

Rumos

JANEIRO/FEVEREIRO

2020

Economia &
Desenvolvimento

PODER DA CRIAÇÃO

A economia criativa representa 2,6% do PIB brasileiro e cresce a uma taxa média superior a outros setores, mostrando que esse pode ser um dos motores do desenvolvimento sustentável brasileiro.

ARTIGO

Presidente do Sebrae destaca o poder da inovação para os pequenos negócios.

ENTREVISTA

Rosa Freire, viúva de Celso Furtado, fala sobre os 100 anos de nascimento do pensador.

ARTIGO

Superintendente do Sicoob, Luiz Feltrin escreve sobre o patrocínio aos projetos sociais.



A força do empreendedor brasileiro.



sebrae.com.br / 0800 570 0800



ança

**Ser um
país mais
forte
depende
de todos nós.
Estamos
prontos!**

AO LEITOR

Em tempos de crise, criatividade passa a ser uma palavra-chave para superação de cenários adversos; pense, então, como é dinâmico um setor baseado na criatividade. Assim é o segmento da Economia Criativa, que envolve 17 atividades, que vão desde artesanato, passando por cinema e chegando nos jogos eletrônicos. Para saber mais sobre esse setor que não para de crescer, leia nossa reportagem de capa, que mostra o impacto na geração de emprego, receita e mais, na criação de dinamismo e inovação.

No rol das comemorações previstas para 2020 está o centenário de nascimento do economista Celso Furtado, cujas correspondências serão publicadas em livro, com a análise feita pela viúva dele, a jornalista Rosa Freire d'Aguiar Furtado. Em entrevista exclusiva para a *Rumos*, ela fala sobre a publicação assim como sobre a contemporaneidade da obra do pensador.

Não perca também os artigos publicados nessa edição, que abordam os mais diversos temas, com contribuições relevantes para o trabalho das instituições financeiras de desenvolvimento.

Boa leitura!

NESTA EDIÇÃO

05 **ARTIGO**
Carlos Melles
Inovar faz pequeno
negócio largar na frente

06 **ARTIGO**
Luiz Edson Feltrim
Patrocínio de projetos
sociais no interior do país

13 **ARTIGO**
Elton Eustáquio Casagrande
Empreendedorismo e
trabalho

14 **ARTIGO**
Cláudio Pondé Avena
Credit scoring: maior
agilidade para as
agências de fomento

18 **REPORTAGEM CAPA**
O poder da criação

26 **SISTEMA NACIONAL
DE FOMENTO**

29 **LIVROS**

DESTAQUES



Arquivo

08
EXPERTISE | *Rosa Freire
d'Aguiar Furtado*
**Guardiã das
memórias**



Divulgação

28
ARTIGO
Julia Paranhos
**Políticas de CT&I
na América Latina**

Inovar faz pequeno negócio largar na frente

O Brasil registrou avanços significativos para pequenos negócios em 2019. Em especial com a aprovação da Lei da Liberdade Econômica, que significou um novo marco para o empreendedorismo, com a dispensa de ato público para atividades de baixo risco e o fim das restrições de atividades econômicas, flexibilizando o funcionamento de milhares de empresas no país. No entanto, não podemos nos dar por satisfeitos. Manter o ciclo das micro e pequenas empresas como força motora do Brasil requer agenda consistente de desburocratização, simplificação, educação empreendedora e, sobretudo, inovação.

Inovar é inerente à própria atividade de empreender. Todo empresário é alguém que, em algum momento, enxergou uma oportunidade de negócio onde mais ninguém via. Que teve a ousadia de se colocar no mercado e oferecer um produto ou serviço que atendesse às necessidades de outras pessoas. Entretanto, em nome da estabilidade do negócio, muitas vezes o empreendedor acaba abrindo mão da inovação. Ele passa a acreditar na máxima de que em time que está ganhando não se mexe. Exatamente nesse momento muitas empresas começam a entrar em declínio.

Em tempos de crise, quando parte expressiva dos empreendedores brasileiros se vê com dificuldades para honrar seus compromissos financeiros, gastar tempo e dinheiro para levar a empresa a realizar algo que ela nunca fez pode parecer uma aventura arriscada. Mas o empreendedor não pode deixar de inovar. Quem consegue antever tendências, prever movimentos do mercado, larga na frente. Assim, a inovação se torna o diferencial de sobrevivência de muitas empresas, o passaporte para o sucesso.

A palavra inovação pode assustar em um primeiro momento, especialmente para o Microempreendedor Individual (MEI) e as Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Afinal, para o senso comum, implica elevados investimentos, tecnologia de ponta, contratação de consultores com altos custos. Isso, para eles, é algo fora da realidade. Ciente desses obstáculos, o Sebrae tem atuado de forma permanente, nas últimas décadas, para desmistificar o conceito de inovação e facilitar o acesso dos pequenos a esse universo.

Promovemos um conjunto de iniciativas para fortalecer a cultura empreendedora nos municípios brasileiros, ofertando soluções sobre empreendedorismo para todos os níveis

de ensino (fundamental, médio, profissionalizante e superior). Esse é um dos propósitos da educação empreendedora: desenvolver novas competências, habilidades e atitudes empreendedoras para contribuir com a construção do projeto de vida das pessoas, tanto pessoal quanto profissional.

Sendo os educadores fortes aliados do empreendedorismo, o Sebrae já capacitou mais de 165 mil professores de forma presencial ou por meio de Ensino à Distância (EAD). Para incentivar e valorizar esses profissionais, premiamos boas práticas de professores e prefeitos que fomentam a educação empreendedora por todo o país, com casos de sucesso destinados aos diversos atores do ecossistema de educação. Além disso, somos conectados a mais de 10 mil instituições de ensino, entre escolas, faculdades, que levam o empreendedorismo para mais de 4,2 milhões de estudantes, 165 mil professores capacitados e mais de mil municípios.

O grande aprendizado é que em cada movimento de consumo há muitas oportunidades a serem exploradas. E a retomada do crescimento econômico coloca os pequenos negócios diante de um mercado altamente dinâmico. Largam na frente os que buscam sempre melhorar a experiência do cliente, que personalizam seu serviço ou produto, ou que inovam e engajam seu público.



CARLOS MELLES

Presidente do Sebrae.

Charles Damasceno

Patrocínio de projetos sociais no interior do país

Iniciativas governamentais possibilitam que pessoas físicas e jurídicas sejam patrocinadoras de projetos sociais relacionados a áreas específicas, a fim de incentivar iniciativas da sociedade civil que objetivam, também, promover o desenvolvimento econômico, social, esportivo e cultural das comunidades.

Nesse sentido, há todo um arcabouço legal no país em que o Estado abre mão de recursos que entrariam no seu caixa advindos do recebimento de impostos. São as leis de incentivos fiscais que permitem abater até determinado percentual do total de impostos devidos destinando-os para organizações privadas.

No âmbito federal, cabe destacar a existência de duas leis específicas. Uma delas é a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, denominada Lei de Incentivo à Cultura, e, como o próprio nome sugere, é importante instrumento para o incentivo à cultura, em todas as suas formas de expressão, como exposições, shows, livros, filmes, teatro, musicais e cursos. A outra lei, também de grande importância, é a de número 11.438, de 29 de dezembro de 2006, denominada Lei de Incentivo ao Esporte. A exemplo da legislação de incentivo à cultura, a lei de 2006 tem por finalidade contribuir para disseminar a prática esportiva em todo o território nacional, utilizando, para isso, o interesse de pessoas e empresas que se prontificam a destinar parte de impostos devidos para empreendimentos esportivos aderentes aos princípios do instrumento legal citado.

SISTEMA COOPERATIVO

O Sicoob é um dos sistemas cooperativos financeiros do Brasil, presente em todas as 27 unidades da federação, com suas 395 cooperativas singulares que atendem mais de 4,6 milhões de associados nos seus quase 3.300 pontos de atendimento espalhados em mais de 1.700 municípios. Uma das entidades que integra o Sicoob é o Banco Cooperativo do Brasil (Bancoob), banco múltiplo privado especializado no atendimento bancário às cooperativas de crédito e seus associados. Controlado por cooperativas centrais do sistema, o banco reúne, no âmbito do seu Conglomerado, as empresas Bancoob DTVM, Cabal Brasil, Ponta Administradora de Consórcios e Sicoob Seguradora. O Bancoob e suas empresas ligadas, por serem pessoas jurídicas, com seus resultados apurados com base no Lucro Real, podem utilizar os mecanismos das leis de incentivos para destinar percentual do imposto devido para projetos culturais e esportivos.

Com a missão de “promover soluções e experiências inovadoras e sustentáveis por meio da cooperação”, desde a sua constituição, o Sicoob busca estimular o desenvolvimento do cooperativismo financeiro no Brasil, com propósito de diminuir as desigualdades sociais existentes nos municípios brasileiros e promover a democratização do acesso financeiro, conectando pessoas para promover justiça financeira e prosperidade.

E, no momento em que a sociedade busca consolidar princípios éticos e morais, de democracia, igualdade, equidade e solidariedade – valores que estão em perfeito alinhamento com o propósito do cooperativismo –, o Sicoob nacionalizou em 2018 a experiência que nasceu em Maringá (PR) em 2004, trazendo para sua sede, em Brasília, o Instituto Sicoob para o Desenvolvimento Sustentável – uma associação civil de fins não econômicos, classificada como Osci, nos termos da Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999 –, contribuindo para que as cooperativas exerçam plenamente o seu papel de liderança no desenvolvimento econômico e social brasileiro.

A agenda do Instituto Sicoob busca aglutinar a força de mobilização, capilaridade, competências e solidariedade do Sicoob para, com o seu posicionamento estratégico de Gerar Valor Compartilhado, trabalhar por meio de programas e projetos firmados em três grandes eixos: Cooperativismo e Empreendedorismo, Cidadania Financeira e Desenvolvimento Sustentável.

COOPERAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

Nesse cenário, considerando o alinhamento do apoio à cultura e ao esporte com as ações de investimento social privado desenvolvidas pelo Sicoob e suas entidades, o Bancoob tem utilizado o método edital para patrocinar, integral ou parcialmente, projetos encaminhados pelas cooperativas do Sicoob, desde que já aprovados pelo Ministério da Cidadania (por meio da Secretaria Especial da Cultura ou da Secretaria Espe-



Divulgação

Projeto “Na tela do cinema” já atendeu mais de 300 mil pessoas em comunidades no interior do estado de Minas Gerais.

cial do Esporte), e que estejam em fase de captação de recursos relativos ao Mecanismo da Lei de Incentivo à Cultura ou da Lei de Incentivo ao Esporte.

O papel do Instituto Sicoob é coordenar a organização e a seleção dos projetos que serão beneficiados com os recursos oriundos do Bancoob. O programa foi construído também em conformidade com o sétimo princípio do cooperativismo, ou seja, todos os projetos inscritos chegam ao Instituto Sicoob por meio das cooperativas do Sicoob.

A utilização desse método busca valorizar e priorizar projetos que geram impacto local e contribuam para o desenvolvimento sustentável das comunidades em que estão inseridos, com o maior alcance social possível, independentemente da dimensão do próprio projeto.

Busca-se, ainda, a pulverização da distribuição de recursos, garantindo que projetos localizados fora dos grandes centros também sejam contemplados. Além disso, a distribuição regional do patrocínio é uma busca constante do Sicoob para que tanto a cultura quanto o esporte sejam beneficiados em diversas localidades.

