

## A FORMAÇÃO DE PRÁTICAS EMPREENDEDORAS NA REDE DE ECONOMIA CRIATIVA NO ESTADO DE CEARÁ - BRASIL.<sup>1</sup>

Karine Pinheiro de Souza  
*Doutoranda em Tecnologia Educativa*  
*Universidade do Minho*  
[karinepinheiro@yahoo.com.br](mailto:karinepinheiro@yahoo.com.br)

Bento D. Silva  
*Phd. Universidade do Minho*  
[bento@ie.uminho.pt](mailto:bento@ie.uminho.pt)

A economia criativa temática estudada em vários países da comunidade internacional, de acordo com a visão estratégica do comitê estratégico da Europa 2020, que propõe o crescimento baseado na inovação, na criação de empregos, no desenvolvimento de vários sectores que repercutem na Economia Criativa. O presente estudo tem como objectivo compreender a formação da escola pública com jovens empreendedores criativos e perceber a importância de articular os diversos sectores de treinamento, a fim de possibilitar a continuidade de políticas para encorajar as incubadoras de ideias criativas. A metodologia de investigação será um estudo de caso, com base em recortes de redes sociais e ambientes virtuais. No estudo foi constatado novas formas de esforços criativos e empreendedorismo intencional, essas observações foram destacadas durante a pesquisa-ação do Projeto Agentes Digitais como ferramenta de mobilização de empresários criativos, com uso de várias ferramentas de colaboração da web.

**Palavras-chave:** Tecnologias de rede. Informação e Comunicação. Economia Criativa.

### 1. NOVAS TRILHAS COM A ECONOMIA CRIATIVA

Na sociedade em rede apresenta-se uma nova geração que potencializa a transformação da informação em conhecimento, em que se focaliza a capacidade humana de produzir seus talentos que atuam em setores da chamada Economia Criativa, que rompe com as máquinas no centro de tudo, em que o eixo deixa de ser o concreto para o abstrato, tendo o cérebro humano como centro das transformações sociais.

Assim, advém o conceito de Economia Criativa, baseado nas Indústrias Criativas, um novo negócio em que as ideias criativas se transformam em valores econômicos (Howkins, 2001), setor ancorado por meio da expressão do homem sobre sua cultura. Os empreendimentos agregam valor aos setores culturais, ao patrimônio, as expressões, artes de espetáculo, audiovisual e livro, leitura e literatura, ampliando-se para a moda, design, arquitetura, artesanato, num processo que vislumbra um novo mundo de negócios, galgados na diversidade, inclusão social e sustentabilidade.

---

<sup>1</sup> Parte do estudo referente Artigo publicado em espanhol nas Actas do *International Conference on Social experience, Barcelona, 3-4 July 2012.*

De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro- FIRJAN /2008, a Economia Criativa no Brasil responde a quase 22 % dos trabalhadores, que em seus cargos são melhor remunerados que a média nacional. Além desses indicadores sociais, de possíveis produtos e serviços gerados, é importante destacar as mudanças sociais, organizacionais, políticos, educacionais e econômicos. Ou seja, o valor está no conhecimento adquirido, em como promover novos conhecimentos entre as pessoas. Tal advém da mudança de postura do homem frente a uma cultura empreendedora.

No sentido de compreender o quanto o empreendedorismo é a mola propulsora da Economia Criativa, apresenta-se o conceito tratado por (Reis, 2008) que remete “à capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso, equacionar soluções para novos e velhos problemas. Em termos econômicos, a criatividade é um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso. Além disso, a “concorrência” entre agentes criativos, em vez de saturar o mercado, atrai e estimula a atuação de novos produtores.”

A criatividade, como trata a (Reis, 2008), é o “combustível” desse novo mercado, está no diálogo, na interlocução entre os diversos setores, com a concorrência, não somente no âmbito das artes, mas em atividades que gerem valor ao resolver os problemas sociais, por meio das mídias interativas e do design da comunicação. Para fortalecer esse setor é fundamental o estímulo, para que não fique apenas no mundo das artes, da cultura, mas dialogue com os outros setores. O que podemos representar nos trechos do verso de (Goswami, 2012) “Creativity dwells not/in analysis and comparison/Its abode is the twilight zone/beyond locality.”

