

Souza, Karine & Silva, Bento (2013). La formación de los jóvenes emprendedores creativos en la Red de Economía Creativa del Estado de Ceará, Brasil. In: *Atas BCN Meeting 2012; Internacional Conference On Social E-xperiences 2012. Communitation & Learnin in Digital Age*. Barcelona: Editorial UOC, pp. 225-236.
ISBN: 978-84-9029-237-2



Universitat Oberta
de Catalunya

[home](#) | [contact](#) | [català](#) | [español](#)

BCN MEETING 2012

#2

[presentation](#)

[programme](#)

[call for papers](#)

[committees](#)

[submission form](#)

[city & venue](#)

[proceedings](#)

Proceedings

BARCELONA MEETING #2:
INTERNATIONAL CONFERENCE
ON SOCIAL E-XPERIENCES 2012
Barcelona, 3 and 4 July 2012



- [Communication & Learning in the Digital Age](#) (april 2013)



La formación de los jóvenes emprendedores creativos en la Red de Economía Creativa del Estado de Ceará - Brasil.

Souza¹, Silva²

1 Karne Pinheiro de Souza, Doutorado Universidade do Minho, karinepinheiro@yahoo.com.br

2 Bento D. Silva, Phd. Universidade do Minho, bento@ie.uminho.pt

RESUMEN

The creative economy is already an object of study in several countries of the international community, in view of the strategic committee of Europe in 2020 that promotes the growth based on innovation, on the axis of the creation of jobs, with development of various sectors, including the Creative Economy (CE). Brazil is also part of this network of researchers, been implementing, increasingly, new policies and programs of action which has the primary objective of encouraging and supporting innovation. To strengthen this sector nothing better than investing in one of the dynamic forces capable of shaping the current economic scenario of the country, the creative economy. Based on the theme 'creative industries', the Creative Economy is the focus of discussions of international institutions such as UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) and UNDP (United Nations Development Programme) with emphasis on growth and economic and social development of developing and developed countries, which reinforces the importance of creating a virtual space for dialogue between the sectors that will promote policies for the creative economy. For this purpose, it is necessary to know their potential, promoting the formation of creative entrepreneurs since the high school. As a strategy to promote the digital culture and virtual learning it was created online collaborative environment, promoting the construction of the Creative Economy Network as a space of articulation and promotion of the sector in order to overcome the challenges proposed by the National Creative Economy Plan¹. One of those will be our axis in this study: the entrepreneurial training. The present study aims to comprehend the public school formation of young as a creative entrepreneurs, and realize the importance of articulating the various formative sectors in order to provide continuity of policies for fostering the incubators of creative ideas. As a tool of analysis will be done case studies, based on clippings of social networks and virtual environments and understand if the methodology can cooperatively generate new ways of creative endeavors. Through action research will be accompanied the implementation of Digital Agents Project as a tool for mobilizing creative entrepreneurs, with use of various collaborative tools of the web². By follow-up of this training, we will observe how develops awareness of a network of creative economy through realization of events and use of social networks, becoming a Permanent Forum to discuss the subject, encouraging learning on the web. The challenge presented, not only intends to present an innovative methodology for working with creative projects with young people from public schools in the state of Ceara, Brazil, but also support a wide net over the new challenges of the creative economy.

¹Plano Nacional de Economia Criativa - Secretaria Economia Criativa – Ministério da Cultura <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf>

² Ambiente Virtual (<http://ead.ecriativace.com.br/>) e Material Didático <http://174.120.239.157/~agentesd/ead-dev/> Rede Social <http://www.facebook.com/groups/agentesdigitais/>

Palabras clave: networking training, entrepreneurial culture, information and communication technologies, the creative economy

1. NUEVAS CANCIONES CON ECONOMÍA CREATIVA

En la red de la sociedad se presenta una nueva generación que mejora la transformación de la información en conocimiento, que se centra en la capacidad humana para producir los talentos que trabajan en los sectores de la economía llamada creativa, que rompe con las máquinas en el centro de todo, cuyo eje ya no es lo concreto a lo abstracto, sino el cerebro humano como centro del cambio social.

Así surge el concepto de economía creativa, las industrias creativas basadas en un nuevo negocio donde las ideas creativas se convierten en valor económico (Howkins, 2001), la industria anclada en la expresión del hombre sobre su cultura. Los proyectos agregan valor a las industrias culturales, al patrimonio, a la expresión: artes escénicas, audiovisuales, libros y literatura, y que se extiende a la moda, diseño, arquitectura, artesanía; un proceso por lo cual se pronostica un nuevo mundo de los negocios donde los retos son: la diversidad, la inclusión social y la sostenibilidad..