A divisão dos recursos varia de acordo com o tamanho e impacto que o projeto causa nas comunidades. Em 2018, 12 projetos da área de cultura e um de esporte foram patrocinados, totalizando investimento de R\$ 2,3 milhões. Já em 2019, o Bancoob e suas subsidiárias patrocinaram 23 projetos com valores de R\$ 12

mil até R\$ 273 mil, totalizando assim investimento de R\$ 2,6 milhões.

NA TELA DO CINEMA

O projeto “Na tela do cinema” foi uma das iniciativas contempladas pelo edital Cooperação para o Desenvolvimento. A primeira edição aconteceu em 2004 e já atendeu mais de 300 mil pessoas em comunidades no interior do estado de Minas Gerais. Por meio do cinema ao ar livre e diálogo sobre identidade local, o objetivo é promover a inclusão social, tendo em vista que o projeto facilita o acesso amplo e democrático à cultura.

Além da exibição de filmes nacionais, ele também produz conteúdo dentro da comunidade que recebe o projeto e, posteriormente, o material é oferecido às emissoras de TV educativas e universitárias, bibliotecas e prefeituras. Crianças e adolescentes também têm aulas de fotografia e participam do processo de construção do documentário local, que aborda aspectos sociais, locais e culturais de cada município.

Divulgação



LUIZ EDSON FELTRIM

Superintendente do Instituto Sicoob para o Desenvolvimento Sustentável.

Guardiã das memórias



Divulgação

A jornalista, tradutora e editora Rosa Freire d'Aguiar Furtado, viúva do economista Celso Furtado, organiza uma nova coletânea, que deve chegar às mãos do público nos próximos meses, contendo a correspondência do pensador com interlocutores que se tornaram intelectuais respeitados na era do Brasil democrático. Nesse ano se comemora o centenário de nascimento do economista. **POR MARTA VIEIRA E TERESA CARAM**

Naqueles anos difíceis para os brasileiros exilados depois do golpe de 1964, o antropólogo Darcy Ribeiro dividia, por carta, com o economista e amigo Celso Furtado, à época vivendo no exterior, suas inquietações quanto aos caminhos que o Brasil e seus vizinhos latinos tomariam. Sem parada fixa, Darcy recorria a Furtado, que havia influenciado uma geração de colegas na Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), em busca de respostas sobre questões ligadas a seus projetos de reforma das universidades e a um Brasil que não se sabia aonde ia chegar.

A troca de cartas mantinha vivos também os diálogos de Celso Furtado com Francisco Iglesias, professor emérito da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), referência na pesquisa histórica, e com o sociólogo, ensaísta e crítico literário Antonio Cândido. Rica na discussão sobre o país governado pelos militares e o próprio pensamento de Furtado, a correspondência com interlocutores que se tornaram intelectuais respeitados na era do Brasil democrático deve chegar às mãos do público entre o fim de julho e o começo de agosto deste ano.

A seleção das cartas foi realizada pela jornalista, tradutora e editora Rosa Freire d'Aguiar Furtado, viúva do economista, e a edição faz parte dos eventos comemorativos do centenário de nascimento dele nesse ano. *Rumos* conversou com Rosa d'Aguiar, que não só trabalhou na leitura e escolha do vasto material, entre 15 mil correspondências datadas de períodos anterior e posterior ao golpe de 1964, como também se dedica à digitação do conteúdo escrito à mão.

Quando o economista se mudou para a França, recebia duas cartas, em média, por dia. Celso Furtado trabalhou em Santiago, no Chile; New Haven, nos Estados Unidos; e em Paris, na França. Ele deixou o Brasil em 1964 e só retornou 20 anos mais tarde, quando começou a abertura política. “Eu vejo esse novo livro como uma espécie de percurso intelectual e político da segunda metade do século XX”, contou Rosa d'Aguiar. Ela organizou todo o arquivo em blocos – a maioria das cartas era de convites feitos ao economista, conhecido por pensar os desafios da economia associados a questões tratadas em seus estudos de ciências humanas, história e cultura.

Um dos blocos de correspondências está ligado aos acontecimentos durante o período militar; e outra parte foi trocada com interlocutores estrangeiros, entre eles economistas keynesianos e da “escola” da Cepal. “Algo que gosto muito é que, à época,

são amigos conversando em tom coloquial e que dão sua visão sobre o que ocorreu no Brasil de 1964 e também depois do golpe”, disse à *Rumos*.

Segundo ela, cartas preciosas do cientista político e sociólogo Hélio Jaguaribe foram endereçadas a Furtado, como ensaios políticos, da mesma maneira que textos escritos por Francisco Iglesias poderiam ter sido assinados na forma de artigos. O pesquisador da UFMG fez reflexões sobre a história brasileira e abordava, ainda, os próprios trabalhos de Celso Furtado, que, por sua vez, tinha o hábito de ouvir as opiniões de amigos a respeito de suas ideias.

O público terá a oportunidade de desfrutar das conversas travadas entre o economista e outras celebridades da política econômica no Brasil, de diferentes períodos importantes da vida do país, como o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, que divide com o ex-presidente Itamar Franco a paternidade do Plano Real, e opositores liberais reconhecidos, a exemplo de Eugênio Gudin, ministro da Fazenda do governo de Café Filho; e Roberto Campos, ministro do Planejamento no governo do general Castelo Branco e avô do atual presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto.

Parecia ter surgido uma “fábrica” de exilados de alto nível, abertos ao mundo, embora mantivessem cartas como comunicação básica, brinca Rosa d'Aguiar. Em comum, a preocupação de todos eles era o Brasil e também a América Latina. Compartilhavam ainda dificuldades enfrentadas no dia a dia de seus ideais e de trabalho. “Tudo isso tem de ser contado. É um material muito rico para pesquisadores sobre o momento do exílio dos brasileiros e o período posterior a 1968. Não se trata somente da obra de Celso, e acredito que será um material capaz de abrir linhas de pesquisa”, afirmou a jornalista.

Em toda a sua trajetória de trabalho dedicada à formulação de teorias sobre a economia e os estudos de ciências sociais e humanas, Celso Furtado escreveu mais de 30 livros. Era como um pensador multidisciplinar, definiu Rosa d'Aguiar, observando que ele ultrapassou o sentido estrito do conhecimento dos fenômenos da economia.

“Como alguns pensadores da geração dele, »

Eu vejo esse novo livro como uma espécie de percurso intelectual e político da segunda metade do século 20.



Alguns livros sobre o pensamento de Celso Furtado organizados por Rosa d'Aguiar nos últimos anos.

Celso tentou entender que país é este. Tentou fazer uma interpretação do país como um todo”, afirmou. O economista escreveu livros sobre teoria e análise econômica e política. Para a editora, “há textos que parecem ter sido escritos na semana passada. *Breve Introdução ao Desenvolvimento Econômico* é, por exemplo, um livro que mantém atual.”

CONTEMPORÂNEO

As comemorações do centenário de nascimento de Celso Furtado vão trazer à tona essa atualidade da obra do economista. Ministro do Planejamento do governo de João Goulart, além de ministro da Cultura de José Sarney, o economista mostrou resultados, na prática, provenientes de seus estudos e pensamento, além do trabalho como teórico.

A discussão sobre desenvolvimento nacional, tão defendido por Furtado, está presente no Brasil tanto quanto no tempo das teorias defendidas pelo economista, embora hoje com outras nuances. O crescimento do país observado na última década foi incapaz de pôr fim aos bolsões de subdesenvolvimento no Brasil, que Furtado pregava atacar, e a desigualdade social voltou a

crescer. “Celso teorizou durante sua vida inteira sobre a luta pelo desenvolvimento. Defendia medidas que fizessem com que o subdesenvolvimento fosse cada vez menor”, lembrou Rosa d'Aguiar.

Propostas e estudos que tratam do tema perpassam por ensinamentos de Furtado. O economista chamou a atenção para uma característica desigual própria do desenvolvimento econômico. Em seu trabalho de teorização, durante o tempo dedicado à Cepal, ele identificou a deteriorização dos termos de troca entre as nações, comparando numa ponta as matérias-primas produzidas nos países da chamada periferia, os subdesenvolvidos, e os bens manufaturados com origem nas nações do centro de mando no mundo. A partir do conceito sobre deteriorização criado por Raúl Prebisch, que foi secretário-geral da Cepal.

Outra diretriz marcante na vida profissional de Furtado foi introduzir a discussão sobre a relação histórica entre colônias e metrópoles – os países subdesenvolvidos e os desenvolvidos. Ele mostrou a importância da influência cultural nos padrões de consumo e nas trocas entre os países.

Atualidade também não falta ao pensamento do economista diante da polêmica recente sobre a atuação e o futuro da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene). Vivem na região 55% da população em extrema pobreza do país, e a taxa de desemprego local tem sido a mais alta entre todas as regiões.

PENSADOR BRASILEIRO

– Natural de Pombal (PB), Celso Furtado nasceu em 26 de julho de 1920 e morreu aos 84 anos, em 20 de novembro de 2004, no Rio de Janeiro.

– Ocupou a Cadeira 11 na Academia Brasileira de Letras, que pertencia a Darcy Ribeiro, em 1997.

– Participou da Força Expedicionária Brasileira durante a Segunda Guerra Mundial.

– Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1944) e doutor em Economia (1948) pela Universidade de Paris (Sorbonne).

– Economista da Fundação Getúlio Vargas de 1948 a 1949.

– Diretor da Divisão de Desenvolvimento da Cepal, de 1949 a 1957.

– Diretor do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico (BNDE) de 1958 a 1959.

– No governo de Juscelino Kubitschek, foi responsável pela elaboração do Plano de Desenvolvimento do Nordeste, que deu lugar à Sudene, órgão que dirigiu de 1959 a 1964.

– Ministro do Planejamento no governo João Goulart, de 1962 a 1963.

– Embaixador do Brasil na Comunidade Econômica Europeia, em Bruxelas, de 1985 a 1986.

– Ministro da Cultura no governo Sarney, de 1986 a 1988. Como titular do cargo, criou a primeira legislação de incentivos fiscais e fez a defesa da identidade cultural brasileira.

– Doutor Honoris Causa concedido por várias universidades, entre elas a Universidade Técnica de Lisboa, Universidade Estadual de Campinas, Universidade de Brasília, Universidade Pierre Méndès-France, Universidade Estadual de São Paulo e Universidade Federal do Rio de Janeiro.

– Membro da Academia Brasileira de Ciências, em 2003.

– Escreveu cerca de 30 livros sobre teoria, política e história econômicas.

LINHAS DO PENSAMENTO

– A política econômica deve considerar a melhoria do bem-estar da população, o que só se consegue com mais renda e emprego. Portanto, não deve se ater à estabilização como um fim em si mesmo.

– A economia nada mais é do que um instrumento que permite tratar problemas que vêm da observação da história ou da vida dos homens em sociedade. Não é uma visão tecnicista.

– Em suas obras, faz uma reflexão sobre o subdesenvolvimento da América Latina. O desenvolvimento deveria ser pensado como uma solução para acabar com a pobreza.

– Para ele, a economia nada mais é do que uma ciência social.

Raimundo Valentim



O que me interessa é que algumas ideias das linhas gerais do pensamento dele cheguem às novas gerações. Se eu vejo que os livros que fiz ou reeditei estão incentivando teses entre os pesquisadores mais jovens, fico muito feliz.

Criador e primeiro gestor da Sudene – o órgão surgiu em 1959 –, Celso Furtado tinha em mente uma estratégia para o desenvolvimento do Nordeste, além do norte de Minas Gerais, área mais pobre do estado, e o norte do Espírito Santo, ambos contemplados na estrutura, hoje, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Regional. No projeto de Furtado, a Sudene deveria também existir com a função de minimizar a desigualdade da região frente ao restante do país.