Com a leitura desse trecho da poesia compreendemos que é nas redes que reside a criatividade por meio das trocas, das interatividades e dos conhecimentos, mas também de afetos, de ideias e de amores. Essa é a característica de um trabalho desse novo contexto econômico, o trabalho imaterial.

Em suma, a criatividade é uma marca do brasileiro com a sua irreverência, seu humor, sua sagacidade, sua forma de reagir perante os problemas. No entanto, diante dos estudos de (Greco,2010) ainda existe uma necessidade de atrelar toda essa criatividade a uma infraestrutura, que possa gerar valor agregado a toda essa diversidade cultural. Também no relatório do Sebrae (2009) se afirma que essa diversidade representa um impulsionador para essa nova economia, num mecanismo em que a identidade cultural produz novos negócios.

Para o Brasil se fortalecer nesse setor, segundo (Reis,2009), é preciso que outras condições sejam garantidas, do amplo acesso à infraestrutura de tecnologia e comunicações ao reconhecimento do valor do intangível embutido nos bens criativos, passando pela reorganização da

arquitetura institucional entre os agentes públicos, privados e do terceiro setor, além do fomento ao empreendedorismo.

## **2. A CULTURA EMPREENDEDORA**

De acordo com os dados de (Greco, 2010) a maioria dos países possui mais empreendedores motivados por oportunidade que por necessidade, ou seja, a medida que um país se desenvolve aumenta o número de empreendedores por oportunidade. Segundo (Greco, 2010):

empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio. Os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda.

Numa análise da pesquisa realizada com 59 países, de acordo com os estudos do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, o Brasil está na lista dos países que mais empreendem, junto com a China e a Índia. De acordo com (Greco, 2012), frente de atividades empreendedoras, “nos países do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), o Brasil tem população mais empreendedora, com 17,5% de empreendedores em estágio inicial, a China teve 14,4%, a Rússia 3,9% , enquanto a Índia não participou da pesquisa nos últimos dois anos. Sendo que, em 2008 a taxa de empreendedor adulto foi de 11,5%.” No entanto, uma análise cuidada dos indicadores mostra que existe ainda uma grande lacuna na formação do povo brasileiro para a cultura empreendedora, a economia criativa e o desenvolvimento sustentável.

Numa leitura crítica do modelo de empreendedorismo da China, verifica-se que está ancorado em subprodutos, criação de clones, os “kinlingis”, com uma força de trabalho sobre humano. Deixa a desejar pela falta de preocupação com o meio ambiente e descaso aos direitos humanos. O empreendedorismo, desse país, está baseado em escravizar mão de obra, no contexto em que trabalhadores são colocados em mais de 12 horas de trabalho por dia, com a hora de trabalho superfacturada, em detrimento de grandes empresas e da exploração. Para avançar na economia criativa, a China necessitará romper com o modelo de simples reprodução, investir em formações e em pesquisas de base tecnológica. Para sair da simples reprodução para a inovação, precisa criar novos produtos que gerem valor e identidade comercial ao país.

Em contraponto a esses dados, o Brasil tem demonstrado a tendência de crescimento de atividade empreendedora. O país tem o maior índice de empreendedores, mas interessa compreender o que esses indicadores representam na inclusão digital, na criação de novas patentes, na inovação de produtos tecnológicos, na sustentabilidade e na representação da sua diversidade cultural. Por outro lado, é necessário também compreender que mudanças significativas acontecem

quando se potencializa a cultura empreendedora. Para o desenvolvimento de agentes de mudança social, conforme sustenta (Lopes, 2011), “as escolas técnicas e as universidades devem pesquisar novas oportunidades de negócios que promovam o desenvolvimento sustentável e a redução de pobreza”. O que só é possível com a formação empreendedora.