De acuerdo con la Federación de Industrias del Estado de Río de Janeiro - FIRJAN / 2008, la economía creativa en Brasil representa casi un 22% de los empleados, que en sus puestos están mejor pagados que el promedio nacional. Además de estos indicadores sociales de los posibles productos y servicios generados, es importante destacar el desarrollo económico social, los cambios en la política organizacional, educación y economía. Es decir, el valor es el conocimiento adquirido en la promoción de nuevos conocimientos entre las personas. Este cambio de actitud viene del hombre frente a una cultura empresarial.

Con la meta de entender cómo el espíritu empresarial es la fuerza motriz de la economía creativa, se presenta el concepto tratado por Reis (2008) que se refiere a "la capacidad no sólo para crear nuevos, sino de reinventar diluir paradigmas tradicionales y unir los puntos aparentemente desconectados, por lo tanto, considerar nuevas soluciones a viejos problemas. En términos económicos, la creatividad es un combustible renovable y aumenta con el uso. Por otra parte, la "competencia" entre los agentes creativos no satura el mercado y produce el efecto de avivar las actividades de los nuevos productores."

Según Carlota Pérez (2002):

a humanidad se encuentra actualmente en el "punto de viraje" de una transformación tecnológica sin precedentes. Al período de instalación de las TIC que tuvo lugar en los últimos treinta años –con su cortejo de "destrucción creativa" y de generalización de un nuevo paradigma social, la sociedad de la información y del conocimiento– puede seguir un tiempo de implementación y de florecimiento del pleno potencial del nuevo paradigma triunfante.

Conforme Reis (2008), es el "combustible" de este nuevo mercado, es el diálogo, el diálogo entre los diversos sectores, con la competencia no sólo dentro de las artes, sino en actividades que crean valor por medio de la resolución de problemas sociales a través de procesos mediáticos. Para fortalecer este sector es fundamental el estímulo, para que no se fije sólo en las artes, la cultura y se establezca un diálogo con otros sectores, la sociedad de la información y del conocimiento. Lo que puede observar en los versos de Goswami (2012), a continuación:

“Creativity dwells not
in analysis and comparison.
Its abode is the twilight zone
beyond locality.”

Goswami (2012)

Con la lectura de la poesía se entiende que en las redes se encuentra la creatividad a través del intercambio y el conocimiento de la interactividad, también por medio de sentimientos, ideas y amor. Esta es la característica de una obra en este nuevo contexto económico, el trabajo inmaterial.

En pocas palabras, la creatividad es una característica de Brasil, con su irreverencia, su humor, su ingenio, su manera de reaccionar ante los problemas. Sin embargo, teniendo en cuenta los estudios de Greco (2010) todavía existe una necesidad de mezclar toda esta creatividad a una infraestructura que pueda generar valor agregado a toda esta diversidad cultural. También en el informe de Sebrae (2009) señala que la diversidad es una fuerza impulsora de esta nueva economía, un mecanismo que produce nuevos negocios a partir de la identidad cultural.

Para que Brasil pueda fortalecer este sector, según Reis (2009), es necesario que otras condiciones estén garantizadas, el amplio acceso a la infraestructura de tecnologías de la comunicación y el reconocimiento del valor de los activos intangibles incorporados al creativo, a través de la reorganización de la arquitectura institucional entre público, privado y tercer sector, y fomentar el espíritu empresarial.

2. LA CULTURA EMPRENDEDORA

Según los datos de Greco (2010) la mayoría de los países tiene emprendedores motivados por la oportunidad más que por la necesidad, es decir, cuando un país se desarrolla hay un número creciente de empresarios por la generación de oportunidades. En pocas palabras Greco (2010) "Los empresarios por necesidad son los que empiezan un negocio autónomo por no tener mejores opciones de trabajo. Los emprendedores por oportunidad optan por iniciar un nuevo negocio, incluso si tienen otro empleo e ingresos."

En un análisis de la encuesta de 59 países, según estudios de la Global Entrepreneurship Monitor - GEM, Brasil está en la lista de países que más tiene emprendedores, junto a China e India. De acuerdo con el GRECO (2012), encabezando las actividades de iniciativa empresarial, los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), Brasil tiene la población más emprendedora, con el 17,5% de los empresarios en la etapa inicial, China contaba con 14,4%, Rusia 3,9%, mientras que India no participó en la investigación en los últimos dos años, en 2008 la tasa de los adultos emprendedores fue un 11,5%. "Sin embargo, un cuidadoso análisis de los indicadores muestra que existe un gran hueco en la formación del pueblo brasileño para la cultura empresarial, la economía creativa y el desarrollo sostenible.

