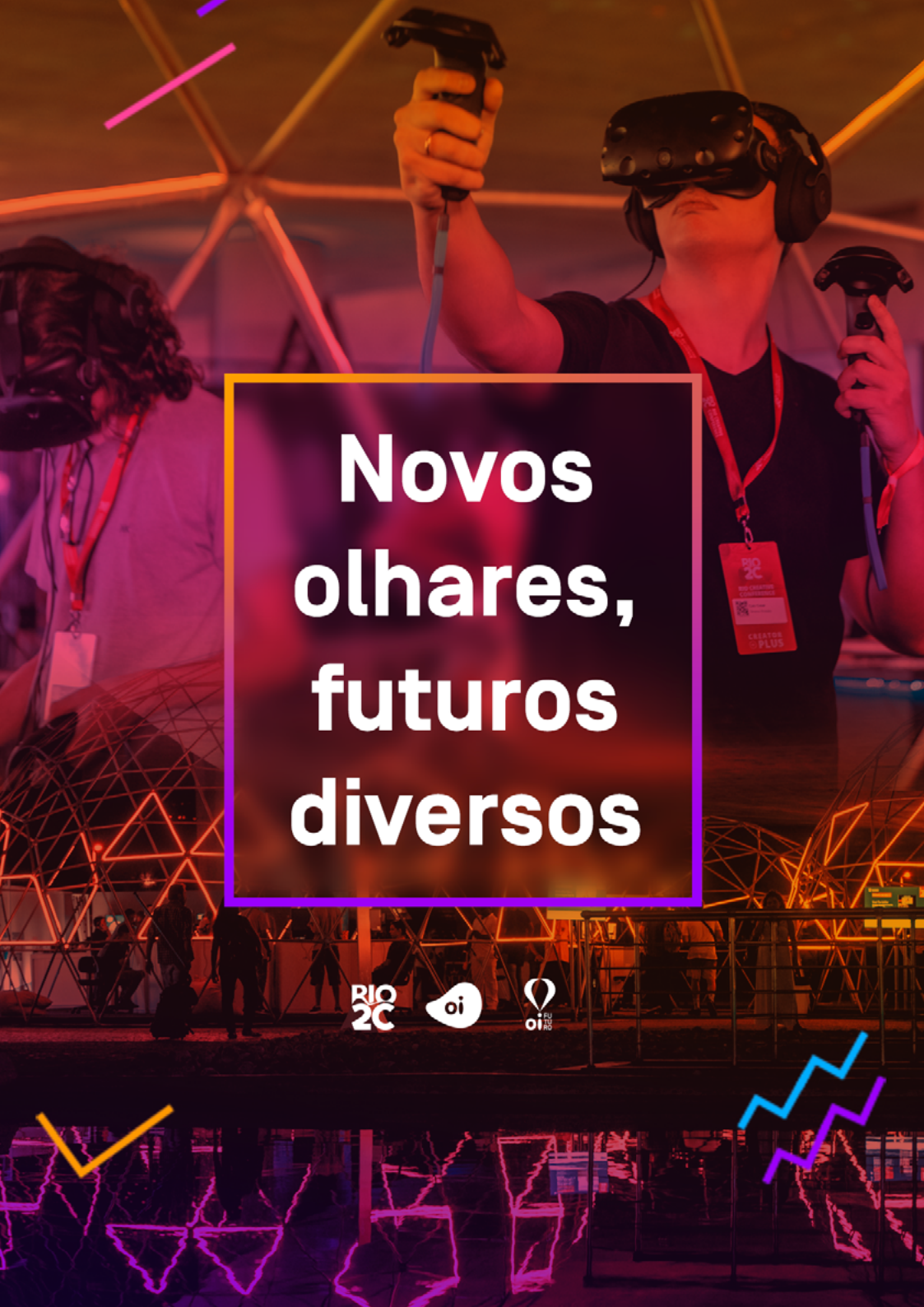

Novos
olhares,
futuros
diversos

Novos olhares e futuros diversos em quatro tempos

Uma educação que amplie o diálogo com o dia a dia dos jovens e professores e que atenda às demandas do mercado de trabalho. Os desafios das mulheres para empreender num ecossistema ainda muito masculino e com pouca diversidade. A inovação e a criatividade nos negócios de impacto e nas periferias. A música e o som movimentando a cena independente da economia criativa. A ética nas pesquisas que estudam o cérebro e o comportamento dos usuários das marcas.

O ser humano como a principal tecnologia para inovar e incluir. Estas foram algumas das tendências de futuro e iniciativas já em prática que colhemos com as lentes da inclusão e da diversidade em seis dias da conferência e festival Rio2C 2019. Para ampliar o acesso a esse conteúdo, reunimos uma parte dessas ideias neste livro digital para download e disseminação com nossas redes. Leia, compartilhe e, se possível, nos diga o que achou e refletiu a partir das percepções que aqui apresentamos. #JUNTOSTRANSFORMAMOS

Equipe Oi Futuro

Expediente:

Reportagem:
Barbora Gazal, Michel Alecrim e Raquel Almeida

Artigos:
Jaciana Melquiades, Kenya Rosa,
Thayná Golçalves e Sara Crosman

Edição:
Barbora Gazal, Luiza Miranda e Raquel Almeida

Fotografia: Luciola Villela

Projeto Gráfico: Rastro

O Oi Futuro é o Instituto de inovação e criatividade da Oi. Com iniciativas colaborativas e inovadoras, fomentamos experimentações e estimulamos conexões que potencializam o desenvolvimento pessoal e coletivo. Atuamos nas áreas de Educação, Cultura, Inovação Social e Esporte para melhorar a vida das pessoas e transformar a sociedade.

De 23 a 28 de abril, participamos do maior encontro de inovação e criatividade da América Latina. O Rio Creative Conference (Rio2C) é voltado para profissionais e entusiastas de audiovisual, música, mídia, ciência e tecnologia. O evento recebeu mais de 700 palestrantes na Cidade das Artes, no Rio de Janeiro, e se tornou plataforma de debates sobre tendências e negócios relacionados ao segmento audiovisual, comunicação e música.

ÍNDICE

5 – A criatividade sempre será humana

10 – O futuro é diverso: mulheres, periferias & diversidade para inovar com inclusão

14 – Inovação para incluir: como as novas tecnologias, podem trazer mais acesso a mercados e educação

21 – Neurociência, big data e a revolução digital exigem ética e responsabilidade

27 – Os principais debates da maior conferência de criatividade da América Latina

32 – Por que o cérebro foi o grande protagonista do Rio2C?