No caso específico do estado do Ceará foi desenvolvido um projeto para fomentar essa cultura desde o ensino médio. Para tanto, foi aplicado um projeto com jovens do ensino básico para que possam partilhar suas ideias criativas tecnológicas, no intuito de melhorar a vida das pessoas e das comunidades com o apoio das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação - TDIC. Esse projeto tem como sentido ser uma oportunidade empreendedora, romper com o modelo de reprodução de cópias, apostando na criação de produtos e serviços tecnológicos tendo como princípio a sustentabilidade e a inovação. Tem como base o cenário proposto no relatório do GEM (Greco, 2010):

não somente as aspirações empreendedoras levam o indivíduo a ‘empreender’, mas, também, as questões relativas à mentalidade, ao ambiente sociocultural e ao mercado consumidor são levadas em conta, agregadas aos fatores relacionados aos negócios, tais como política, infraestrutura, capital formal, etc.

O sentido deste projeto pode ser reforçado com os estudos da Sociedade em Rede, destacando (Castels, 1999) que na era da informação e comunicação é fundamental o homem ter amplitude no olhar as várias medias, pois “no desenvolvimento informacional surgem novas formas de interação, controle e transformação social”. Na Educação e Formação, Silva (2000) colabora com esse conceito em destacar que o desafio colocado aos educadores e aos professores é a compreensão da chegada do tempo em que as tecnologias permitem romper com o modelo de instrução para o modelo colaborativo, em forma de Rede, em “um modelo cujo funcionamento se baseia na construção colaborativa de saberes, na abertura aos contextos sociais e culturais, à diversidade dos alunos, aos seus conhecimentos, experimentações e interesses”.

### **3. ESTUDANDO AS EXPERIÊNCIAS**

Os conceitos tratados no estudo de caso têm como fonte a revolução causada pelas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), cuja revisão de literatura caracteriza não só importância do empreendedorismo para o cenário da Economia Criativa, como também as contribuições metodológicas com base na execução do projeto *Agentes Digitais* que tem como principal objetivo desenvolver a criatividade dos jovens junto a suas comunidades, por meio da produção de bens e serviços, baseados em textos, símbolos e imagens que representam suas

comunidades, com o apoio das TDIC, que repercutem significativamente na economia criativa no estado do Ceará.

O projeto que será objeto de estudo foi financiado pelo Ministério da Educação e Cultura - MEC e pela Universidade Federal do Ceará – UFC, e encontra-se disponível no link <http://174.120.239.157/~agentesd/ead-dev/>. O material didático virtual propõe atividades na área de TIC e Empreendedorismo (conceitos de empreendedorismo e suas abordagens, promovendo produtos e serviços para as TIC, tendo como base os processos de cultura digital e inovação).

Desta forma, o recorte do estudo de caso terá com base as atividades desenvolvidas no projeto e das interações desencadeadas com o uso de ferramentas colaborativas pelos jovens que criaram o plano de negócio para construção de páginas na Web, como exemplo “The Face Site” uma oportunidade de transformação social, inclusão digital de negócios de suas comunidades.

#### **4. UM NOVO CAMINHO A TRILHAR**

Pode-se destacar que o processo colaborativo entre os participantes do projeto promoveu a superação da exclusão social, transformou as atividades de pura informação em novos conhecimentos. Conforme destaca (Gomez, 2004), “a educação se realiza em outros lugares além da escola, podem-se dizer que não existem fronteiras quando se utiliza a Internet para o aprendizado das pessoas”.

O projeto que fora implementado com 200 jovens de escolas públicas do estado do Ceará-Brasil, desenvolveu-se com a premissa da inclusão digital, em que alunos excluídos desse contexto eram estimulados a pensar. Por meio de uma atividade interativa, com o uso do fórum de debates (ferramenta assíncrona do ambiente virtual de aprendizagem) e das redes sociais (Facebook), que promoveu-se a comparação, a interação com outros colegas, ou seja, levando o conteúdo do curso para suas práticas.