En una lectura crítica, el modelo empresarial de China, parece que está anclado en los subproductos, la creación de clones, "kinlingis", con una fuerza de trabajo sobrehumana. No hay una preocupación por el medio ambiente y se desconocen los derechos humanos. El espíritu empresarial de este país, se basa en el trabajo esclavo, el entorno en el que los trabajadores se ponen a trabajar por más de 12 horas al día, con horas de trabajo supervaloradas en detrimento de las grandes empresas y la explotación. Para avanzar en la economía creativa, China tendrá que romper con el modelo de reproducción simple, invertir en capacitación y tecnología basada en

la investigación. Para salir de la reproducción simple de la innovación, necesita crear nuevos productos que generen valor y la identidad de la empresa en el país.

En contraposición a estos datos, Brasil ha demostrado la tendencia creciente de la actividad empresarial. El país tiene la tasa más alta de los empresarios, pero es interesante saber qué estos indicadores representan para la inclusión digital, creación de nuevas patentes en la innovación tecnológica de producto, la sostenibilidad y la representación de la diversidad cultural. Por otro lado, también hay que entender que los cambios significativos ocurren cuando se fortalece la cultura emprendedora. Para el desarrollo de agentes de cambio social, conforme Lopes (2011), "las escuelas técnicas y universidades deben encontrar nuevas oportunidades de negocio que promuevan el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza." Esto sólo es posible con la formación empresarial.

En el caso específico de Ceará se desarrolló un proyecto para fomentar esta cultura desde la escuela secundaria. Con este fin, se aplicó un proyecto con jóvenes de la escuela primaria para que puedan compartir sus ideas creativas en la tecnología, con el fin de mejorar la vida de las personas y comunidades con el apoyo de las tecnologías digitales de información y comunicación - TDIC. Este proyecto se percibe como una oportunidad empresarial para romper con el modelo de la reproducción de copias, enfocar en la creación de productos de tecnología y servicios basados en sostenibilidad e innovación. Se basa en el escenario propuesto en el informe GEM (Greco, 2010):

"Las pretensiones empresariales no sólo conducen el individuo a "realizar", sino también las cuestiones relacionadas a la mentalidad, al entorno sociocultural y al mercado de consumo se toman en cuenta, se agregan factores relacionados a la empresa como la política, la infraestructura, el capital formal, etc. "

La dirección de este proyecto puede verse reforzada por los estudios de la Sociedad en Red, destacando Castells (1999) que en la era de la información y la comunicación el hombre clave tiene que observar todo con una mirada mediática, porque "de la información surgen el desarrollo de nuevas formas de interacción, el control y la transformación social ". En Educación y Formación, Silva (2000) trabaja con este concepto al subrayar que el reto para los educadores y los profesores es entender la llegada de la época en que las tecnologías permiten romper el modelo de instrucción para el modelo de colaboración, en forma de Red ", un modelo cuyo funcionamiento se basa en la construcción colaborativa del conocimiento, la apertura a los contextos sociales y culturales, la diversidad de los estudiantes, sus conocimientos, la experimentación y los intereses."

3. ESTUDIANDO LAS EXPERIENCIAS

Los conceptos tratados en el estudio de caso se obtienen de la revolución causada por la Tecnología de la Información y Comunicación Digital (TDIC), cuya revisión de la literatura se caracteriza no sólo la importancia de la iniciativa empresarial a la escena de la economía creativa, como también las contribuciones metodológicas basadas en la aplicación del proyecto Agentes de Diseño Digital, cuya meta principal es el desarrollo de la creatividad de los jóvenes en sus comunidades, a través de la producción de bienes y servicios, basada en los textos, símbolos e imágenes que representan a sus comunidades, con el apoyo de TDIC, que repercuten significativamente en la economía creativa de Ceará.

El proyecto que será objeto de estudio fue financiado por el Ministerio de Educación y Cultura - MEC y la Universidad Federal de Ceará - UFC, y está disponible en el enlace

<http://174.120.239.157/> ~ agentesd / ead-dev /. El material virtual del curso propone actividades en las TIC y el espíritu empresarial (conceptos de la iniciativa empresarial y sus accesos, la promoción de productos y servicios de las TIC, basado en los procesos de cultura digital e innovación).

Por lo tanto, el recorte del estudio de caso se basa en las actividades desarrolladas en el proyecto y las interacciones provocadas por el uso de herramientas colaborativas para los jóvenes que crearon el plan de negocios para la creación de páginas web, como "El Sitio Face" una oportunidad para la transformación social e inclusión digital de sus comunidades empresariales.