38 – Do soul ao funk carioca: Simonal foi referência no Rio2C

41 – Conexões inovadoras num futuro diverso: reflexões de uma imersão no Rio2C

A CRIATIVIDADE
SEMPRE SERÁ
HUMANA

A CRIATIVIDADE SEMPRE SERÁ HUMANA

O que distingue criatividade de inovação? A criatividade é a busca por novas ideias e formas de produzir e a inovação é o passo seguinte, a implementação bem sucedida dessas ideias. Não é à toa que o processo criativo foi e continua sendo alvo de muitas pesquisas e estudos científicos.

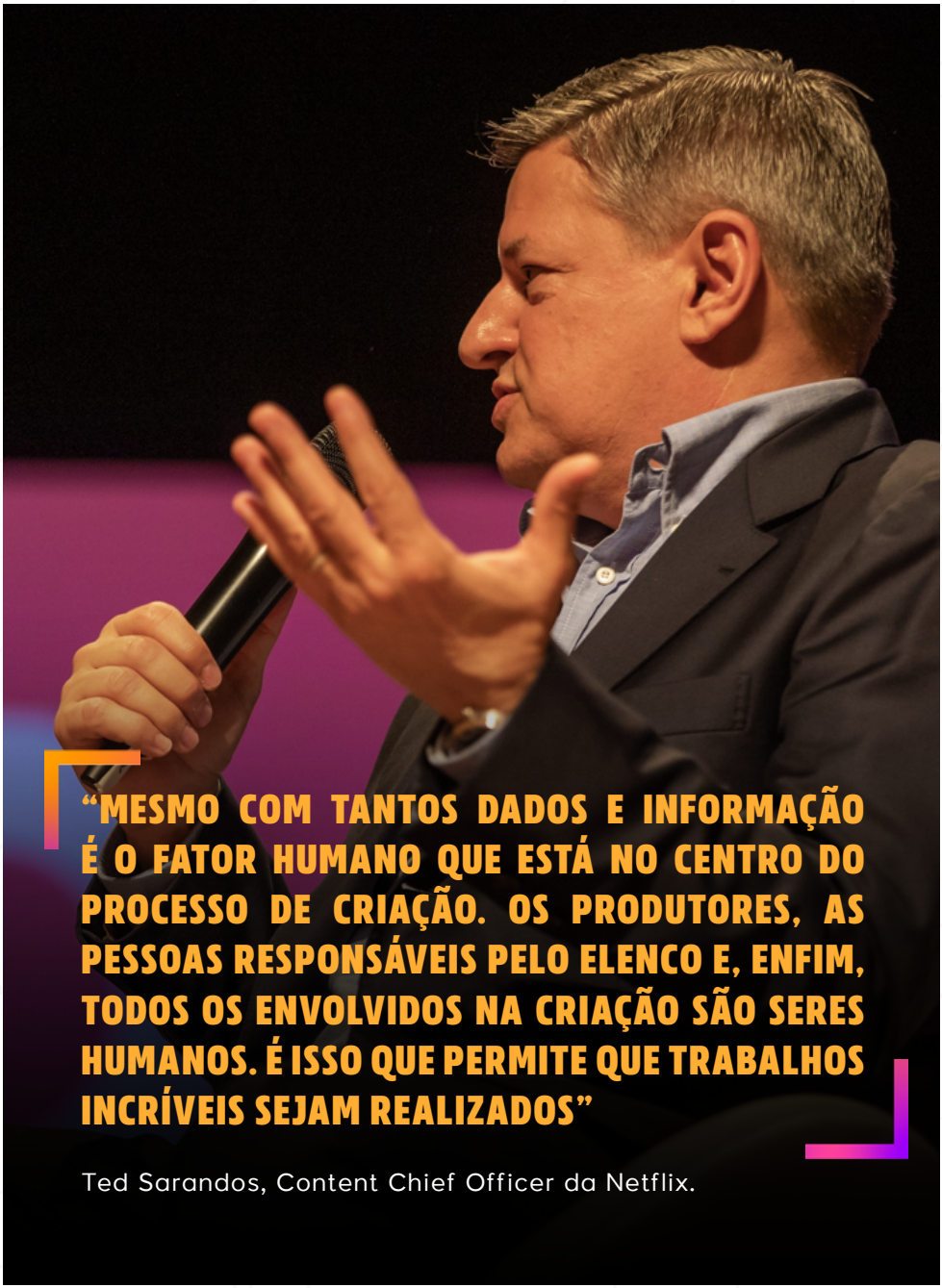
Afinal, uma pessoa nasce criativa ou aprende a ser criativa? Como estimular a criatividade? Como garantir que os processos de criação sejam desenvolvidos na educação de crianças e jovens? Que efeitos as novas tecnologias têm produzido na nossa criatividade?

A temática da criatividade esteve presente em quase todos os painéis do Rio2C 2019. Das mesas de produção de conteúdo até as que tratavam da ética na neurociência, o tema sempre emergia, com algumas certezas e muitas dessas dúvidas. E, mesmo sem conseguir responder a todas essas perguntas, o evento trouxe um ponto de convergência em relação ao tema: a criatividade é uma característica

humana e continua com um papel central para o desenvolvimento de nossa sociedade, apesar de todo o salto tecnológico que estamos vivendo.

Para muitos dos especialistas e experts no campo da produção de conteúdo, a tecnologia e os processos modernos de geração de informação não substituem o trabalho intuitivo e humano durante a criação.

As plataformas que monitoram e analisam o os dados de comportamento de usuários na Netflix, por exemplo, já possibilitam a criação de séries focadas no interesse do usuário, como foi com o sucesso Stranger Things, lançada em 2016. O mesmo acontece na Globo.com onde os sistemas de big data e machine learning estão diariamente processando, analisando e classificando 4 bilhões de eventos gerados por seus 103 milhões de usuários. Mas ainda assim são as análises humanas que direcionam as decisões sobre os conteúdos que serão produzidos para toda essa gente conectada.



“MESMO COM TANTOS DADOS E INFORMAÇÃO É O FATOR HUMANO QUE ESTÁ NO CENTRO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO. OS PRODUTORES, AS PESSOAS RESPONSÁVEIS PELO ELENCO E, ENFIM, TODOS OS ENVOLVIDOS NA CRIAÇÃO SÃO SERES HUMANOS. É ISSO QUE PERMITE QUE TRABALHOS INCRÍVEIS SEJAM REALIZADOS”

Ted Sarandos, Content Chief Officer da Netflix.

No território da educação e no uso das narrativas imersivas, a mesma visão também se impõe. A tecnologia acelera processos, oferece acesso a muita informação e novas formas e trilhas de aprendizado, mas o conhecimento é gerado a partir um ambiente criativo e diverso, onde os processos são conduzidos e centrados em humanos: alunos e professores. Por isso tem sido consenso entre os pesquisadores do campo da educação, que mais do que aprender a trabalhar com tecnologia na nova economia, é preciso formar profissionais com capacidade de empreender de forma criativa para transformar a sociedade.