Um exemplo de prática dá-se no primeiro módulo, em que o aluno é colocado diante da situação do sonho, pois que, de acordo com (Dolabela, 2008), o sonho é visto como uma linguagem do dia a dia. Rompeu-se, assim, com a dificuldade que as escolas têm de ensinar a sonhar, só se preocupando com o repasse de conteúdos que muitas vezes nem são apresentados de forma contextualizado com o mundo em que vivem. Além do processo de projeção da primeira atividade, o aluno é instigado expor a sua imagem, ao grupo e interagir com o outro por meio de desenhos. Outra ação foi a criação da logomarca de seu projeto e divulgação na Rede Social (Facebook).



Galera o nosso logo é esse ooh!!



#### Ilustração 1: Atividade do Projeto Agentes Digitais e a Criação de logomarca

Tendo com base o recorte de algumas atividades que mobilizam a colaboração e atitude empreendedora, pode-se vivenciar que o jovem desenvolve uma motivação. De acordo com estatísticas do ambiente virtual, 98% responderam sobre as pessoas que admiram e sobre quem o influencia como empreendedor. Isso possibilitou elementos de troca de vivências, estabelecendo relações com grandes nomes, líderes que possuem “Know-how” em sua área de atuação, além de repensar quem são os empreendedores.

Após a leitura das várias maneiras de atuar como Empreendedor, pesquise a bibliografia de grandes líderes da história mundial, sem identificação de nome ou nacionalidade. Poste no “Fórum - Grandes Líderes” e inicie uma discussão com seus colegas sobre as características desse líder que você escolheu. Dê a oportunidade para seu colega adivinhar a identidade dos líderes em discussão na atividade! (Módulo 1- Aula 3).

Conforme refere (Lopes, 2010) essas atividades permitem desenvolver habilidades e competências para lidar com a complexidade, pois misturam conhecimentos, habilidades técnicas e a arte.

Nesse processo de implementação do projeto, o diálogo era uma marca constante, principalmente no grupo “The Face Site”, em que o líder do grupo, já durante a finalização do curso, contextualiza o trabalho escolar desenvolvido pelo projeto, que gera a oportunidade de negócios.



-----  
Ei galera apareceu um trabalho pra criação de logo !!  
preciso do Andre Luiz da Dallyla Oliveira !!

Curtir · Comentar · Seguir publicação · 14 de Novembro de 2011 às 14:39 próximo a Fortaleza



**Dallyla Oliveira** Pode contar comigo..

17 de Novembro de 2011 às 09:10 · Curtir

## Ilustración 2: Processo interativo dos alunos sobre oportunidade de trabalho

O desenvolvimento das atividades do projeto promoveu o empreendedorismo de acordo com a análise do texto, isso foi observado em uma turma, com um grupo de 20 alunos, que apresentaram uma busca constante de novas oportunidades, o fomento ao pensamento criativo e inovador. Além do conceito, os alunos são instigados a pensar e criar uma inovação, sai a campo com atividades de pesquisa na sua comunidade e retorna para criar um produto tecnológico inovador, para suprir as dificuldades de sua comunidade.

Este procedimento metodológico, além do companheirismo do grupo em trabalhar em equipa, estimula novas formas de pensar, de experimentar o caminho, ao interagir com as pessoas e situação-problema fortalece-se a experiência prática. Depois de todas as atividades e do desenvolvimento do seu plano de negócio, o aluno saiu em busca de oportunidade com o uso da Rede Social, rapidamente sua ideia é colocada em prática, já com repercussão maior do que os participantes do grupo (20 alunos), atingindo 54 pessoas, constatado pelo cliques na sua convocação da criação de páginas na Web para a sua comunidade, conforme pode-se destacar na fala do aluno, no trecho:



-----  
Você já tem seu site? Não! .. Crie já o seu com preços bem em conta!  
<http://www.facebook.com/pages/The-Face-Site/250076831703251>  
-----Divulguem :D Abraço Anderson Farias