Sob o comando de Furtado, até 1964, a Sudene era uma autarquia de desenvolvimento regional, estrutura nova para os governos que se sucediam no Brasil. Rosa d’Aguiar se recorda de uma instituição governamental poderosa e que dava ao economista o *status* de ministro.

Quando Jânio Quadros foi eleito, em 1960, havia uma dúvida sobre a permanência do economista no governo, uma vez que o novo presidente fazia dura oposição a JK. Contudo, a administração de Celso Furtado foi considerada tão competente que Jânio o manteve no prestigiado cargo. “A Sudene era um órgão muito poderoso, que se mantinha com verbas próprias”, recordou Rosa.

ARQUIVOS

Documentos originais, ensaios, artigos e cadernos de anotação de Celso Furtado, num acervo de cerca de 30 mil itens, e que ajudam

a entender a história da economia e da política brasileira também serão disponibilizados ao público. Herdeira do arquivo, Rosa d’Aguiar entregou o material em novembro ao Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo (IEB/USP).

A diretora do instituto, Diana Gonçalves Vidal, manifestou a alegria de receber o acervo de Celso Furtado. “Com o encerramento do orçamento naquele mesmo mês, tivemos pouca oportunidade para iniciar seu processamento no ano passado. Como este ano celebramos o centenário de nascimento do intelectual, estamos envidando esforços para a disponibilização do acervo o mais breve possível”, afirmou.

O vasto acervo de Furtado vai se juntar a arquivos que o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) preparou, e abriga coleção de intelectuais prestigiados, como o escritor Guimarães Rosa, o geógrafo Milton Santos e a pintora Anita Malfatti. Rosa d’Aguiar se entusiasma ao falar da doação do arquivo ao IEB/USP. “O que me interessa é que algumas ideias das linhas gerais do pensamento dele cheguem às novas gerações. Se eu vejo que os livros que fiz ou reeditei estão incentivando teses entre os pesquisadores mais jovens, fico muito feliz”, disse Rosa na conversa com a *Rumos*. Junto às obras de teoria e análise econômica, textos de Furtado têm sido lidos por estudantes de Relações Internacionais e estudos de cultura também são procurados.

Citando Ítalo Calvino, autor de *Por que Ler os Clássicos*, a jornalista destacou o conceito elaborado pelo escritor, filho de italianos nascido em Cuba, que considerou clássicos aqueles livros que nos ajudam a entender quem somos. Desse ponto de vista, Furtado teria escrito o “Clássicos das Interpretações do Brasil”.

As comemorações do centenário de nascimento do economista preveem diversos eventos em universidades, de colóquios a debates, incluindo entre os objetivos o repensar do pensamento de Furtado. Eventos estão sendo organizados no Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional (Cedeplar), da UFMG, e na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), onde o economista nasceu. Na terra natal, serão concedidas premiações e medalhas de mérito inspiradas na vida e no trabalho de Celso Furtado.

Empreendedorismo e trabalho

As mudanças institucionais no mercado de trabalho no Brasil promoveram a reflexão sobre ocupação e empreendedorismo. No universo das ocupações pesquisadas na Pesquisa por Amostra Domiciliar Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as atividades de empregadores e de trabalhadores por conta própria com CNPJ ganharam evidência por expressarem uma forma de empreendedorismo.

As evidências mais detalhadas sobre o tema estão contidas no Global Entrepreneurship Monitor¹, que levanta o empreendedorismo no Brasil e no exterior por oportunidade e necessidade. A pesquisa bienal apresenta características comparáveis das atividades empreendedoras entre os países e suas medidas de desenvolvimento.

As universidades, com a existência de departamentos com projetos de pesquisa com potencial tecnológico, também assimilaram ensinamentos e práticas empreendedoras. Com base nessas práticas, os ensinamentos procuram imprimir um conjunto de comportamentos de liderança e independência mais expressivos dentro da formação do indivíduo.

Para explicar um pouco o conceito utilizamos Klein (2008), que apresenta três versões para o comportamento empreendedor². O ocupacional considera o empreendedorismo o indivíduo que trabalha para si mesmo e alia ao seu comportamento elementos de aprendizado da escolaridade. O estrutural trata do indivíduo e seus esforços para desenvolver o ambiente dentro das firmas e melhorar a capacidade dessas de competição. O funcional, foco deste artigo, se caracteriza por um comportamento que busca inovação, adaptação e, de forma incessante, oportunidades lucrativas. O conceito procura fundamentar o comportamento investigativo e o estabelecimento de conexões pelo indivíduo para criar alternativas lucrativas diante dos produtos e processos produtivos já existentes.

A criação inclui um rol complexo de atributos pessoais, capacidade de estabelecer conexões sociais e de visualizar ganhos potenciais. Imaginar uma situação futura diferente da que se vive e buscar meios de alcançá-la é o fundamento do comportamento funcional.

Sob esse conceito, mais pertinente à noção de empreendedorismo e de criação de oportunidades, há três etapas muito comuns aos trabalhos teóricos que investigam o tema. O primeiro se refere à ideia que se estabelece pelo convívio investigativo social ou deriva da identificação de um problema por

parte do indivíduo. Essa busca por criação é constante e objetiva a geração de projetos realizáveis. O segundo comportamento é a coordenação de processos e de conexões que permitam ao indivíduo organizar a riqueza humana e não humana para explorar uma atividade econômica. A terceira é a ação empresarial.

A ação empresarial depende da visão e do julgamento do indivíduo em relação ao potencial das oportunidades que tenta criar. O empreendedor procurará converter essas oportunidades em resultados, redefinindo as trajetórias pelo caminho. Ao convertê-las o indivíduo criará uma atividade, com base no risco e com elevadas possibilidades de rupturas de processos e de produtos existentes.

¹ Ver *Empreendedorismo no Brasil 2018*. Curitiba: IBQP, 2018.

² KLEIN, P.G. (2008). Opportunity Discovery, entrepreneurial action, and economic organization. University of Missouri, Columbia, Missouri, E.U.A.: *Strategic Entrepreneurship Journal*, p. 175-190.



Arquivo Pessoal

ELTON EUSTÁQUIO CASAGRANDE

Doutor FGV-SP/Washington University, EUA. Programa de Pós-graduação em Administração - Unesp/Jaboticabal.

Credit scoring: maior agilidade para as agências de fomento

O presente artigo objetiva convidar as agências de fomento do Sistema Nacional de Fomento (SNF) a refletirem um pouco se não é chegado o momento de adequarem os seus métodos e procedimentos de trabalho no que tange ao processo de concessão de crédito, imprimindo maior agilidade na tomada de decisão.

O avanço tecnológico promove grandes transformações nos sistemas financeiros internacional e nacional atualmente. E essa tendência deverá acelerar ainda mais no futuro. Clientes de bancos comerciais realizam vários serviços em suas contas remotamente por meio de seus smartphones: pagamentos, transferências, solicitação de crédito etc., com agilidade e sem qualquer complicação. Mesmo uma instituição reconhecidamente conservadora como o Fundo Monetário Internacional (FMI) reconhece o potencial que tem esse avanço tecnológico de reconfigurar fortemente os sistemas financeiros internacional e nacional, em especial, o sistema bancário.

A demanda por crédito é um produto perecível: na maior parte das vezes, se não realizada logo, o cliente desiste, pois precisa do dinheiro “para ontem”. Se não se é suficientemente ágil, pode-se perder a oportunidade de vender o crédito. Como têm reagido as agências do Sistema Nacional de Fomento em face dessa realidade?

Por força legal, as agências de fomento não podem captar depósitos à vista, deixando, assim, de obter informações de movimentação de conta corrente que poderiam subsidiar a decisão de concessão de crédito. Geralmente, essas instituições contam com informações prestadas pelo tomador (cadastrais e financeiras), pelo sistema de proteção ao crédito (SPC e Serasa) e pela Central de Risco do Banco Central do Brasil. No caso de balanços financeiros empresariais, estes não são auditados na quase totalidade dos casos, haja vista a clientela ser formada por micros, pequenos e médios empresários. Ajudaria, no processo decisório das agências de fomento, a existência de convênios com as respectivas Fazendas estaduais e a Fazenda nacional para obtenção de informações oficiais, que poderiam ser combinadas ou não com as prestadas pelo potencial cliente¹.

Neste contexto, o *Credit Scoring* surge como uma possibilidade de procedimento operacional que permite grande agilidade e segurança na decisão de crédito por instituições como as agências de fomento estaduais. Mesmo em se tratando de financiamentos para empresas *corporate*, cujos valores de financiamento são mais elevados, pode-se fazer uso do *credit score* mesclado com análise econômico-financeira, visita ao cliente e avaliação por Comitê de Crédito.

O *credit scoring* não é novo, tendo sido criado nos anos de 1950 nos Estados Unidos; desde então, vem sendo utilizado por bancos e empresas prestadoras de serviços, comerciais, industriais, administradoras de cartão de crédito, financeiras etc., em todo o mundo. Por meio desse método, podem decidir rapidamente sobre a aprovação de cadastro de um potencial cliente, sobre o limite de crédito da conta corrente, do cartão de crédito, sobre a concessão ou não de um crédito etc.

Para a construção do modelo de *credit score* é necessário que o analista disponha de uma base de dados com informações pregressas dos seus clientes, conhecimentos avançados em estatística, teoria de probabilidade, econometria, e um pacote estatístico para as fases de preparação, análises de dados e testes. Contudo, não basta apenas “rodar” o pacote estatístico para certo tipo de regressão, por exemplo, como se faz em um exercício de livro-texto, e considerar que o serviço está feito. Isto porque as fases mais importantes e volumosas do trabalho se encontram na preparação das bases, principalmente, seguida de análises de variáveis e testes. Além dos conhecimentos citados, experiência e criatividade complementam os ingredientes. Sim, o trabalho estatístico é uma combinação bem dosada de ciência e arte, a criatividade do cientista de dados podendo fazer a diferença entre um modelo bom ou ruim.

Como resultado de todo esse trabalho, se obtém a denominada equação de escoragem. Analogamente a um prédio de apartamentos que sem fundações sólidas pode ruir, uma equação de escoragem obtida sem uma base de dados boa e adequadamente trabalhada compromete todo o resultado, colocando uma instituição financeira em risco.

Na aplicação do modelo de *credit score* selecionado, o escore do cliente é obtido ao se alimentar a equação de escoragem com as suas informações, permitindo, de imediato, se decidir sobre a concessão ou não de um financiamento ao comparar o escore obtido com um escore de corte; além disto, ao se conhecer o risco de crédito do cliente, pode-se precificar o seu crédito adequadamente, estabelecendo um encargo maior (ou menor), por unidade de tempo, para o cliente que represente um risco de inadimplência maior (ou menor).

Além de agilidade na tomada de decisão, outros benefícios desse método, se usado exclusivamente, são maior objetividade e uniformidade na decisão: nunca deverá ocorrer situação em que dois analistas diferentes indiquem decisões de crédito diversas, o que pode ocorrer quando há espaço para maiores subjetividades, como quando se faz uso da matriz de risco de crédito dos “6 Cs” (caráter, capacidade, capital, colateral, condições e conglomerado).

Este escriba desenvolveu os primeiros modelos de *credit score* para a Agência de Fomento do Estado da Bahia (Desenbahia) em 2019. Encontram-se em fase de implementação. Características positivas desses modelos é que são simples, com poucas variáveis, e cujas informações necessárias são bastante críveis, o que em muito eleva a confiança nos modelos. Os *backtests* feitos também apresentaram resultados muito bons.