A criatividade é um território que precisa de estímulo constante. Os principais ambientes e eventos de inovação do mundo são espaços que reúnem criadores de diversas áreas e campos, das exatas e das humanidades, para gerar ajuda mútua e efervescência cultural necessárias para mais investimentos. Está ligada à tecnologia de ponta e todos os benefícios que ela é capaz de trazer. Mas é o fator humano que faz com que ela exista e gere impacto.

O FUTURO É DIVERSO: MULHERES, PERIFERIAS & DIVERSIDADE PARA INOVAR COM INCLUSÃO

O FUTURO É DIVERSO: MULHERES, PERIFERIAS & DIVERSIDADE PARA INOVAR COM INCLUSÃO

Quando se pensa em inovação, o lugar-comum logo nos leva a pensar em tecnologia de ponta, mas a verdade é que a premissa para inovar não é ter ou desenvolver base de dados, algoritmos e afins, mas ser diverso. Olhar o mundo sob diferentes pontos de vista, conhecer e entender as necessidades de diferentes públicos e pensar em soluções que atendam a essa diversidade da população é o que gera inovação. O grande desafio, então, passa a ser pensar na inclusão para construir essa diversidade.

Ao dar voz para públicos variados que representam a pluralidade da sociedade e que, na maioria das vezes, estão afastados do mercado de trabalho e da pesquisa, como mulheres, negros, pessoas com deficiência, moradores da periferia ou em situação de vulnerabilidade social, é possível pensar em produtos e serviços que resolvam e atendam os desafios dessas pessoas e seus problemas no dia-a-dia.

A diversidade também se mostra um fator essencial na busca por inovação a partir do momento em que é fundamental para o desenvolvimento da criatividade. A ciência afirma que a criatividade é formada a partir de experiências e estímulos diversos que formam novas associações e permitem a ampliação de repertório mental a partir de novas conexões.

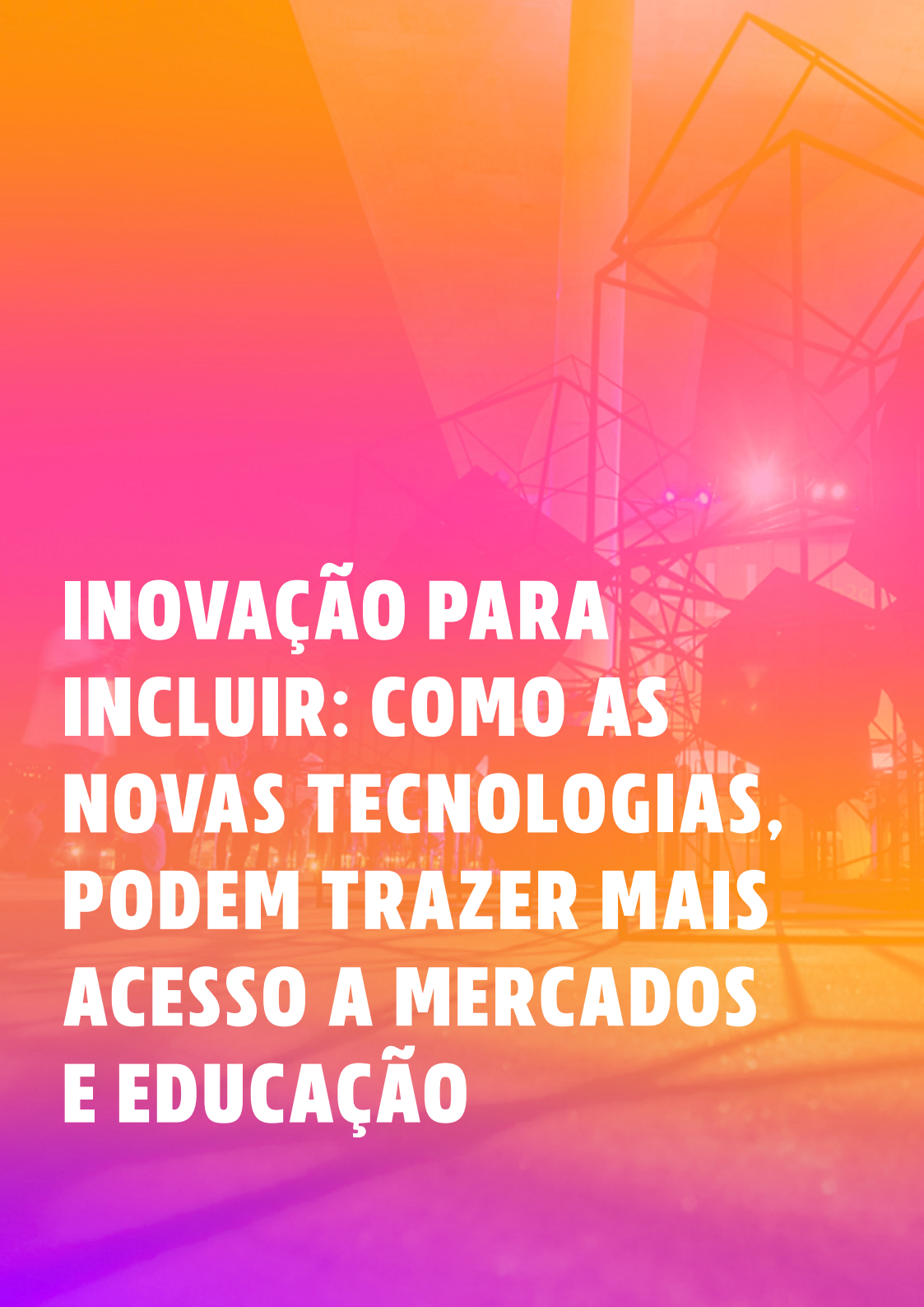
Então, quanto mais diversas forem ideias, percepções e vivências, mais criativas serão as soluções. Por outro lado, muitas vezes, para que haja inclusão, é necessário ser criativo. É com a criatividade que se dribla a falta de recursos técnicos, tecnológicos e financeiros e é a partir da criatividade que se chega na inovação. Quando o canal de YouTube Kondzilla começou, não havia tecnologia de ponta ou muito investimento, apenas um pensamento criativo que permitiu Konrad Dantas, seu criador, atender a uma demanda até então desconhecida no mundo do funk.

Quando Jaciana Melquiades iniciou o projeto “Era uma vez o Mundo”, ela não imaginou que isso se tornaria um negócio social -

apenas estava utilizando sua criatividade na busca por um mundo melhor para seu filho com a inclusão de pessoas negras e combate ao racismo por meio de atividades lúdicas.

