

ECONOMIA CRIATIVA E SUSTENTABILIDADE: o desenvolvimento da economia familiar através da gestão de negócios criativos

Patrícia Irina Loose de Moraes¹

Felipe Augusto Loose de Moraes²

Aline Christine da Silva Carvalho³

Economia Tecnoambiental

Resumo

A temática discutida envolve a observação de práticas voltadas ao desenvolvimento de negócios criativos no meio rural, de modo particular para as atividades envolvendo a agricultura familiar. Quanto ao objetivo geral a pesquisa tratou de observar se os conceitos empregados para o desenvolvimento de negócios criativos se mostram viáveis no desenvolvimento de atividades econômicas da agricultura familiar. A metodologia ampara-se no estudo bibliográfico e pesquisa exploratória, cuja, coleta de dados permitiu entender a realidade de agricultores familiares, bem como o mapeamento das atividades. Quanto aos principais resultados identificou-se a necessidade de criar uma estratégia de negócio que pudesse ligar os consumidores ao agricultor familiar. Entre as principais conclusões estão a necessidade de capacitar o agricultor familiar para empreender, a necessidade de uma aplicação para viabilizar o e-commerce, a necessidade de capacitar produtores sobre modelos produtivos sustentáveis e ecologicamente corretos, e a busca por certificações como o selo de agricultura orgânica para agregação de valor.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Empreendedorismo; Sustentabilidade; Economia.

¹Profª. Me. da Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo (FATEC) e da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) – Departamento de Administração, patricia.irina@gmail.com;

²Aluno de Graduação em Direito, Fundação Educacional do Município de Assis, felipeloosemoraes@gmail.com;

³Aluna de Graduação em Engenharia Ambiental, Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Londrina, alinecarvalho@alunos.utfpr.edu.br.

INTRODUÇÃO

Os negócios criativos têm movimentado a economia mundial nessa última década, ao mesmo tempo impacta outras atividades econômicas.

O agronegócio tem se beneficiado das inovações tecnológicas dado o acesso as inovações em TI, de forma mais significativa a agricultura e a agropecuária extensiva brasileira. Mas, as tecnologias inovativas têm potencial para impactar também atividades oriundas da agricultura familiar. O desenvolvimento de aplicações e aplicativos, mais comuns aos negócios criativos urbanos, podem auxiliar no desenvolvimento das atividades econômicas do modelo de agricultura familiar.

O objetivo desse resumo é apresentar o conceito de economia criativa e negócios criativos a partir de uma reflexão de que as atividades do meio rural, desenvolvidas no modelo de agricultura familiar podem se beneficiar das práticas do setor de indústrias e negócios criativos, observando as diretrizes da Lei 12.651/12, fomentando negócios sustentáveis emparelhados a práticas ambientalmente corretas. Objetiva-se, portanto, com o trabalho observar se o conceito de economia criativa pode ser empregado nas atividades econômicas da agricultura familiar de formas sustentável e ambientalmente desejáveis.

METODOLOGIA

A pesquisa procedeu a um levantamento bibliográfico. A amostra de estudo compreende agricultores familiares da cidade de Tarumã/SP, pertencente a bacia hidrográfica do Vale do Paranapanema. A pesquisa foi delineada de forma a englobar as propriedades rurais cadastradas com até quatro módulos rurais e com o perfil de agricultura familiar, conforme dispõe a Lei nº 11.326. Num segundo momento procedeu-se a investigação de campo, através da aplicação de um questionário transversal. O questionário contemplou questões de múltipla escolha, questões dicotômicas e escala de Likert. Foram coletadas informações, com variáveis de gênero, escolaridade, condição socioeconômica, assuntos específicos das envolvendo questões gerenciais, legislação, empreendedorismo e meio ambiente. A coleta de dados resultou na prototipagem de uma

aplicação para viabilizar a atividade econômica da agricultura familiar desenvolvida através do método *Desing Thinks* e Business Model Canvas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O termo Economia Criativa surgiu a princípio na Austrália e posteriormente a Inglaterra. O interesse científico inglês passou a existir quando se observou a necessidade de agrupar dados e entender o movimento da economia australiana para reproduzir materiais sobre a economia criativa e aplicá-las a sua economia. Segundo Cohen apud (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011, P. 02):

[...] destacam a longa trajetória sobre duas linhas de abordagens do tema economia criativa que recentemente tendem a se fundir e complementar. Uma originada na década de 1970, focando na influência da cultura nas grandes cidades norte-americanas como Los Angeles e Nova York; e na Europa, derivada do processo de desindustrialização das grandes cidades e a busca de atividades substitutas. A outra, dos anos 1990, quando sociólogos, geógrafos, economistas, entre outros, britânicos e norte-americanos, passam a focar a análise sobre o impacto da indústria cultural e da “classe criativa” na economia regional e nacional [...].