Com base em estudos de demanda, é possível também se identificar fatores importantes a serem trabalhados pelo marketing das agências. O que também pode ser feito com as mesmas bases de dados. Por experiência em pesquisa, acredito que a agilidade na concessão de crédito

pode deslocar a curva de demanda por crédito das agências de fomento favoravelmente, mantidos os mesmos níveis de taxas de juros de encargos cobrados. Como consequência, dadas as supostas baixa elasticidade-preço da demanda por crédito e alta “elasticidade-agilidade da demanda” por crédito², se poderá ampliar os resultados operacionais sem comprometer as margens de contribuição das linhas de financiamento via redução de taxas de juros cobradas, mas sim, por meio do aumento do volume de crédito concedido, sendo o método do *credit scoring* uma resposta que as agências de fomento não devem desprezar rumo à sustentabilidade.

¹ A Desenbahia está em vias de restabelecer esses convênios proximoamente.

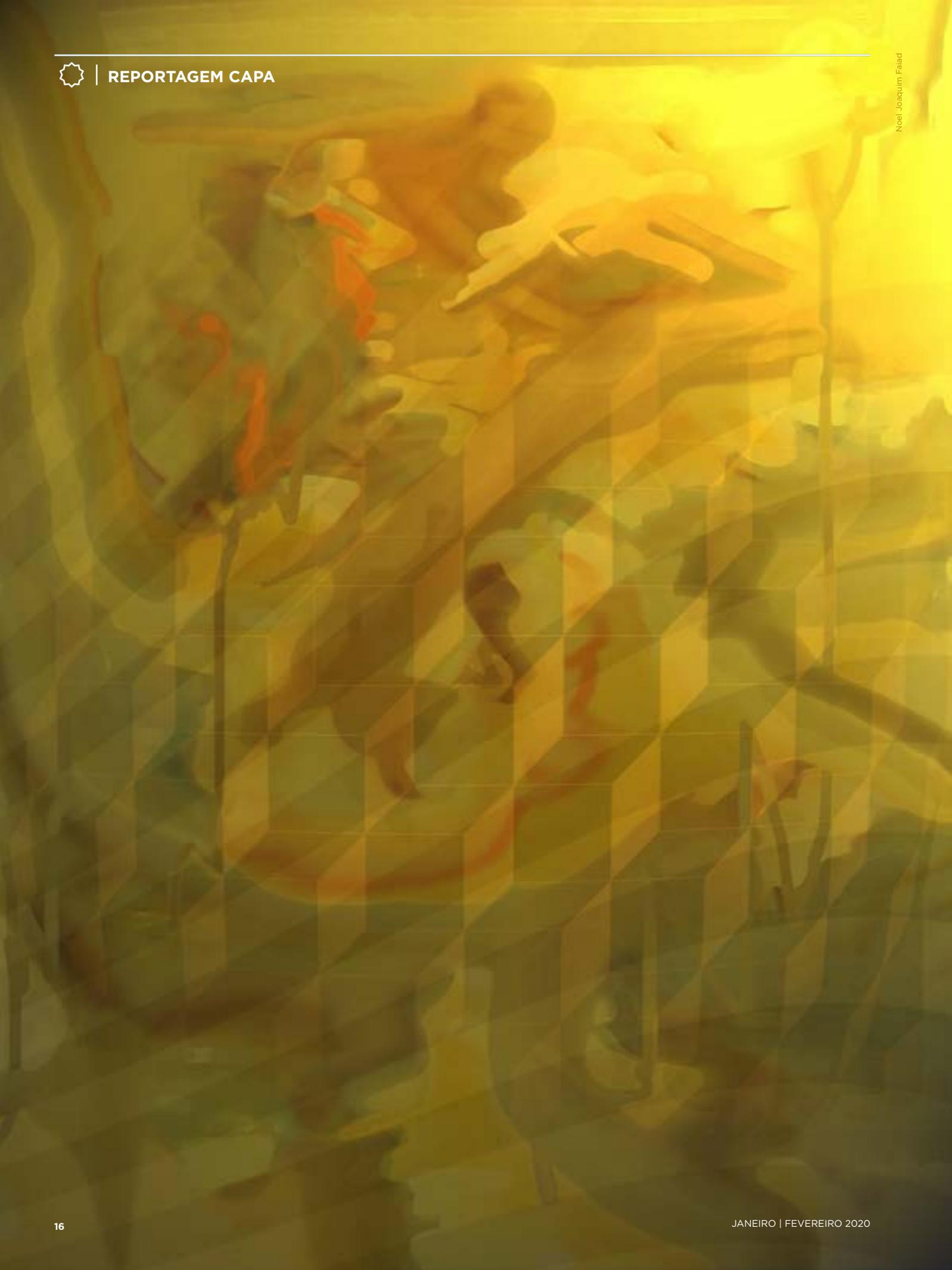
² Há algumas evidências quanto a esses pressupostos. Entretanto, aspecto importante a ser observado é a elasticidade-preço cruzada da demanda por crédito.

Divulgação



CLÁUDIO PONDÉ AVENA

Economista, com doutorado em Economia da Educação (UFBA). Professor Visitante em Stanford University (EUA). Analista de crédito e de risco na Desenbahia há mais de dez anos.



O poder da criação

A economia criativa representa 2,6% do PIB brasileiro e cresce a uma taxa média superior a outros setores. Com mais de 800 mil profissionais formais, o segmento – que reúne da moda à biotecnologia, do cinema ao carnaval – demonstra que a cultura pode ser um dos motores para a retomada do crescimento sustentável do país. **POR CARMEN NERY**

As artes, o cinema, a música e o entretenimento, facilmente compreensíveis para a população como produção cultural, são apenas algumas das vertentes de um conceito mais amplo conhecido como economia criativa. Há no setor, apenas no Brasil, cerca de 250 mil empresas e instituições de segmentos que vão do audiovisual à arquitetura, moda, música, gastronomia, ao *design*, *games*, e até o carnaval. De acordo com o Atlas Econômico da Cultura Brasileira, divulgado em 2017, o setor de cultura e economia criativa representaria 2,6% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e teve crescimento acumulado de quase 70% nos últimos 10 anos.

Em seu site, a Secretaria Especial de Cultura, do governo federal, informa que as atividades culturais e criativas são responsáveis por cerca de um milhão de empregos formais diretos, de acordo com estudo da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan). Outro estudo, da consultoria PricewaterhouseCoopers (PWC), aponta que, entre 2013 e 2017, o setor cresceu a uma taxa média anual de 8,1%, bem acima do conjunto da economia. A participação no PIB, por sua vez, seria superior à de setores tradicionais, como as indústrias têxtil e farmacêutica.

“A indústria criativa no Brasil é composta por 837,2 mil profissionais criativos formalmente empregados – o que corresponde a 1,8% de toda a mão de obra nacional”, informa Joana Siqueira, coordenadora de Pesquisas Institucionais da Firjan, citando dados do Mapeamento da Indústria Criativa, estudo bianual publicado em fevereiro do ano passado, com base em dados de 2015 a 2017.

O estudo utiliza dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), relatório de informações socioeconômicas solicitado pelo Ministério do Trabalho e Emprego, e é resultado de uma metodologia própria da Firjan, com base em parâmetros internacionais.

A setor criativo foi dividido em quatro grandes áreas, com 13 segmentos: publicidade e marketing, arquitetura, design, moda, expressões culturais (artesanato, gastronomia e folclore), patrimônio e artes, música, artes cênicas, editorial, audiovisual, pesquisa e desenvolvimento, biotecnologia e tecnologia da informação e comunicação (TIC).

Essa última edição mostra que a evolução dos profissionais criativos se alinhou ao restante da economia (queda de 3,9% na Indústria Criativa e de 3,7% no total do mercado de trabalho brasileiro), mas isso ocorre após anos de resiliência dos profissionais criativos frente ao cenário desafiador. “Em uma análise evolutiva, os criativos demoram mais para sentir os impactos da crise econômica brasileira, demonstrando seu caráter estratégico, mais ainda num cenário adverso. Mesmo diante da conjuntura desafiadora, houve um movimento registrado em diversas áreas e segmentos criativos no período. Ao analisar as profissões criativas em alta no período de estudo, fica evidente o impacto da transformação digital e valorização da experiência do consumidor nos profissionais buscados no mercado”, analisa Joana Siqueira, ressaltando que os setores de publicidade e marketing, biotecnologia e de expressões culturais foram os que mais se expandiram.

Sob a ótica da produção, são 245 mil estabelecimentos criativos em território nacional. Esse montante representa uma expansão de 2,5% em relação ao observado em 2015 – e marcadamente maior do que a contração de 1% observada na economia como um todo, o que reforça o papel relevante do setor em tempos de mudanças e incertezas.

“Vale destacar, ainda, que a área criativa foi responsável por relevante geração de valor na economia brasileira: o PIB Criativo estimado totalizou R\$ 171,5 bilhões – cifra que corresponde a 2,6% de toda a riqueza gerada em território nacional e equivale ao valor »

de mercado da sexta marca mais valiosa do mundo, a Samsung”, destaca a coordenadora da Firjan.

Especificamente sobre a área de cultura, não há uma estimativa do PIB gerado devido a questões metodológicas. Porém, sob a ótica do mercado de trabalho, a cultura concentra 64,9 mil profissionais formalmente empregados – sem considerar as outras formas de contratação ainda mais presentes nessa área. Esse montante equivale a 7,7% de todos os profissionais criativos brasileiros formalmente empregados.

Num cenário de desemprego ainda alto, dez profissões geraram mais de 24 mil contratações no Brasil. São elas: analistas de pesquisa de mercado, analistas de negócios, chefes de cozinha, editores de mídia eletrônica, designers de eventos, de moda, de produto e gráficos, programadores e gerentes de TI. Em comum, essas profissões demonstram a busca das empresas por profissionais ligados ao foco no consumidor, digitalização e diferenciação de produtos e serviços.

“Estamos vivendo um momento de transformação digital e há o desafio das empresas conseguirem se adequar nesse caminho, especialmente quando se considera o contexto econômico e social desafiador do Brasil. Fica clara a necessidade de compreender o consumidor – que se evidencia na contratação de analistas de pesquisa de mercado e analistas de negócios. E de gerar experiências diferenciadas para o usuário e, para isso, buscam-se os designers e chefes de cozinha. Além de se trabalhar o grande volume de dados que a era digital oferece, o que leva as empresas a buscarem programadores e gerentes de TI”, acrescenta Joana.

A Firjan realizou, em fevereiro, uma série de atividades e círculos de palestras envolvendo carnaval, cultura, games e turismo. Joana diz que há dificuldade de coletar dados dessas atividades, que ainda não têm registros oficiais. “A Casa Firjan, inaugurada em agosto de 2018, surgiu da identificação da necessidade de preparar os empresários e a sociedade para as transformações que estão ocorrendo. A ideia é pensar e refletir sobre os desafios da nova economia”, resume ela.

SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

Um dos agentes mais atuantes para o desenvolvimento do setor, o Sebrae define a economia criativa como o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. Essa indústria abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e de serviços que usam criatividade, cultura e capital intelectual como insumos primários. E estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

O Sebrae destaca que o avanço das tecnologias possibilitou a criação de novos produtos, novas formas de comunicação e compartilhamento de conteúdo. Dessa revolução, inicialmente compreendida como economia digital, surgiram novos modelos

SETORES DA ECONOMIA CRIATIVA



Publicidade e Marketing



Arquitetura



Design



Moda



Expressões Culturais



Patrimônio e Artes



Música



Artes Cênicas



Editorial



Audiovisual



Pesquisa e Desenvolvimento



Biotecnologia



Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)

de negócios e novas formas de competição por mercados, impulsionando a economia criativa – hoje, um assunto estratégico na pauta dos programas de modernização e desenvolvimento de muitos países.