Esses são somente alguns exemplos de empreendedorismo apresentados no Rio2C que demonstram como a criatividade é um elemento essencial para que haja inclusão social.

Com isso, é possível dizer que a inclusão é importante para a construção de diversidade, que, por sua vez, é fundamental para o desenvolvimento da criatividade e que, por sua vez, se faz essencial para a inclusão. Um ciclo perfeito de equilíbrio e sustentabilidade para a construção de um futuro inovador.



INOVAÇÃO PARA INCLUIR: COMO AS NOVAS TECNOLOGIAS, PODEM TRAZER MAIS ACESSO A MERCADOS E EDUCAÇÃO

INOVAÇÃO PARA INCLUIR: COMO AS NOVAS TECNOLOGIAS, PODEM TRAZER MAIS ACESSO A MERCADOS E EDUCAÇÃO

Quando a calculadora foi inventada, logo foi proibida em sala de aula, especialmente em dias de prova de matemática. Depois, foi a vez do celular ser barrado pelos professores e, quando a internet alcançou a tecnologia mobile, então, o smartphone durante a aula passou a ser considerado um vilão. Porém, diante do avanço tecnológico e geracional, a educação tenta ultrapassar as barreiras do ensino convencional para fazer do vilão um aliado.

A programação do Rio2C abordou, em diversos painéis, como a tecnologia pode ser utilizada como uma ferramenta que engaja e mobiliza, trazendo mais acesso à educação e a mercados. Em um mundo hiperconectado e hiperestimulado, provocar experiências virou palavra de ordem quando se trata de conquistar a atenção de alunos e de clientes.

Com isso, a educação passou a ser um dos setores que mais tem recebido investimentos em soluções tecnológicas e tenta, através delas, ampliar o acesso à aprendizagem e desenvolver novas formas de ensinar e aprender.

Para criar metodologias educacionais inovadoras, entretanto, é necessário apostar em profissionais que dominem as novas tecnologias de igual para igual com os alunos na sala de aula. Aproximar alunos e professores, seja por meio da cultura pop ou por uma personalização do ensino que atenda às necessidades de cada indivíduo em formação passou a ser fundamental para prender o interesse nas aulas e fazer com que o aprendizado não siga mais um formato top-down. Os novos educadores acreditam que quanto maior a flexibilidade do aluno para escolher horários e formatos na hora de estudar um conteúdo, melhor será o rendimento pessoal.

A ciência já comprovou o fato de que o conhecimento armazenado no cérebro é constantemente associado a fatores afetivos vivenciados pelas pessoas. Desde a década de 1990, pesquisas na área apontam a associação entre o envolvimento emocional e a apreensão dos conteúdos. Entretanto, aplicar essas descobertas ao contexto da sala de aula ainda é um desafio. Na era digital, portanto, jovens que passaram por uma metodologia de ensino que incentiva a participação e estimula a busca de conhecimento estão de fato pelo menos um passo à frente de quem não teve a mesma oportunidade.

Para o CEO do Instituto Singularidades, Miguel Thompson, no mundo todo houve um esforço de fazer com que as escolas gerassem indivíduos com formação básica uniformizada e uma especialização profissional. Tal sistema combinou bastante com a gestão de pessoas que vigorou nas fábricas e escritórios através do fordismo e taylorismo, que são modelos que obedecem às ideias do empresário Henry Ford e do engenheiro Frederick Taylor.

“ESSA HIPERESPECIALIZAÇÃO FEZ COM QUE A ESCOLA FICASSE ISOLADA DO MUNDO REAL, POIS A DISCIPLINA É DOMESTICADORA. POR ISSO, É TÃO COMUM O ALUNO SE PERGUNTAR COMO AQUELE CONTEÚDO SE RELACIONA COM SUA REALIDADE”

Miguel Thompson, CEO Instituto Singularidades

Além de atender à mudança geracional, as escolas precisam se adaptar para atender a um novo sistema de produção e a uma nova economia, apelidada de economia criativa, com profissões que fogem do convencional e de categorizações. Esse novo mercado exige um novo profissional e, portanto, uma nova formação. Como resultado dessa mudança de paradigma, instituições e diplomas perdem relevância enquanto há o crescimento da valorização do mercado de trabalho pelo conhecimento adquirido e por competências e habilidades socioemocionais que não são comprovadas com um certificado técnico.

As empresas da nova economia esperam dos profissionais mais do que um certificado, mas o que realmente podem trazer de resultado para seu negócio. É por isso que lidar com a diversidade, participar de forma colaborativa dos projetos e estar disposto a sugerir inovações nos processos em que atuam são capacidades importantes para quem ingressa na indústria criativa e que devem ser desenvolvidas desde a sala de aula.

Em um mundo cada vez mais competitivo e com mudanças tecnológicas constantes e, principalmente, em um Brasil com mais de um milhão de jovens entre 15 e 19 anos fora da escola, debater sobre novas formas de aprender e ensinar é fundamental. Não apenas para criar um ambiente onde a educação seja mais inovadora e criativa, mas para que de fato possa ser uma ferramenta de transformação e inclusão social.