**The Face Site**

A Cara do Seu Site! -Criação de Site WEB-  
página: 54 curtiram isso

### Ilustração 3: Divulgação da proposta de criação de páginas do Projeto Agentes Digitais

Com as atividades na rede social e no fórum de debates, o aluno passa para o outro seu contexto sociocultural, solidarizando-se, trocando informações. As ideias podem romper fronteiras, buscar talentos muitas vezes escondidos, pessoas que deixam de estar isoladas, pois estão em REDE. Conforme observação direta da rede, os alunos estavam em constante contato e sempre postando notícias e frases de pesadores, ou até mesmo simples comentários das ideias dos colegas, o que gerou um processo de comunicação frequente entre os participantes do grupo.

Com base no recorte desse estudo pode-se afirmar que o projeto criou oportunidades de cooperação e colaboração. Um exemplo disso é que o grupo de alunos que construiu a página “The Face Site” mantém um fórum permanente onde continuam o seu processo de formação, em que descobriram a sua formação para área de design gráfico, podendo aprofundar seus estudos devido a política pública de formação continuada na área de TDIC.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante deste estudo compreende-se que a experiência proposta atende a novas práticas empreendedoras e podem ser ampliadas por meio das TDIC. Este projeto prioriza oportunidades com o intuito de potencializar a formação empreendedora de jovens na área de TDIC que se repercutirá em projetos da economia criativa.

Para superar o desafio da ampliação da economia criativa é necessário ampliar o acesso a novas tecnologias para gerar oportunidades de novas aprendizagens empreendedoras aos jovens, tendo em vista a carência de formação na área.

Ao fomentar a formação empreendedora no Ceará, as pessoas são mobilizadoras de ideias, que transformam a sua realidade. Mesmo com o forte impacto para os setores de artesanato, de rendeiras, da irreverência do humor, da música, da moda, da tecnologia, a mão de obra precisa ser fomentada na cultura empreendedora para garantir o desenvolvimento necessário no setor da economia criativa, bem como intensificar cooperação em rede em que várias entidades governamentais e não governamentais fomentem iniciativas que mobilizam o talento de um povo, sua criatividade, sua história, com a distribuição de bens e serviços genuinamente cearenses por meio da cultura digital.

## A PRACTICAL TRAINING NETWORK ENTREPRENEURS IN CREATIVE ECONOMY IN THE STATE OF CEARÁ – BRAZIL.

**ABSTRACT:** The creative economy is already studied in several countries of the international community, in view of the strategic committee of Europe 2020 that promotes the growth based on innovation, the axis of the creation of jobs, development of various sectors, including the Creative Economy. The present study aims to understand the formation of public school with young creative entrepreneurs, and realize the importance of articulating the various training sectors in order to provide continuity of policies to encourage the incubators of creative ideas. The research methodology will be a case study, based on clippings of social networks and virtual environments. In the study it was found new forms of creative endeavors and entrepreneurship intentional, these observations were highlighted during the action research of Projeto Agentes Digitais as a tool to mobilize creative entrepreneurs, using various web collaboration tools.

**Keywords:** Networking training. Information and communication technologies. The creative economy

### REFERÊNCIAS

Brasil, Plano Nacional de Economia Criativa. Ministério da Cultura.(2012) Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf>. Acessado em: 05.04.2012.

Dolabela, Fernando. (2008) *O segredo de Luisa*. Rio de Janeiro : Sextante.

Goswami, A. (2012). *Criatividade para o século 21: uma visão quântica para a expansão do potencial criativo*. São Paulo: Aleph.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How people make money from ideas*, Allen Lane, The Penguin Press.

Lopes, Rose (org) (2012). *Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro.

Reis, A. (2009). *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável*. São Paulo. Ed. Manole.

Silva, B. & Gomes, M. J. (2000). *Formar para a Sociedade da Informação - a necessidade de novas competências*. Comunicação apresentada no II Congresso das Licenciaturas em Ciências da Educação. Lisboa: Faculdade de Psicologia de Ciências da Educação.