De acordo com a instituição, um dos principais desafios é que produtores e empreendedores que atuam no mercado dos negócios criativos no Brasil ainda precisam desenvolver a sustentabilidade de seus empreendimentos, adquirir independência dos recursos do Estado, profissionalizar a gestão e buscar a longevidade de seus negócios. O Sebrae, inclusive, oferece um curso à distância para quem quer criar empreendimentos viáveis e sustentáveis.

Jane Blandino, analista de competitividade da organização, destaca que a economia criativa, de maneira geral, vive uma situação atípica diante da crise, com crescimento acima do esperado para o momento econômico. Em um futuro próximo, com uma maior dinamização da economia e novos modelos de consumo – a exemplo da economia colaborativa e da economia compartilhada –, os insumos trazidos pelos segmentos da economia criativa tendem a ganhar ainda mais relevância no contexto econômico. “O Reino Unido, por exemplo, soube priorizar os setores criativos e dinamizou sua economia, tornando-se referência mundial de crescimento ligado a esse segmento”, reforça Jane.

Ela ressalta que, segundo um relatório de econo-

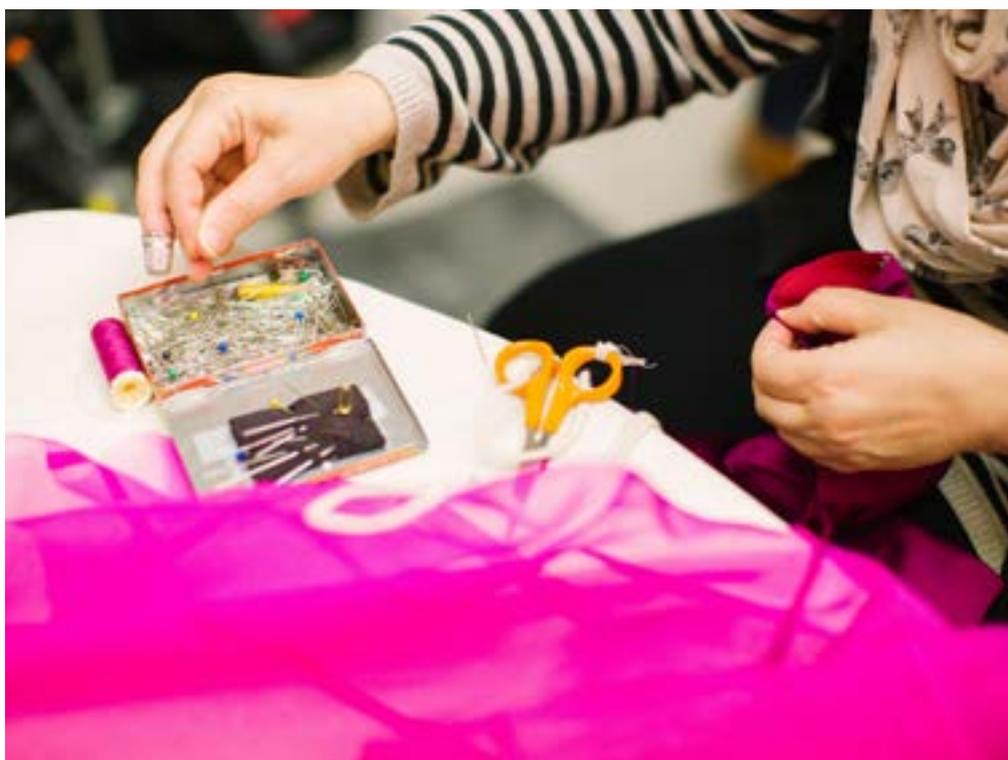
mia criativa publicado pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2019, o Brasil é o décimo colocado na lista de principais exportadores de artesanato entre economias em desenvolvimento e sexto colocado nas artes visuais. O relatório afirma que vale a pena proteger o setor criativo do Brasil: 5,5% dos brasileiros trabalham em áreas afins (11 milhões de pessoas).

“A moda é a indústria líder, seguida por música, cinema e mídia online, que são setores em crescimento no Brasil. O relatório também destaca o mercado audiovisual brasileiro: o Brasil possui a décima primeira maior bilheteria global do mundo, totalizando US\$ 800 milhões em 2014”, acrescenta a analista do Sebrae.

Ela diz que sobre a produção de bens culturais (produção executiva), os maiores desafios são a informalidade, a fragilidade dos apoios de incentivo e governamental e a necessidade de se capacitar em gestão do negócio. Um dos principais diferenciais da economia criativa é que são negócios baseados no capital intelectual, isso significa dizer que em muitas atividades econômicas existem oportunidades para os pequenos negócios gerarem valor para o cliente, dado que o diferencial do negócio não será o porte da empresa, e sim como ela se posiciona no mercado.

“É importante destacar que esse é um mercado extremamente competitivo e que um dos grandes »

Unsplash



A moda é uma das indústrias líderes do setor criativo no Brasil.



Unsplash

A indústria audiovisual brasileira movimentou R\$ 44 bilhões por ano, gerando cerca de 335 mil empregos.

desafios também advêm do seu diferencial, ou seja, ao mesmo tempo que o capital intelectual é a sua essência, também é fundamental que o empreendedor compreenda que esse é um negócio e, portanto, como qualquer outro, demanda conhecimento sobre gestão empresarial. Também é necessária melhoria nas políticas públicas, articulação de rede sistêmica e assertiva dos profissionais criativos e potencialização da cadeia da indústria e incentivo à capacitação em gestão”, defende Jane.

INVESTIMENTO PÚBLICO

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) tem a meta de criar uma conta satélite para o setor cultural, a exemplo da que já existe para a área de saúde, com um recorte preciso do PIB. Enquanto o projeto não avança, o IBGE analisa o setor por meio do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), estudo que, em sua quarta edição, consolida informações de diferentes pesquisas do instituto. A última edição abrange o período 2007-2018 e faz uma extensa análise sobre emprego, acesso a bens culturais e fontes de financiamento.

Entre 2014 e 2018, houve redução na proporção de empregados com carteira assinada (de 45% para

34,6%) e aumento dos trabalhadores por conta própria (de 32,5% para 44%) na cultura. Em vista disso, a informalidade aumentou, passando de 38,3% em 2014 para 45,2% em 2018.

O estudo também revelou que o setor público destinou para a área de cultura R\$ 9,1 bilhões em 2018, equivalente a 0,21% do total de despesas consolidadas da administração pública. Apesar do aumento dos dispêndios, todas as esferas de governo reduziram suas participações de gastos no setor cultural em sete anos, passando de 0,28% em 2011 para 0,21% no ano passado.

“Os investimentos em cultura vêm caindo devido à crise fiscal, rotatividade de quadros e descontinuidade de políticas. O orçamento fica limitado às despesas de custeio”, resume o pesquisador do IBGE, Leonardo Athias, destacando que os governos municipais são a esfera de governo que mais aplica seu orçamento no setor cultural, com participação de 51,4% do todo, em 2018. A maior contribuição dos municípios deve-se à proximidade com a população e suas respectivas demandas culturais, por parte de gestores, produtores e consumidores de bens e serviços culturais.

“Os resultados mostram estagnação e queda dos investimentos com perda de importância da cultura nos gastos públicos das três esferas. Há redução dos investimentos, à exceção do audiovisual, que cresceu em participação. O IPCA cresceu 52% e os gastos tiveram expansão de apenas 28,6%. Já o mecenato, mecanismo criado pela a lei de incentivo à cultura, ficou estagnado em R\$ 1,3 bilhão”, analisa.

AUDIOVISUAL

Na contramão da retração, em 2018 a Agência Nacional de Cinema (Ancine), órgão responsável pelo financiamento ao setor audiovisual, praticamente triplicou sua participação e foi o órgão mais representativo, absorvendo um terço do orçamento federal. A explicação está na criação, em 2001, da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine), taxa que passou a ser paga pelas operadoras de telecomunicações em 2011, alavancando os investimentos no setor. Segundo estudo da Ancine, em 2014, o audiovisual brasileiro injetou R\$ 24,5 bilhões na economia e foi responsável por movimentar US\$ 1,74 bilhão entre importações e exportações de serviços audiovisuais em 2015.

De 2007 a 2014, o impacto da Lei da TV Paga (12.485/2011) proporcionou o crescimento de 129% das produtoras, que criaram 73,6% mais de obras no mesmo período. As produtoras independentes concentraram a maior parte desse crescimento. Houve um aumento de 536% na produção de 2008 a 2014 com a criação de séries, que subiu 318%, de acordo com dados da Fundação Dom Cabral e da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais.

Ainda de acordo com a agência, a indústria audiovisual movimentou R\$ 44 bilhões em faturamento por ano, gerando cerca de 335 mil empregos (diretos e indiretos), e representa 0,46% do PIB do país, superior à participação da indústria farmacêutica, por exemplo. São 12,7 mil empresas registradas atualmente na Ancine, de todos os elos da cadeia: produção, distribuição, exibição, canais, empacotadoras etc.

A Agência destaca que, em 2019, os cinemas brasileiros alcançaram uma renda 13% superior à de 2018. Mesmo com um número de lançamentos 10,9% menor que em 2018, o cinema nacional conseguiu bater recordes de público, aumentando em 7,83% sua participação. Os títulos brasileiros foram responsáveis por 11,5% da renda total, apresentando um crescimento de 12,97% em relação a 2018. O resultado demonstra um aumento mais robusto no número de salas do país. Em 2018, o parque exibidor brasileiro possuía 3.194 salas, já em 2019, esse número alcançou 3.201 salas, ressaltando o fortalecimento do número de cinemas no país.

A Brasil Audiovisual Independente (Bravi) é uma organização que reúne mais de 600 produtoras independentes de conteúdo audiovisual para televisão e mídias digitais, com associados em 21 unidades da federação, nas cinco regiões do Brasil. Fundada em 1999, a associação atua para o desenvolvimento do mercado audiovisual brasileiro e participa das regulamentações do setor, incentivando a produção e novos modelos de negócios, além de oferecer capacitação especializada ao produtor independente.

Segundo Mauro Garcia, presidente executivo da Bravi, de 2007 a 2014, o impacto da Lei da TV Paga (12.485/2011) proporcionou o crescimento de 129% das produtoras, que produziram 73,6% mais de obras no mesmo período. “As produtoras independentes concentraram a maior parte deste crescimento. Houve um aumento

de 536% na produção de 2008 a 2014 com a criação de séries, que subiu 318%”, diz Garcia.

Anteriormente, em 2001, a MP 2.028 criou o Fundo Setorial do Audiovisual, atualmente o principal mecanismo de fomento do audiovisual brasileiro. A MP criou as várias Codecines que alimentam o fundo – TV por assinatura, TV aberta, publicidade, remessa para o exterior, operadoras de telecomunicações, outros mercados (avião, plataformas de *streaming*). Assim, ao longo da década de 2000, as produtoras passaram a produzir também para cinema e plataformas.

“O fundo setorial foi um indutor do desenvolvimento do audiovisual, atraindo recursos dos canais de televisão e investimentos internacionais, e foi o sinalizador de que o audiovisual entrava num plano estratégico do Estado brasileiro. Foi criada uma política de desenvolvimento do audiovisual como um setor importante do entretenimento mundial”, destaca Garcia.

Ele ressalta os investimentos de plataformas como Netflix e canais estrangeiros como HBO, que não usam recursos públicos, mas entenderam que há uma produção de qualidade no Brasil, as quais eles poderão explorar internacionalmente. “Além disso, houve uma expansão da produção, antes concentrada no Rio e em São Paulo, para outros estados, como Pernambuco, que hoje tem uma produção cinematográfica relevante”, analisa.