NEUROCIÊNCIA, BIG DATA E A REVOLUÇÃO DIGITAL EXIGEM ÉTICA E RESPONSABILIDADE

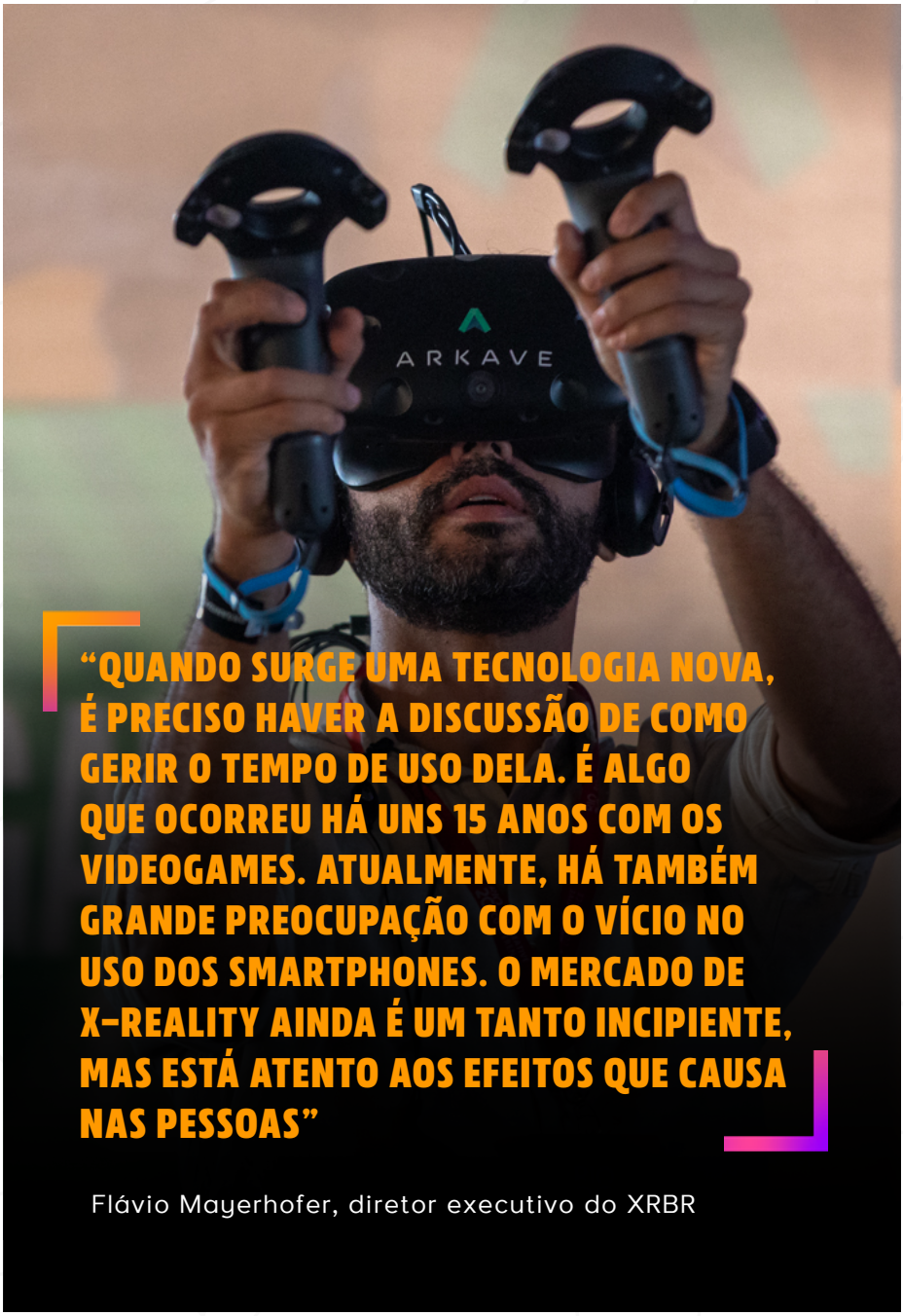
NEUROCIÊNCIA, BIG DATA E A REVOLUÇÃO DIGITAL EXIGEM ÉTICA E RESPONSABILIDADE

Ao mesmo tempo em que avançam as pesquisas da neurociência sobre o impacto das tecnologias digitais em nossos cérebros, novos devices e experiências imersivas têm invadido nosso dia a dia. As mudanças que se aceleram e nos avizinham vão desde a rotina de atividades profissionais até a forma como acessamos informações, como nos divertimos em eventos e como essas experiências e comportamentos são lidos em dados que analisados retroalimentam essas plataformas tecnológicas.

Telas de TV e de computadores tendem a ser substituídas por óculos de realidade virtual para possibilitar experiências únicas e individualizadas em games e exposições. O desconforto vivenciado em determinadas situações, como o de tratamentos médicos mais invasivos e longos, como uma quimioterapia ou um simples exame de sangue numa criança, passa ser minimizado com a imersão em um ambiente virtual que faz com que o paciente não perceba o que está se passando.

O emprego cada vez mais amplo dessas realidades que misturam a vida real com fantasias virtuais nos leva a alguns questionamentos éticos e de responsabilidade. Como garantir a integridade do indivíduo e seus dados pessoais em experiências imersivas que podem afetar suas memórias e criatividade?

Que tipo de efeitos e consequências estão sendo gerados a partir dessas vivências? Essas temáticas foram debatidas em vários painéis do Rio2C 2019. Os especialistas concordam que o que está por vir é uma mudança fundamental na forma como interagimos com a tecnologia. Mas enquanto alguns acreditam que o impacto será parecido com o que vivenciamos com a chegada dos smartphones, há os que apontem para maiores riscos, físicos e éticos, uma vez que as realidades virtual, aumentada e mista podem causar efeitos fisiológicos nos indivíduos. Para eles, limites precisam ser criados levando em conta a experiência já adquirida por produtores e os usuários. Discussão semelhante que ainda ocorre no mercado produtor de videogames.



“QUANDO SURGE UMA TECNOLOGIA NOVA, É PRECISO HAVER A DISCUSSÃO DE COMO GERIR O TEMPO DE USO DELA. É ALGO QUE OCORREU HÁ UNS 15 ANOS COM OS VIDEOGAMES. ATUALMENTE, HÁ TAMBÉM GRANDE PREOCUPAÇÃO COM O VÍCIO NO USO DOS SMARTPHONES. O MERCADO DE X-REALITY AINDA É UM TANTO INCIPIENTE, MAS ESTÁ ATENTO AOS EFEITOS QUE CAUSA NAS PESSOAS”