4. NUEVOS CAMINOS

Cabe señalar que el proceso de colaboración entre los participantes del proyecto promovió la eliminación de la exclusión social y que transformó las actividades de pura información en nuevo conocimiento. Como ha destacado Gómez (2004), "la educación se realiza en lugares más allá de la escuela, se puede decir que no existen fronteras cuando se hace uso de la Internet para aprender de la gente."

El proyecto se realizó con 200 estudiantes de escuelas públicas del Estado de Ceará, Brasil, desarrollado con el reto de la inclusión digital, en este contexto de que los estudiantes aislados o marginados fueron alentados a pensar. A través de una actividad interactiva, haciendo uso del foro de discusión (herramienta asíncrona del entorno virtual de aprendizaje) y las redes sociales (Facebook), que promueve la comparación, la interacción con los compañeros, o sea, el uso del contenido del curso en sus prácticas.

Un ejemplo de la práctica se lleva a cabo en el primer módulo, el estudiante es puesto sobre la situación en el sueño, porque, de acuerdo con Dolabela (2008), el sueño se ve como un lenguaje de la vida cotidiana. Se rompió así, con la dificultad que tienen las escuelas de enseñar a soñar, y su preocupación por la transferencia de contenido que, a menudo, no se presenta de forma contextualizada con el mundo en que viven. Más allá del proceso de proyección de la primera actividad, al estudiante se le pide que exponga su imagen al grupo e interactúe con otros a través de dibujos. Otra acción fue la creación del logotipo de su proyecto y su difusión en las redes sociales como el Facebook.



Anderson Farias

Troque a foto do seu perfil por um desenho animado ou personagem de gibi que marcou sua infancia até dia 12/10 (Dia das Crianças). Uma forma de manifesto CONTRA A VIOLÊNCIA INFANTIL... Repassando...

Curtir · Comentar · Seguir publicação · 4 de Outubro de 2011 às 13:48 próximo a Fortaleza



Anderson Farias

Galera o nosso logo é esse ooh!!



Ilustración 1: Proyecto Agentes Digitales difusión en las redes sociales como el Facebook.

Después de haber basado el resumen de algunas actividades que fomenten la colaboración y la actitud emprendedora, se percibe que el joven desarrolla una motivación. Según las estadísticas del entorno virtual, un 98% habló sobre las personas a quienes admiran y que les influyen como empresarios. Esto permitió el intercambio de experiencias, el establecimiento de relaciones con los grandes nombres, los líderes que tienen "know-how" en su área, además de repensar lo que son los empresarios.

"Después de leer las muchas maneras de actuar como empresario, busque en la bibliografía de los grandes líderes de la historia del mundo, sin identificar sus nombres o la nacionalidades. Publique en el foro "- Los grandes líderes" y comience una discusión con sus compañeros sobre las características de un líder que haya elegido. Dele a su pareja la oportunidad de adivinar la identidad de los líderes sobre los cuales debatieron en la actividad! (Módulo 1 - Clase 3) "

Lopes(2010) afirma que estas actividades permiten el desarrollo de habilidades y competencias para hacer frente a la complejidad, porque mezclan los conocimientos, las habilidades técnicas y el arte.

En el proceso de ejecución del proyecto, el diálogo ha sido una marca constante, especialmente en el grupo de "El Sitio Face", donde el líder del equipo, ya durante la realización del curso, contextualiza el trabajo desarrollado por el proyecto de la escuela, lo cual crea la oportunidad de negocio.



Anderson Farias

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: Proyecto Agentes Digitales, la iniciativa empresarial de los jóvenes

El desarrollo de las actividades del proyecto proporcionó la iniciativa empresarial en sus vidas con la búsqueda constante de nuevas oportunidades, fomentar el pensamiento creativo e innovador. Además del concepto, se les anima a los estudiantes a pensar y crear una innovación, salir a investigar en su comunidad y volver a crear un producto tecnológico innovador para responder a las dificultades de su comunidad.

La metodología, además de la compañía del grupo del trabajo en equipo, estimula nuevas formas de pensar, la manera de experimentar la hora de interactuar con la gente y la situación problema fortalece la experiencia. Después de todas las actividades y desarrollo de su plan de negocio, el estudiante sale en búsqueda de oportunidades, y con el uso de la red social, rápidamente pone su idea en ejercicio, con mayor impacto que los participantes del grupo (20 alumnos), llegando a 54 personas, que apoyaron la idea de crear páginas web para su comunidad, como se puede observar en el fragmento:



Anderson Farias

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

Ilustración 3: Proyecto Agentes Digitales, la iniciativa empresarial de los jóvenes

Con actividades en la red social y foro de discusión, el estudiante va a otro contexto sociocultural, se solidariza, cambia informaciones. Las ideas pueden derribar las fronteras, buscan talentos ocultos a menudo, las personas que ya no están aisladas, están en la red.