Ambas as linhas continuam em movimento de transição, impactando modelos produtivos e de negócios. Dados da UNCTADA (2018, p.09) revelam que o comércio da economia criativa mais que dobrou. Em 2002 a economia criativa gerou um comércio de \$208 bilhões de dólares, e em 2015 esse valor ultrapassava os \$509 bilhões.

Do rol exemplificativo da economia criativa, segundo British Council (2010, p.14) destacam-se treze setores identificados a saber “[...] artesanato, arquitetura, artes cênicas, artes e antiguidades, cinema, design, editorial, moda, música, publicidade, software, software interativo de lazer (vídeo games), televisão e rádio”. Entre os de interesse da pesquisa em questão, vários são expressivos, de modo especial destaca-se o desenvolvimento de software.

A área de TI, e o incentivo a criatividade do segmento tende a impulsionar o remodelamento de atividades comerciais e de práticas produtivas não apenas para os grande produtores rurais, mas também aos pequenos. Esse processo se deve em parte aos denominados “criativos infiltrados”. Segundo o Fundo Nacional para a Ciência, Tecnologia e Artes do Reino Unido (NESTA), chamado de “Beyond the creative

industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom”, revelou que “[...] existem mais pessoas criativas trabalhando fora das indústrias criativas do que dentro delas (British Council, 2010).” Os sujeitos criativos sejam estes “infiltrados” ou fora das indústrias acabam por contribuir na criação co-criação de atividades em áreas, que a podem não estar diretamente relacionadas.

No Brasil, o PIB da economia criativa representa “[...] 2,61%¹ de toda a riqueza gerada em território nacional. Com isso, a Indústria Criativa totalizou R\$ 171,5 bilhões em 2017 [...]”. Os números revelam o potencial criativo, o que tende a ser aproveitado por outros negócios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo da economia criativa levou ao delineamento de uma aplicação para e-commerce, desenvolvida através das metodologias Design Thinks e Business Model Canvas, ainda em prototipagem, que permite ligar o consumidor diretamente ao agricultor familiar, diminuindo a influência de terceiros no processo comercial. A pesquisa revelou que os produtores que ofertam produtos e serviços obtidas através de práticas ambientalmente corretas e que buscam selos e certificações ambientais, podem ter um aumento real de aproximadamente 30% (trinta por cento) do lucro líquido a depender da atividade/produto ofertado na amostra pesquisada.

REFERÊNCIAS

ADUCCI, Cássia C.; NOVAIS, Luis Fernando. **A economia criativa no estado de São Paulo** (2012-2016: definição e análise. Disponível em: <http://www.seade.gov.br/produtos/midia/2019/03/Ensaio_conjuntura_2019-1.pdf>. Acesso em 20 Jun. 2019.

BRASIL. **Lei 12.651/12**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12651.htm>. Acesso em 15 Mai. 2019.

BRASIL. **Lei nº 11.326**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm>. Acesso em 17 Mai. 2019.

BRITISH COUNCIL. **A Economia Criativa: um guia introdutório**. Série Economia Criativa e

Cultural do British Council/1, Ibid., p. 13, Ibid. 15 - 19, 2010(a). Disponível em:
<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>.
Acesso em 10 de Jun. 2019.

COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, E. R. **Economia Criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual**. Economia e Tecnologia, v. 25, n.7, p.02-03, 2011. Disponível em:
<<http://revistas.ufpr.br/ret/article/view/26832/17797>>. Acesso em 1 Jun. 2019.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Disponível em
<<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>>.
Acesso em 21 de jun. 2019.

UNCTAD. **Soluções de controvérsias**. Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. UNCTAD - Nova York e Genebra, p. 12, 2003. Disponível em:
<https://unctad.org/pt/docs/edmmisc232add12_pt.pdf>. Acesso em 20 de Jun. 2019.