Flávio Mayerhofer, diretor executivo do XRBR

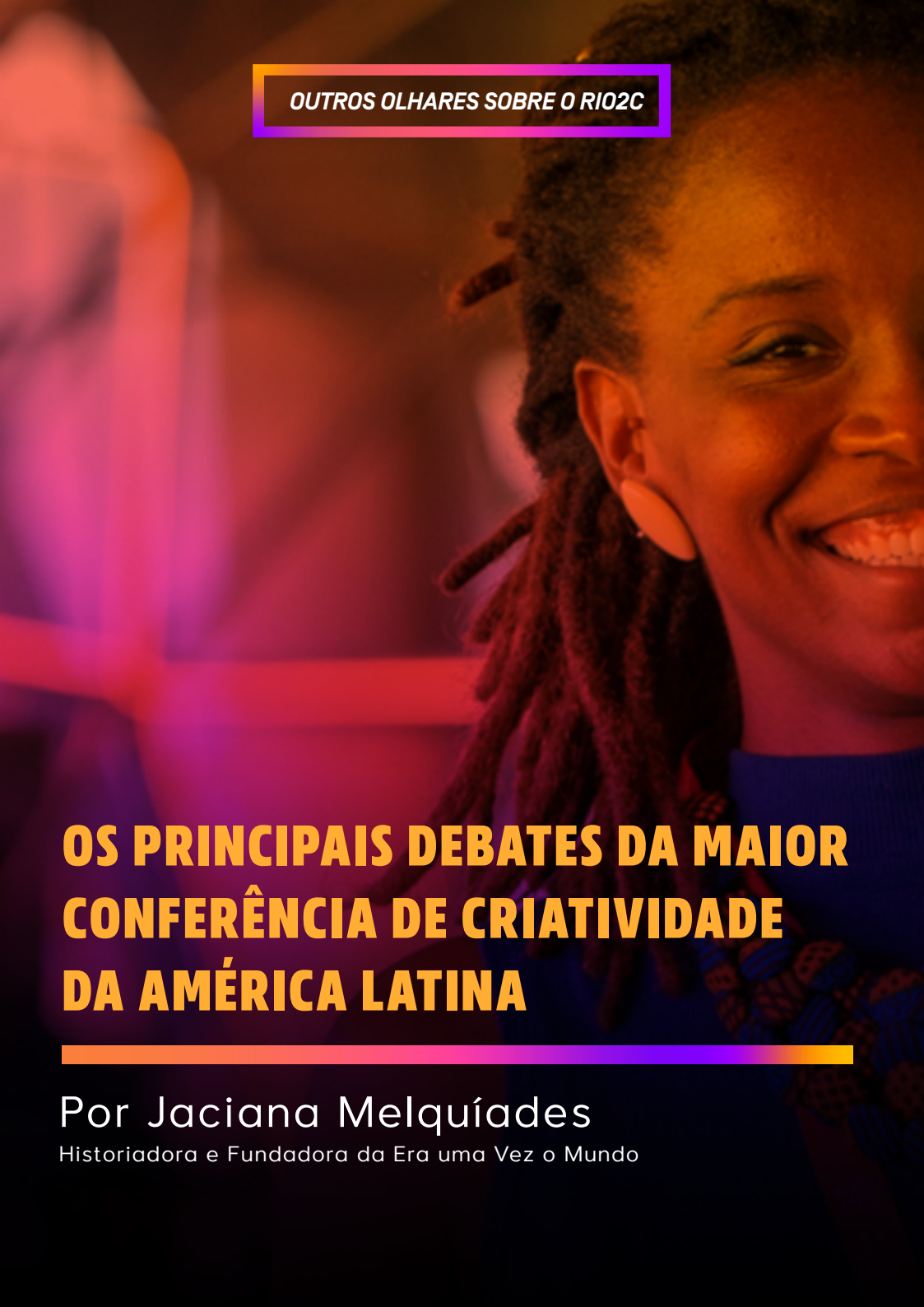
Empresas brasileiras produtoras de conteúdo para realidade virtual, aumentada e mista têm se reunido para estimular o crescimento do setor e discutir pautas pertinentes a esse novo ambiente tecnológico em franco crescimento. No ano passado, foi criado o XRBR, hub de profissionais da área de vários estados, que debate as implicações éticas do uso da chamada X-reality. O grupo promoveu uma trilha de debates sobre o tema na Rio2C e aplicações dessas tecnologias que iam de documentários a simuladores para treinamento de funcionários.

Ainda não sabemos os reais impactos e efeitos dessas novas tecnologias em nossos cérebros. As pesquisas no campo da neurociência em busca dessas respostas têm avançado, assim como as que estudam os efeitos de drogas que influenciam potencialmente o desempenho cognitivo, a criatividade e a memória. E o mesmo viés de ética e responsabilidade surgiu nos debates envolvendo essa temática.

Até que ponto o acesso a esses novos medicamentos estará acessível a todos e não vai gerar mais desigualdade? Como garantir que um aluno ou candidato a uma vaga não estejam em desvantagem simplesmente porque não tiveram acesso a uma tecnologia ou medicamento que potencializou seu desempenho naquela seleção? Como lidar com a possibilidade de diagnóstico de doenças ainda no útero da mãe e que serão rejeitadas a cobertura pelos planos de saúde?

O neurocientista e professor da UFRJ Roberto Lent, que há mais de 40 anos investiga a formação e a reorganização das conexões entre as áreas do cérebro, trouxe essas reflexões em um dos painéis do Rio2C.

Para ele, é urgente a ampliação do debate em relação ao interesse dos pacientes e o aumento da desigualdade. “Estamos vivendo um momento de muitas mudanças de paradigma. Há remédios que aumentam as capacidades cognitivas e podem melhorar o desempenho em exames.



OUTROS OLHARES SOBRE O RIO2C

OS PRINCIPAIS DEBATES DA MAIOR CONFERÊNCIA DE CRIATIVIDADE DA AMÉRICA LATINA

Por Jaciana Melquíades

Historiadora e Fundadora da Era uma Vez o Mundo

OS PRINCIPAIS DEBATES DA MAIOR CONFERÊNCIA DE CRIATIVIDADE DA AMÉRICA LATINA

Em abril, o Rio de Janeiro recebeu o maior evento de criatividade e inovação da América Latina e, quando penso nesses temas, fica impossível não pensar em juventude, tecnologia, programação e uma dezena de habilidades que as conexões entre pessoas exigem nos dias atuais. A grandiosidade do Rio2C já nos encontra na entrada da Cidade das Artes, na Barra. Espaço gigantesco que fica pequeno com a chegada de tantos interessados em debater e imergir nas novas tendências do mercado.

As palavras de ordem parecem ser INOVAR, COOPERAR E CONECTAR. Games e novas tecnologias nos recepcionam e stands de grandes marcas apresentam suas novidades e nos convidam a debater qual a melhor forma de transformar o futuro a partir de agora. A tecnologia aparece a serviço da educação como uma grande ferramenta de inclusão e desenvolvimento humano.

OS PRINCIPAIS DEBATES DA MAIOR CONFERÊNCIA DE CRIATIVIDADE DA AMÉRICA LATINA

Fiquei especialmente interessada pela programação do BRAIN SPACE, por conta de várias palestras que apresentam as potencialidades do cérebro humano. Uma grade com uma programação riquíssima dificulta a escolha de quais painéis assistir, mas de tudo o que consegui acompanhar, algumas lições chegaram com força:

EDUCAÇÃO É A BASE

Precisamos investir na educação de base para que consigamos garantir que o Brasil esteja preparado para os desafios dos anos seguintes. Num mundo cada vez mais conectado e tecnológico, precisaremos de pessoas preparadas para as profissões do futuro.

OS PRINCIPAIS DEBATES DA MAIOR CONFERÊNCIA DE CRIATIVIDADE DA AMÉRICA LATINA

Escolas do futuro precisam dialogar com as escolas tradicionais que temos hoje: nosso modelo de educação ainda conta com metodologias que estão em descompasso com a velocidade do mundo moderno. Escolas disruptivas podem ser grandes aliadas na transição do que temos hoje na maioria dos espaços de educação para um modelo que desenvolva habilidades e competências nos jovens que serão os líderes do futuro.