O POTENCIAL DOS GAMES

Um dos segmentos de maior potencial no Brasil e no mundo é a indústria de games, que movimentou US\$ 1,6 bilhão no país em 2019, segundo o instituto de pesquisa NewZoo. Somente a Associação Brasileira das Desen- >>



volvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames) conta com 141 empresas associadas envolvidas com o processo de produção de jogos digitais, sejam desenvolvedoras ou empresas de apoio. Segundo o último levantamento, do primeiro semestre de 2018, são 276 empresas formalizadas atuando no setor.

“É importante ressaltar que o mapeamento de empresas do setor possui uma limitação técnica: como não existe um CNAE [Classificação Nacional de Atividades Econômicas] próprio para as empresas do setor, a única forma de aferir a existência de empreendimentos seria por meio de um censo que coleta os dados manualmente. Desta forma, o número, além de desatualizado, também exclui uma série de empreendimentos que não foram atingidos pela coleta manual”, diz Sandro Manfredin, presidente da Abragames.

Ele resalta que o segmento possui um potencial muito grande a ser explorado: é o mercado de mídia e de entretenimento que mais se expande no mundo. Além disso, existe um crescente mercado de jogos aplicados, com propósitos educacionais e de treinamento, além do uso de tecnologias imersivas como realidade virtual, para experiências interativas inovadoras.

“O Brasil é o 13º maior mercado do mundo. Enquanto produtor, não existe um dado ou ranking consolidado. O projeto de

exportação Brazil Games aferiu que as exportações das empresas consultadas somaram US\$ 79 milhões de dólares em 2019, um crescimento de 50% em relação ao ano anterior. Apesar de possuímos um grande mercado interno, grande parte do faturamento concernente a jogos B2C vem de mercados no exterior. Quanto às empresas produtoras de jogos para clientes B2B, há uma maior demanda do mercado interno, ainda que muitas prestem serviços para clientes do mundo todo”, analisa Manfredin.

Ele explica que as empresas são muito diversas e trabalham em diferentes segmentos do mercado de games. Há grandes empresas de jogos para dispositivos móveis no modelo grátis-para-jogar (Free to Play, F2P), como desenvolvedoras focadas em jogos pagos (premium) para PCs e consoles de videogame. “Também possuímos empresas focadas em jogos educacionais, e outras focadas em *outsourcing*, ou seja, o desenvolvimento de partes de um jogo para clientes do mundo todo”, completa o presidente da Abragames.

A Playbor é uma aceleradora de estúdios de desenvolvedores de jogos fundada por Gustavo Horta, João

Desenvolvedoras de jogos de entretenimento e serious games por plataforma

Tipos de jogos								NA	
Jogos de entretenimento	37,9%	8,7%	28,0%	6,8%	6,2%	4,3%	0,6%	6,8%	0,6%
Próprios	33,6%	8,2%	33,6%	6,4%	3,6%	4,5%	0,9%	8,2%	0,9%
Para clientes internacionais	37,5%	12,5%	25,0%	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Para clientes nacionais	41,7%	12,5%	16,7%	4,2%	12,5%	8,3%	0,0%	4,2%	0,0%
<i>Advergames</i>	72,7%	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%
Serious Games	37,5%	4,7%	17,2%	0,0%	7,6%	18,8%	0,0%	4,7%	9,4%
Treinamento corporativo	33,3%	0,0%	22,2%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%	22,2%
Treinamento corporativo para terceiros	42,9%	0,0%	42,9%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Educacionais próprios	33,3%	9,5%	9,5%	0,0%	4,8%	19,0%	0,0%	4,8%	19,0%
Educacionais para terceiros	35,3%	5,9%	17,6%	0,0%	0,0%	35,3%	0,0%	5,9%	0,0%
Para saúde próprios	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Para saúde para terceiros	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Simuladores (hardware específico)	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
N/A e outros	7,5%	3,8%	6,6%	0,0%	2,8%	4,7%	0,0%	67,0%	7,5%
Não se aplica	6,0%	3,6%	6,0%	0,0%	1,2%	3,6%	0,0%	78,3%	1,2%
Outros	13,0%	4,3%	8,7%	0,0%	8,7%	8,7%	0,0%	26,1%	30,4%
Total geral	28,1%	6,3%	19,0%	3,3%	5,4%	7,3%	0,3%	25,7%	4,5%

- Dispositivos móveis (smartphone, tablet)
- Computador multiplayer
- Computador standalone
- Console
- Realidade virtual/realidade aumentada
- Web (browsers)
- Redes sociais
- Não se aplica
- Outros

Guilherme Paiva e Marcelo Freitas. Marcelo Farias, diretor de marketing e aceleração da empresa, explica que o jogo está entre uma arte pura criativa e um produto de tecnologia. Os estúdios contam com uma equipe criativa multidisciplinar com artistas gráficos, modeladores, ilustradores, design de narrativas (escritor), *game designer* e programadores.

A empresa já fez cinco turmas de aceleração, sendo três em parceria com o Sebrae, e foi responsável pela aceleração de mais de 100 estúdios com resultados variados. Alguns desistiram de empreender, mas outros estão no mercado lançando jogos. Farias explica que há três perfis de desenvolvedores no Brasil.

O independente desenvolve por conta própria e usa as plataformas de autopublicação, usando as lojas de aplicativos como Apple Store ou Play Store. Normalmente, não tem um rendimento muito alto, porque não investe em comunicação; mas há caso de desenvolvedores fora do país que conseguem viralizar seus jogos mesmo sem investir em mídia.

O segundo caso é um modelo de negócio mais sustentável, como o da Long Hat House, de Belo Horizonte, em que o desenvolvedor faz um contrato com uma publicadora, que assume a responsabilidade de comunicação, comercialização e distribuição do jogo, obtendo maior alcance. “A Long Hat House fechou com a publicadora americana Longfield Games, e ganhou um valor fixo para desenvolver, além de participação na venda”, diz Farias.

O terceiro modelo é o de estúdio que também trabalha com publicadora, mas, em vez de desenvolver um produto para ser lançado, cria produtos de desenvolvimento contínuo como serviço, modelo em alta atualmente. “O modelo dos jogos é *free to play*: gratuito para jogar, mas com vendas de produtos durante o jogo. A cada venda no jogo, o desenvolvedor ganha. No Brasil, existem dezenas de estúdios, mas poucas publicadoras atuam no país, a maior parte está nos EUA, Sudeste Asiático e China. Para as publicadoras, o desenvolvedor brasileiro é muito conveniente porque é barato e qualificado”, resume.

INDÚSTRIA DO CARNAVAL

As atividades relacionadas ao carnaval este ano movimentaram cerca de R\$ 8 bilhões em todo o país, segundo estimativa da

O Rio de Janeiro segue como o estado com maior geração de recursos advindos do carnaval, com R\$ 2,32 bilhões, seguido por São Paulo, com R\$ 1,95 bilhão, e Bahia, com R\$ 1,13 bilhão.

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O número representa um aumento real de 1% em relação a 2019 e maior volume de receitas desde 2015. A pesquisa também leva em conta o desempenho do setor turístico e das principais atividades que se beneficiam do *boom* econômico gerado pelo carnaval.

Segundo o estudo, os segmentos especializados em alimentação fora do domicílio, como bares e restaurantes (R\$ 4,8 bilhões), as empresas de transporte de passageiros rodoviário, aéreo e de locação de veículos rodoviários (R\$ 1,3 bilhão) e os serviços de hospedagem em hotéis e pousadas (R\$ 861,3 milhões) respondem por quase 90% de toda a receita gerada devido ao carnaval.

O Rio de Janeiro segue como o estado com maior geração de recursos advindos do carnaval, com R\$ 2,32 bilhões, seguido por São Paulo, com R\$ 1,95 bilhão, e Bahia, com R\$ 1,13 bilhão. Mas São Paulo e Pernambuco terão a maior taxa de crescimento real de receitas, respectivamente, 5,4% e 3,2%.

A principal festa popular do Brasil também contribuirá para a geração de emprego. A CNC estima a contratação de 25,4 mil trabalhadores temporários entre janeiro e fevereiro deste ano – 2,8% a mais do que os 24,7 mil do carnaval de 2019. Deste total, 18,2 mil vagas são do segmento de serviços de alimentação. Confirmada a previsão, a oferta de vagas por parte das atividades que compõem a pesquisa alcançaria, em 2020, o maior contingente de temporários desde 2014 (55,6 mil postos de trabalho). »

Rietur



Desafios vão de seguro às divergências sobre direitos autorais

Pixabay



Além dos desafios econômicos, o setor de economia criativa tem outro desafio imenso no campo jurídico-regulatório. O Instituto de Direito, Economia Criativa e Artes (Idea) é um centro de pesquisa que surgiu de uma percepção dos fundadores de que muitos profissionais do setor encontravam uma barreira no direito. Entre as atividades do Idea, há publicações, cursos e eventos.

Nichollas Alem, fundador e presidente do instituto, observa que, como qualquer setor, a indústria criativa está sujeita a questões de direito do trabalho, regulatório e autoral. Só que tem especificidades que o profissional de direito precisa conhecer muito bem para dar respostas adequadas. “O setor trabalha muito com o conceito de parcerias e o direito muitas vezes não consegue dar uma resposta que seja ágil e não tão burocrática quanto esses agentes gostariam. Muitas vezes, eles não querem se organizar como uma sociedade, ou a atividade não é uma prestação de serviços”, analisa Alem.

Ele destaca que o conceito de direito autoral foi criado no final do século XIX, pensando na perspectiva daquele autor que tem uma inspiração individual. Hoje, na economia criativa, há o conceito da criação coletiva, em que diferentes pessoas vão criando na internet um pedaço da obra, desafiando o conceito de autoria e de obra protegida.

Para o executivo, nem mesmo o *Creative Commons* resol-

ve a questão, pois é uma licença que faz uma declaração de que, por exemplo, a obra está aberta para que outras pessoas possam usá-la, sob determinadas condições, como citar a obra ou que a nova obra também seja aberta. “O que o *Creative Commons* fez foi unificar uma nomenclatura de licenças abertas, facilitando o trabalho do artista que quer divulgar a sua obra de maneira mais livre. Mas não responde aos desafios de autoria, de criações coletivas, de questões territoriais envolvendo direitos autorais. São questões que ainda precisam ser discutidas”, analisa Alem.

Atualmente, o Idea tem duas linhas de pesquisa. Uma analisa o mercado de entretenimento Geek – fãs de tecnologia, eletrônica, jogos eletrônicos

ou de tabuleiro, histórias em quadrinhos, mangás, livros, filmes e séries – com produtos como games. Nesse caso discute-se que direitos autorais são protegidos, por exemplo. A outra linha de pesquisas é de *performances* artísticas, uma área muito difícil de delimitar objeto de proteção jurídica.

“É difícil estabelecer autoria, além de identificar como é possível fazer uma releitura com a *performance* sem violar direitos de outras obras. Há toda uma discussão de propriedade intelectual nessas duas frentes principais. No caso dos jogos, um dos pontos principais é que se trata de uma indústria gigantesca, que movimenta mais do que a própria economia do audiovisual e da música e tem algumas questões pendentes. A começar pela questão regulatória, que não existe no Brasil, porque ainda não se estabeleceu quem deve regular”, diz Alem.