Anderson Farias

“Você quer passar o resto da sua vida vendendo água com açúcar ou quer uma chance de mudar o mundo?” Jobs

[Curtir](#) · [Comentar](#) · [Seguir publicação](#) · 6 de Outubro de 2011 às 12:30 próximo a Fortaleza

Dallyla Oliveira curtiu isto.

Escreva um comentário...



Anderson Farias

ATENÇÃO NÃO HAVERÁ REUNIÃO HOJE COM O CLIENTE DHIFESTAS POF MOTIVOS PESSOAIS DO CLIENTE. A REUNIÃO FOI REMARCADA PARA O DIA 07/OUTUBRO.

[Curtir](#) · [Comentar](#) · [Seguir publicação](#) · 6 de Outubro de 2011 às 10:57 próximo a Fortaleza

Ilustración 4: Proyecto Agentes Digitales, la actitud emprendedora.

Basados en esto se puede afirmar que el proyecto ha creado oportunidades para la cooperación y la colaboración. Un ejemplo es el grupo de estudiantes que construyeron la página de "El Sitio Face". Ellos mantienen un foro permanente donde dan continuidad a su proceso de formación, descubren su capacidad para el diseño gráfico y pueden continuar sus estudios porque hay una política pública para educación continuada en el área de TDIC.

CONSIDERACIONES FINALES

Por todo lo expuesto, podemos decir que la experiencia se ajusta a las propuestas de nuevas prácticas empresariales y se puede ampliar por medio de la TDIC. Este proyecto da prioridad a las oportunidades con el fin de mejorar la formación empresarial para los jóvenes en TDIC en proyectos que afectan a la economía creativa. Para superar el reto de la expansión de la economía creativa es necesario ampliar el acceso a las nuevas tecnologías para generar nuevas oportunidades de aprendizaje para los jóvenes empresarios, por la falta de formación en el área.

Al favorecer la formación empresarial en Ceará, las personas están movilizando las ideas que transforman su realidad. A pesar del fuerte impacto en los sectores de artesanía, en el ánimo y la irreverencia natural del ciudadano, la música, la moda, la tecnología, la fuerza de trabajo que es necesaria para avivar a la cultura empresarial para garantizar el desarrollo del sector de la economía creativa, y la forma de intensificar la cooperación de la red en la que diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales promover iniciativas que muevan el talento de un pueblo, su creatividad, su historia, con la distribución de bienes y servicios verdaderamente pertenecientes a la cultura local a través de la cultura digital.

REFERENCIAS

- ALTMAN, F. (2012) Quero deixar uma marca no Universo. *Revista Veja*. Edição 2238, ano 44, nº 41, Especial 2011. São Paulo: Editora Abril.
- BRASIL, Plano Nacional de Economia Criativa. Ministério da Cultura.(2012) <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf>. Acessado em: 05.04.2012.
- CASTELLS, M. (2004). *A Galáxia Internet - Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundacao Calouste Gulbenkian.
- DOLABELA, Fernando. (2008) *O segredo de Luisa*. Rio de Janeiro : Sextante.
- DORNELAS, J..(2005) *Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- FREIRE, P. (1981). *Educação como Prática da Liberdade*. 12ª edição. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1981.
- 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.
- LÉVY, P. (1999). *Cibercultura?* São Paulo: Editora 34, 1999.
- MATOS, A.; SOUZA, A. & HARIZ, M. (2010) *Manual do Jovem Empreendedor*. Sistema Fiesp, São Paulo.
- LITTO; F. & Formiga; M. (org) (2009) *Educação a Distância: o estado da arte*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.
- LOPES, Rose (org) (2012). *Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro.
- LIPKIN, N. & PERRYMORE, A. (2010). *A Geração Y no Trabalho*. Rio de Janeiro: Elsevier Campus.
- Pérez, C. (2002), *Technological revolutions and financial capital: the dynamics of bubbles and golden ages*, Cheltenham, Edward Elgar.
- REIS, A. (2009). *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável*. São Paulo. Ed. Manole.
- RODRÍGUEZ ROJO, Martín (2002). El imperio de la globalización y la educación. In Martín Rodríguez Rojo (coord.). *Didáctica general: Qué y cómo enseñar en la sociedad de la información*. Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 17-54.
- SEBRAE (2009) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Direcionamento estratégico SEBRAE 2008-2009. Brasília.
- 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.