PERIFERIA É INOVAÇÃO

Apesar do evento ainda ser em sua grande maioria composto por um público pouco diverso socialmente e as experiências compartilhadas serem pautadas a partir das áreas geográficas com mais acessos, empresas parecem estar atentas a inovação oriunda das periferias do Brasil e do mundo. As periferias precisam criar soluções rápidas e baratas para problemas que assolam seu cotidiano, e tais soluções podem ser úteis e aplicadas em diversas outras realidades.

DIVERSIDADE CRIA INOVAÇÃO

Não é segredo que quanto mais diversos os espaços, mais inovadores e criativos eles serão. Mas apesar dessa consciência ser cada vez mais crescente nas corporações, precisamos ver crescer equipes diversas para que a multiplicidade de olhares crie soluções que só virão desse encontro.

OS PRINCIPAIS DEBATES DA MAIOR CONFERÊNCIA DE CRIATIVIDADE DA AMÉRICA LATINA

A experiência de poder ver de perto grandes mentes que movem o mundo foi incrível. Os conteúdos que circularam pelo Rio2C impactam nossa vida cotidianamente, invadem nossos smartphones e nos informam sobre as tendências para o futuro. Boa comunicação, liderança, trabalhar em equipe, cooperar para um futuro melhor e viver bem em comunidade são as habilidades fundamentais para o cidadão conectado do futuro que já existe hoje.

Cada vez mais estaremos conectados e encurtando fronteiras. O recado está sendo dado diariamente, acompanhar o ritmo é nosso dever de casa.

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

Por Kenya Rosa

Dj e Residente do projeto Arte Sônica Amplificada (ASA)

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

Ele pesa aproximadamente 1,5 kg e representa apenas 2% da massa corporal, só que o papel desse órgão conhecido como a “Central de Controle” do corpo humano em nada tem a ver com o seu tamanho. Com uma capacidade de armazenar o equivalente a 1000 terabytes de informação, o cérebro possui em seu interior mais conexões do que o número de estrelas que compõem a constelação da Via Láctea. Com uma introdução dessas fica até mais fácil entender porque ele ganhou destaque no Rio2C 2019, maior evento dedicado a criatividade e inovação da América Latina, que aconteceu durante os dias 23 a 28 de abril na Cidade das Artes. Aqui vão alguns pontos que você precisa saber sobre o tema que será a grande tendência da próxima década.

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

A NEUROCIÊNCIA É A NOVA APOSTA DA INDÚSTRIA

Antes de começar: você sabe o que é neurociência? Trata-se do estudo científico do sistema nervoso que permite entender como funciona o cérebro. Essa área de estudo, que existe desde o século XIX tem fama de ser uma área de estudo bastante complexa, e isso se deve ao fato de que a neurociência engloba conhecimentos de diversas campos como: farmacologia, medicina, bioquímica e psicologia. Todas essas áreas quando analisadas em conjunto possuem a capacidade de promover informações bem precisas sobre o comportamento e a mente humana.

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

A BRAIN SPACE FOI UMA DAS NOVIDADES MAIS AGUARDADAS DO RIO2C

Em todas as salas da programação do Rio2C, era possível encontrar algum painel que tivesse o cérebro como tema principal. Havia um lugar em particular onde curiosos, entusiastas, e estudiosos podiam se concentrar para assistir palestras que tratavam exclusivamente do tema. A BrainSpace foi sem dúvidas umas das grandes surpresas do evento. Sob a curadoria do neurocientista Steves Rehen, um dos maiores representantes da pesquisa científica do Brasil, foram convidados médicos, psiquiatras, artistas e pesquisadores que promoveram uma completa imersão nos conhecimentos sobre o funcionamento do cérebro, assim como discussões sobre os próximos passos da ciência em temas como: mente e consciência, transtornos psicológicos, sonhos e memória.

ENTENDENDO O CÉREBRO DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DA NEUROCIÊNCIA

Em um dos painéis mais disputados pelo público, “Neurociência do Consumo”, apresentando pelas cientistas Agatha Lopes e Aline Souza, a neurociência foi abordada como a solução definitiva da indústria criativa para compreender o comportamento do consumidor.

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

Quais as reações físicas que caracterizam a conexão do consumidor com um produto? Quais os estímulos que provocam essa ligação? E como o mercado pode agir para estabelecer interações cada vez mais eficazes? Todas essas perguntas buscam respostas no conceito de neuromarketing. Basicamente, o nosso cérebro responde a 3 estímulos principais: atenção, emoção e memória. E o que isso significa? Que durante a decisão entre um produto ou outro, aquele que tiver a marca atrelada a algum símbolo que desperte a minha atenção conseguirá cativar a emoção do público. Nesse processo a razão pouco importa.

AS MULHERES ESTÃO DOMINANDO A CENA

A atuação feminina no Rio2C foi realmente um acontecimento, o número de painéis apresentados nas áreas de tecnologia, audiovisual e ciências, apenas confirmou um fato cada vez mais notável: o crescimento da quantidade de mulheres em áreas que até alguns anos atrás eram predominantemente masculinas. Os debates sobre empreendedorismo feminino, meditação e inovação e neuroplasticidade (capacidade do cérebro se modificar e se adaptar quando sujeito a novas experiências) foram destaques na programação. Como grande parte do público era composto por adultos e jovens na faixa etária de 19 a 30 anos, a aproximação com conceitos de empoderamento e representatividade, através de referências femininas em posições de

POR QUE O CÉREBRO FOI O GRANDE PROTAGONISTA DO RIO2C?

destaque, tem o potencial para influenciar toda uma nova geração interessada em criar um ambiente mais igualitário e inclusivo no meio audiovisual e empresarial.

O RIO2C CONSEGUIU APRESENTAR UMA PRÉVIA DO FUTURO

O Brasil é sem dúvidas um grande pólo de de inovações científicas. É crucial promover o entendimento sobre nossa posição em comparação a outros países reconhecidos como nações de primeiro mundo. Apesar da escassez de investimentos em pesquisas e projetos das áreas das artes e da tecnologia, profissionais e estudantes dedicados e corajosos encontram-se espalhados por todo o país, desenvolvendo criações e pesquisas vanguardistas e disruptivas.

OUTROS OLHARES SOBRE O RIO2C

DO SOUL AO FUNK CARIOCA: SIMONAL FOI REFERÊNCIA NO RIO2C

Por Thayná Gonçalves

Ex-aluna da Oi Kabum! Lab, filmmaker e integrante do coletivo Britney's Crew

DO SOUL AO FUNK CARIOCA: SIMONAL FOI REFERÊNCIA NO RIO2C

Já parou pra pensar de onde os funkeiros tiram suas referências para criar suas músicas? Pois bem, eu tenho um funk em mente que eu tinha dúvidas de sua referência e ele começa bem assim: “Normal, mamãe passou açúcar em mim”.