Ele explica que a Ancine está assumindo um pouco essa função, mas o setor de games sempre ficou à margem das políticas públicas. Na sua avaliação, há sim alguma afinidade com a agência de audiovisual porque uma das discussões regulatórias atuais no mercado de games é se os jogos são obras audiovisuais ou um software. Dependendo de como se classifica, como au-

audiovisual ou software, há consequências jurídicas diferentes para fins tributários, de direito autoral ou regulatórios. “No caso da tributação, há a questão de que os *games* não são vendidos somente em mídia física, mas também por *download*. Outro aspecto, são os prestadores de serviços difusos no mundo. A indústria de jogos eletrônicos tem uma questão contratual complexa, que envolve o polo produtor e o polo distribuidor, que, eventualmente, é uma loja de aplicativos do celular. Há ainda o desafio de atender demandas regulatórias e de classificação indicativa em diferentes países, alguns com mecanismos de censura. Como é um bem digital globalizado, há a dificuldade de conciliar legislações internas e internacionais”, enumera Alem.

No caso do *streaming*, ainda se discute o conceito de Video On Demand (VOD) por meio de um projeto de lei que tramita lentamente no Congresso. Há questões sobre como regulamentar a produção nacional nas plataformas como Netflix e Amazon Prime, qual deve ser a tributação ou como investir parte dessa tributação no audiovisual brasileiro.

“Todos esses assuntos dialogam com muitas esferas do direito: concorrência, direito do consumidor, contratos, tributação, direito autoral”, enumera Alem.

PROFISSIONALIZAÇÃO

Outro desafio diz respeito aos riscos inerentes da própria atividade criativa. A Affinité é uma corretora de seguros especializada no setor de entretenimento. Ricardo Minc, CEO da empresa, diz que a corretora atua com três linhas de negócios e o perfil é de produtoras de cinema, produtores de eventos ou de exposições e museus de obras de arte. Cada linha de negócios tem suas especificidades.

“Hoje, no audiovisual, cuja produção brasileira está despontando e vem sendo vendida para o exterior, o produtor depende de dinheiro público de incentivo, ou o que chamamos de “dinheiro bom” de investimentos, recursos privados das plataformas de *streaming* e dos canais internacionais, que são obrigados a cumprir a lei de cota de produção nacional. E a produção audiovisual é como uma obra de engenharia que tem inúmeros riscos”, explica Minc.

Ele observa que a produção de um filme envolve de 70 a 80 pessoas com as quais há contratos, e o tempo de produção vem diminuindo. Hoje um filme demanda 40 a 60 dias de filmagens, quando antes eram necessários até dois anos. Há ainda a pré e pós-produção, que leva, no mínimo, 90 dias. Além dos atores, que eventualmente podem ficar doentes ou sofrer um acidente, paralisando as filmagens, impossibilitando a produtora de cumprir seu planejamento.

“Muitas vezes o produtor pegou recursos com um canal, com os recursos incentivados do governo ou com um banco e precisa cumprir o cronograma e o orçamento. Uma forma de gerenciar o risco é ter cobertura de seguro. A seguradora entra cobrindo os eventuais prejuízos”, explica Minc.

Entre as inovações do setor de seguros que ele vem tentando trazer para o país está o *completion bond*, uma modalidade de seguro garantia que assegura a conclusão do empreendimento, objeto do contrato de financiamento. Muitos financiadores no exterior exigem esse tipo de seguro. “O seguro cobre prejuízos por paralisação que são lucros cessantes do custo, responsabilidade civil do produtor, caso haja danos a terceiros, também segura propriedades e as demais responsabilidades civis de transporte, acidentes pessoais das equipes. É um seguro filme *production packet*, com vários tipos de coberturas”, explica Minc.

O mesmo paralelo pode ser feito com o setor de eventos, cujo modelo de negócios é baseado fortemente em patrocínios. Todo evento é sujeito a problemas da natureza ou cancelamentos por parte de artistas, como o recente caso do cantor Shawn Mendes, que, duas horas antes do show que faria no Brasil, cancelou sua apresentação por se sentir mal. A seguradora está indenizando todos os custos da produtora.

“São produtos que oferecemos há 20 anos, num mercado que vem se profissionalizando. O movimento começou por uma exigência contratual dos canais internacionais e também porque ocorreram sinistros, o que fez com que o seguro virasse uma rotina das produtoras. O seguro é de, em média, 1% do valor da produção, e pode ser modelado com todas as coberturas ou parte delas. No caso de eventos, se for de uma produção de um show de uma banda como Rolling Stones, o valor pode chegar a 5%”, sinaliza Minc.



BADESUL OBTÉM LUCRO DE 28 MILHÕES EM 2019

A Agência de Fomento do Rio Grande do Sul (Badesul) obteve aumento de 41% em seu lucro líquido de 2019, em comparação com o ano anterior, atingindo os R\$ 28,1 milhões. Ao longo do ano, foram aprovadas 220 novas operações de crédito, no valor total de R\$ 416,1 milhões, e desembolsados R\$ 332 milhões, tanto para o financiamento de novos investimentos na economia gaúcha, quanto para a sustentação de investimentos antes apoiados. “O resultado demonstra a consistência e a força do Badesul como agente de fomento nos últimos anos. Comprova a sua importância nos mais diversos setores para o desenvolvimento e o progresso de todo o estado”, afirma a presidente da

agência, Jeanette Lontra.

MICROCRÉDITO DA AGN INJETA R\$ 19 MILHÕES NA ECONOMIA DO RIO GRANDE DO NORTE

A economia potiguar recebeu a injeção de quase R\$ 18 milhões durante o ano de 2019, por meio do programa Microcrédito do Empreendedor Potiguar, da Agência de Fomento do Rio Grande do Norte (AGN). A iniciativa contemplou milhares de microempreendedores de todo o estado.

O resultado de R\$ 17,9 milhões distribuídos em um total de 5.689 operações de financiamento para microempreendimentos dos setores de comércio, serviços, indústria, artesanato, agricultura familiar e cultura foi responsável pela geração e manutenção estimada de mais de 8,5 mil empregos no estado. A estimativa do programa é de que, a cada financiamento realizado, seja gerado ou mantido 1,5 posto de trabalho no estado.

Para a diretora-presidente da AGN, Márcia Maia, o primeiro ano de gestão à frente da instituição foi produtivo e satisfatório. “Nós, como uma instituição financeira de fomento e desenvolvimento, conseguimos realizar essa missão. Em 2020, vamos dar sequência ao trabalho que tem sido realizado e buscar novas alternativas para auxiliar na promoção do desenvolvimento e geração de oportunidades de negócios para os norte-riograndenses”, afirmou.

FINEP LANÇA PROGRAMA MULHERES INOVADORAS

A Finep lançou, em fevereiro, o primeiro edital do programa Mulheres Inovadoras, criado para estimular *startups* lideradas por mulheres. O objetivo é contribuir para o aumento da representatividade feminina no cenário empreendedor nacional, por meio da capacitação e do reconhecimento de empreendimentos que possam favorecer o incremento da competitividade brasileira.

O programa é uma atividade decorrente do Acordo de Cooperação Técnica firmado entre o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Telecomunicações (MCTIC), a Finep e a prefeitura de São Paulo, que vai aportar recursos para o apoio a empresas nascentes inovadoras e de base tecnológica.

A Finep selecionará 20 *startups* lideradas por mulheres para receberem um programa de aceleração durante 30 dias, após o qual serão selecionadas até cinco empresas para recebimento de uma premiação de R\$ 100 mil cada, conforme critérios estabelecidos no edital.



AGERIO FINANCIÁ NOVA ATRAÇÃO TURÍSTICA DO RIO DE JANEIRO

A Agência Estadual de Fomento do Rio de Janeiro (AgeRio) financiou a nova atração turística da capital fluminense: a Rio Star, a maior roda-gigante da América Latina. A agência investiu R\$ 3 milhões do valor da construção do equipamento por meio de repasse de recursos de inovação do Inovacred, linha de financiamento da Finep.

Com a concessão desse financiamento, foram gerados 100 empregos diretos e 40 indiretos, por meio de funcionários de apoio, que atuam na limpeza, segurança e fotografia. Além disso, cerca de 20 vagas foram reservadas a moradores do Morro da Providência, vizinho à atração.

A Arc Big Eye, empresa responsável pela implantação da roda-gigante, tem a expectativa de que a nova atração se torne um motivo para que os turistas permaneçam por mais tempo no Rio, usufruindo e movimentando a economia carioca.

BANCO DA AMAZÔNIA FINANCIÁ O CACAU

O Banco da Amazônia concedeu financiamento inédito no valor de R\$ 400 mil para agricultores familiares do município de Tucumã (PA), com recursos da linha FNO-Pronaf Floresta. O objetivo é a implantação de Sistemas Agroflorestais (SAFs), tendo o cacau como espécie principal.

De acordo com o gerente da agência do Banco da Amazônia em Tucumã, Rodrigo Silva, o município figura entre os principais produtores do estado e a ajuda por meio do financiamento à implantação de SAFs vai beneficiar os produtores rurais a diversificar a produção agropecuária regional, que ainda é muito dependente da pecuária.

Será a primeira vez que o produtor de Tucumã poderá obter até R\$ 60 mil em financiamento, o suficiente para implantar uma produção de cacau. “Ocorrerão mudanças significativas quanto ao portfólio de produtos agropecuários disponíveis”, destacou.

PELA SEGUNDA VEZ, BANCO DO BRASIL É ELEITO A EMPRESA BRASILEIRA MAIS SUSTENTÁVEL DO MUNDO

O Banco do Brasil (BB) foi reconhecido, pela segunda vez consecutiva, como um dos bancos mais sustentáveis do mundo, segundo o ranking Global 100, de 2020, da Corporate Knights. Após uma avaliação de 7.395 empresas, com mais de US\$ 1 bilhão de receita, o BB ficou na nona posição entre as 100 Corporações Mais Sustentáveis do Mundo, sendo a única empresa financeira da América Latina a integrar o índice e a empresa brasileira mais bem colocada.

“Este é mais um resultado que coloca o BB em evidência no cenário internacional, demonstrando a relevância do tema e o compromisso de incorporarmos critérios ambientais, sociais e de governança na estratégia e nos negócios do banco”, destaca o gerente geral da Unidade Relações com Investidores do BB, Daniel Maria.

A conquista é resultado do trabalho integrado do banco e se soma a outros reconhecimentos, como fazer parte do Dow Jones Sustainability Index da Bolsa de Nova Iorque nas categorias global e mercados emergentes, o FTSE Good Index Series, da Bolsa de Londres, e o Índice de Sustentabilidade Empresarial, da B3.

O Global 100 é um índice que classifica as empresas pela excelência em sustentabilidade, considerando as dimensões econômica, social e ambiental. A metodologia de avaliação é baseada em 21 indicadores de desempenho, como práticas de governança corporativa, racionalização de recursos naturais e capacidade de inovação.

Políticas de CT&I na América Latina

A importância e os desafios das políticas de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) na América Latina (AL) foram debatidos na Conferência Plenária “Políticas de CT&I na América Latina”, no IV Encontro Nacional de Economia Industrial e Inovação (ENEI), realizado em 2019, na Universidade de Campinas, em São Paulo. O evento, organizado pela Associação Brasileira de Economia Industrial e Inovação (Abein), contou nessa plenária com a coorganização da Young Scholars Initiative (YSI), que é uma rede global de mais de 10 mil jovens pesquisadores que buscam novas formas críticas de pensar a economia. Os objetivos da YSI vão ao encontro dos objetivos da Abein, que desde sua criação estimula a participação, colaboração e integração de jovens pesquisadores nas suas atividades e eventos. A organização conjunta da plenária deu início à parceria entre as duas redes de pesquisadores.