Reconheceu? Se você nasceu nos anos 90, assim como eu, deve ter notado que frase acima é de um funk que virou hit no ano de 2013. A questão é: eu não sabia que por trás da frase acima existiu um artista que compôs uma música com o mesmo refrão em 1966. O nome dele é Wilson Simonal.

Você já deve ter ouvido falar ou escutar uma de suas grandes canções como “Nem vem que não tem” , “Meu limão meu limoeiro” ou “Sá Marina” (senão, peço para que ouça agora mesmo).

DO SOUL AO FUNK CARIOCA: SIMONAL FOI REFERÊNCIA NO RIO2C

O motivo de eu estar falando sobre esse assunto, é por conta da experiência que eu tive no evento Rio2C, o maior evento de inovação e criatividade da América latina, e eu fui convidada pelo Oi futuro a ser embaixadora e levar o meu olhar sobre o tal.

No dia 28 de abril, domingo, passei o meu dia inteirinho na Cidade das Artes e aproveitei cada minuto de tudo que o evento estava proporcionando. Tive minha primeira experiência com um vídeogame de realidade virtual (VR), assisti palestras sobre educação, sobre mulheres protagonizando a sua própria cena e tirei duas horinhas para assistir o filme " Simonal" que me chamou atenção pela breve sinopse.

O filme me fez perceber que nós jovens, precisamos nos aprofundar mais sobre a nossa cultura e história. Uma frase conhecida como "Mamãe passou açúcar em mim" não foi gerada, falada e conhecida na nossa geração, mas sim, na geração dos nosso avós e bisavós. Além de tudo, conheci e aprendi sobre um cara que foi um ícone como cantor, compositor e apresentador de TV e deixou um legado com suas músicas, assim como pelo seu jeitão de ser.

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Por Sara Crosman
Diretora Executiva do Oi Futuro

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Uma nova sociedade surge, pautada por profundas transformações. Nesse momento de mudança, tudo o que sabemos é que o que estar por vir será diferente do que existe hoje e não podemos nos basear no passado para imaginar o futuro. É neste cenário que a inovação emerge como palavra de ordem. Mas para falar de inovação precisamos, em primeiro lugar, esclarecer a ideia de que a inovação está sempre associada à tecnologia.

Para inovar, não é preciso criar uma solução disruptiva ou desenvolver novos algoritmos. Pelo contrário, negócios de sucesso inovam ao realizar até as tarefas mais simples, que podem ser ofertadas de uma forma mais conveniente. Ou ser uma solução que resolva uma dor ou que traga uma nova percepção de valor, desde que esteja sempre focado no ser humano. O caminho para sobrevivência em uma sociedade cada vez mais complexa é a inovação continuada. Mas a inovação é o final da história.

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Para que ela aconteça é preciso estar num ambiente que estimule a criatividade. Para Teresa Amabile, professora e pesquisadora na Harvard Business School que é uma referência mundial para o tema, criatividade é o primeiro passo de um processo que idealmente resultará em inovação. Criatividade é buscar ideias novas e úteis. Inovação é a implementação bem sucedida dessas ideias.

É com essa habilidade que conseguimos superar os desafios e trilhar jornadas de sucesso. Ser criativo nos dá a possibilidade de enxergar o que inicialmente parecia ser um problema por diferentes ângulos e assim encontrar saídas completamente novas e interessantes. É preciso dedicação e trabalho para fazer conexões que não foram pensadas antes por ninguém.

Não é por acaso então que cerca de 25 mil pessoas das mais variadas profissões e interesses tenham estado juntas durante o Rio2C, o

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Rio Creative Conference, evento que aconteceu de 23 a 28 de abril e ofereceu mais de 400 painéis para falar de inovação e criatividade. Nos quatro dias de conferência e dois de festival, a tônica dos debates e conversas foi em torno de projetos, iniciativas e metodologias que possam nos inspirar a inovar de forma criativa nos negócios, conteúdos e na produção de conhecimento.

Para quem mergulhou nessa experiência intensa ficam diversos aprendizados e inspirações e destaco duas percepções importantes. Uma delas é a relevância da diversidade para construção de novos futuros. Vários projetos e painéis trouxeram a força da periferia e das mulheres para movimentar os negócios da economia criativa e o ecossistema da inovação.

> **"A GENTE TEM QUE TER TODA A DIVERSIDADE POSSÍVEL PARA PODER EXTRAPOLAR NOSSO UNIVERSO. SINTO IMPACTO POR SER MULHER, NEGRA E DA PERIFERIA. CONSEGUIR SER RESPEITADA COMO DONA E FUNDADORA DA EMPRESA É UM DESAFIO."**

contou Jaciana Melquíades, empresária e fundadora do "Era uma vez o mundo", negócio social impulsionado pelo Labora, laboratório de inovação social do Oi Futuro, no painel sobre o "Empreendedorismo feminino de impacto social".

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Mariana Sá, diretora de criação da TV Globo, também trouxe o tema no painel sobre criatividade feminina: “A ciência diz que a criatividade é potencializada pela diversidade de experiências. Então, quanto mais diferente a gente for, infinitas serão as possibilidades criativas”, afirmou. “Promover a diversidade é uma questão de sobrevivência, inclusive, econômica”, concluiu Joanna Monteiro, CCO da FCB Brasil.

O segundo ponto de destaque que emergiu dos debates da Rio2C foi a importância de inovar também a serviço da inclusão. Como garantir que as novas inovações e tecnologias, dos games às narrativas imersivas, possam ampliar o acesso de mais pessoas a novos mercados e à educação? Como fortalecer as redes de inovação para que possam gerar sentimento de pertencimento?

“NÃO FAZ SENTIDO FALAR EM FORTALECIMENTO DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO SE NÃO INVESTIRMOS EM INCLUSÃO.”

nos contou Hector Gusmão, presidente da Fábrica de Startups Brasil, que participou do painel “Hubs de Inovação: Oportunidades para o RJ”.

CONEXÕES INOVADORAS NUM FUTURO DIVERSO: REFLEXÕES DE UMA IMERSÃO NO RIO2C

Fica claro que diversidade e inclusão não são opções, são premissas indiscutíveis para ser criativo e inovar. E nenhum negócio ou projeto conseguirá sobreviver à revolução tecnológica digital que estamos vivendo se não ampliar a diversidade de suas equipes e se não tiver em mente que é preciso pensar na inclusão de seus funcionários e clientes. Só com esses olhares diversos será possível entender as necessidades e criar conexões verdadeiras com as audiências que poderão se traduzir em produtos, serviços e ações que de fato tenham valor numa sociedade ultra conectada e inserida em cenários cada vez mais complexos.

RIO
2C
oi
oi
FU
TU
RO