Em uma mesa composta somente por economistas mulheres, sob a moderação de Julia Paranhos da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Abein, três pesquisadoras e professoras apresentaram resultados de suas pesquisas e debateram o tema, conforme a seguir.

Verónica Robert, da Universidad Nacional de San Martín, na Argentina, iniciou a discussão com uma caracterização do processo de desindustrialização na AL, que ocorre pela perda de capacidade produtiva e não aumento da produtividade. Ressaltou ainda para os perigos de uma leitura “inocente” sobre a desindustrialização e trouxe evidências das diferenças desse processo entre países desenvolvidos e em desenvolvimento na Ásia e AL. Os primeiros fizeram uma desindustrialização seletiva, com manutenção das posições em indústrias baseadas em conhecimento, inclusive os países especializados em recursos naturais. Entre os países em desenvolvimento, ela destacou que os asiáticos fizeram uma industrialização seletiva, ainda que com menores níveis de investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Esse seria então o desafio do processo de desindustrialização dos países latino-americanos, definir quais indústrias e serviços, e a relação entre eles que permita o desenvolvimento.

Em seguida, Gabriela Dutrénit, da Universidad Autónoma Metropolitana, no México, apresentou dados de CT&I na AL, destacando suas debilidades, principalmente relacionadas à baixa intensidade tecnológica de suas indústrias. Ela desta-

cou os desafios para as políticas do setor na região, em especial atualmente, pois diversos governos não acreditam que a CT&I pode colaborar com o desenvolvimento. O foco central do argumento foi a defesa da combinação dessas políticas com as de inclusão social e das demandas específicas das populações locais. Para isso, devem-se criar políticas adaptadas à realidade dos países da região, que consigam garantir a pluralidade na tomada de decisão ao escutar outros atores da sociedade, e não somente os especialistas, e que tenham como alvo temas transversais relacionados aos desafios nacionais.

Fechando a mesa, Ana Urraca-Ruiz, da Universidade Federal Fluminense, buscou caracterizar os efeitos positivos da ampliação dos investimentos neste segmento nas duas primeiras décadas dos anos 2000, com resultados de patentes e matrículas no ensino superior decorrentes dos investimentos e das políticas de educação e CT&I no período. Porém, ressaltou os atuais desafios do Brasil relacionados aos cortes recentes nos recursos destinados à área e os prejuízos de longo prazo que estas ações podem gerar. Ela também fez referência aos países desenvolvidos e em desenvolvimento asiáticos, que têm agenda estratégica de Estado para enfrentar a corrida de novos paradigmas tecnológicos, e que, ao abandonar a proposta de agenda nacional de desenvolvimento, o Brasil corre sérios riscos de comprometer sua trajetória de criação de capacitação nacional. Foi ressaltado ainda que o processo de construção dessas capacidades é longo, mas seu desmantelamento é muito rápido.

As políticas de CT&I são um tema bastante caro aos economistas da indústria e inovação e é grande a necessidade de sua discussão e fortalecimento. O debate ocorrido foi muito frutífero e trouxe bons elementos para reflexão dos participantes do evento.

Divulgação



JULIA PARANHOS

Professora Associada da Universidade Federal do Rio de Janeiro e coordenadora do Grupo de Economia da Inovação do Instituto de Economia da UFRJ. Membro da Associação Brasileira de Economia Industrial e Inovação (Abein).



O Fenômeno Fintech
Bruno Diniz
Alta Books, 2020, 256p.

ECONOMIA TECNOLÓGICA

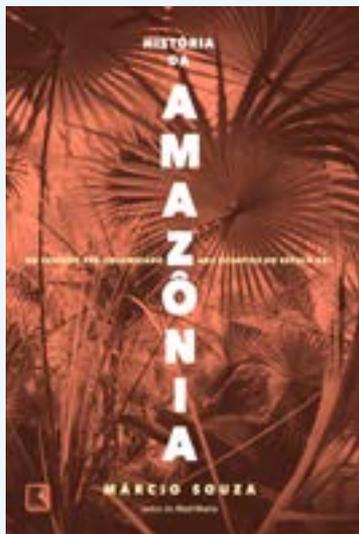
O surgimento e crescimento das *fintechs* transformou rapidamente o mercado financeiro e a forma como as instituições se relacionam com seus clientes. Esse fenômeno veio ao encontro dos anseios de consumidores cada vez mais exigentes, trazendo melhor experiência do usuário, redução de custos em operações financeiras e, sobretudo, alternativas ao modelo tradicional, permitindo também a inclusão de parte da população que se encontra fora do sistema financeiro.

Em *O Fenômeno Fintech*, Bruno Diniz explica a evolução desse mercado no Brasil e no mundo, como ele vem se organizando e quais são as principais tendências para o futuro. Além disso, o livro aponta caminhos e ajuda profissionais do setor financeiro e consumi-

dores a compreenderem como seu dia a dia será, cada vez mais, impactado por todas essas mudanças.

A proposta da obra é esclarecer os principais conceitos por trás desse movimento, as diferentes formas como ele vem se desenvolvendo ao redor do mundo e as significativas mudanças que as *fintechs* estão trazendo para a cena financeira como a conhecemos hoje.

Especialista no tema, Diniz é cofundador de uma consultoria especializada em inovação para o mercado financeiro e *head* do Comitê Fintech da Associação Brasileira de Startups (ABStartups), além de professor na Universidade de São Paulo (USP). Em 2018, foi nomeado o brasileiro mais influente no tema pela consultoria internacional Finnovating, sendo o 9º colocado na IberoAmérica.



História da Amazônia: do período pré-colombiano aos desafios do século XXI
Márcio Souza
Record, 2019, 392 p.

ALÉM DA FLORESTA

A Amazônia, que desde sempre atraiu viajantes e exploradores como um local desconhecido e misterioso, ocupa um lugar privilegiado na obra de Márcio Souza. Unindo suas perspectivas de sociólogo, historiador e crítico literário, ele se dedicou à tarefa de registrar a história da floresta em sua nova obra.

Cobrindo desde o período pré-colombiano até os dias atuais, o livro trata de aspectos geográficos e antropológicos, valoriza a pluralidade étnica e vai além de favorecer a compreensão de um povo em sua dimensão geopolítica e cultural. Embora privilegie os acontecimentos em solo brasileiro de uma área que foi disputada por ingleses, espanhóis, franceses, holandeses e irlandeses, o livro traz aspectos dos oito outros países que

compõem a Amazônia – Equador, Peru, Bolívia, Colômbia, Venezuela, Suriname, Guiana e Guiana Francesa. Procura desmistificar algumas crenças sobre a região, que, segundo o escritor, jamais foi um vazio demográfico, tendo comunidades com até mil indivíduos, na época da chegada dos europeus.

Com esta obra, o autor não apenas preenche uma lacuna bibliográfica, mas reafirma a importância do resgate da memória da Amazônia, buscando aguçar o pensamento crítico dos leitores. Para ele, as leituras contemporâneas sobre a Amazônia são muito rasas. “A Amazônia é um lugar comum, um chavão e vítima da ignorância. Para os brasileiros ela é a perfeita geografia do exótico”, critica.

EXPEDIENTE



Sede: SCN – Qd. 2 - Lote D, Torre A Salas 431 a 434
Centro Empresarial Liberty Mall - Brasília - DF - CEP 70712-903
Telefone: (61) 2109.6500
E-mail: abde@abde.org.br

Escritório: Avenida Nilo Peçanha, 50 – 11º andar
Grupo 1109 - Rio de Janeiro - RJ - CEP 20020-906
Telefone: (21) 2109.6000
E-mail: gecom@abde.org.br

CONSELHO DOS ASSOCIADOS
Presidente: Gustavo Montezano

DIRETORIA
Presidente: Perpétuo Socorro Cajazeiras
1º Vice-Presidente: Sérgio Gusmão Suchodolski
2º Vice-Presidente: Ênio Mathias Ferreira
Diretores: Heraldo Alves das Neves, Jeanette Halmenschlager
Lontra, Luiz Corrêa Noronha, Paulo de Oliveira Costa, Rubens
Rodrigues Filho e Valdecir Tose.

Secretário-Executivo: Marco Antonio A. de Araujo Lima

INSTITUIÇÕES ASSOCIADAS À ABDE

AFAP – Agência de Fomento do Estado do Amapá S.A.
AFEAM – Agência de Fomento do Estado do Amazonas S.A.
AGE – Agência de Empreendedorismo de Pernambuco
AGÊNCIA DE FOMENTO DO ESTADO DE TOCANTINS
AGERIO – Agência Estadual de Fomento
AGN – Agência de Fomento do Rio Grande do Norte S.A.
BADESC – Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina S.A.
BADESUL – Badesul Desenvolvimento S.A. – Agência de Fomento
BANCO DA AMAZÔNIA – Banco da Amazônia S.A.
BANCO SICREDI – Banco Cooperativo Sicredi S.A.
BANCOOB – Banco Cooperativo do Brasil S.A.
BANDES – Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo S.A.
BANPARÁ – Banco do Estado do Pará S.A.
BB – Banco do Brasil S.A.
BDMG – Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais S.A.
BNB – Banco do Nordeste S.A.
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
BRB – Banco de Brasília
CRESOL – Cresol Confederação
DESENBÁHIA – Agência de Fomento do Estado da Bahia S.A.
DESENVOLVE – Agência de Fomento de Alagoas S.A.
DESENVOLVE MT – Agência de Fomento do Estado de Mato Grosso S.A.
DESENVOLVE RR – Agência de Desenvolvimento de Roraima S.A.
DESENVOLVE SP – Agência de Desenvolvimento Paulista
FINEP – Inovação e Pesquisa
FOMENTO PARANÁ – Agência de Fomento do Paraná S.A.
GOIÁS FOMENTO – Agência de Fomento de Goiás S.A.
PIAUI FOMENTO – Agência de Fomento e Desenvolvimento do Estado do Piauí S.A.
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Rumos

Redação e Administração

Avenida Nilo Peçanha, 50, 11º andar
Grupo 1109
Rio de Janeiro RJ CEP: 20020-906
Telefone: (21) 2109.6041
Email: rumos@abde.org.br
www.abde.org.br

Gerente de Comunicação

& Editora
Thais Sena Schettino

Equipe

Jader Moraes, Noel Joaquim Faiad
e Maitê Rodriguez (estagiária)

Revisão

Mariana e Renato R. Carvalho

Capa

RioTur/Com Noel J. Faiad

Impressão e CTP

J. Sholna Reproduções Gráficas

Distribuição

Powerlog Serviços e Manipulação

Publicação bimestral

ISSN 1415-4722

Ano 43 - nº 309 - Janeiro/Fevereiro 2020

Tiragem: 4.500 exemplares

SIGA A
ABDE NAS
MÍDIAS
DIGITAIS



@abdeoficial



@abde_oficial



/company/abde



ABDE

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE DESENVOLVIMENTO

**UNINDO POTÊNCIAS
PARA FINANCIAR UM
GRANDE PAÍS.**

www.abde.org.br

**CRÉDITO
CONSIGNADO.
PARA VOCÊ
ORGANIZAR
SUA VIDA E
REALIZAR MAIS.**



Confira as vantagens e faça já o seu!

- Agilidade na liberação.
- Parcelas descontadas do salário ou da folha de pagamento.
- Taxas atrativas e prazos maiores.
- Sem avalista.

• INSS • Servidor Público • Siape • Setor Privado

 **SICOOB**
Faça parte.

Central de Atendimento Bancoob: 0800 724 4420
Ouvidoria Bancoob: 0800 646 4001
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458

sicoob.com.br

Empréstimo sujeito a análise de crédito, cadastro, margem consignável e convênio entre o Sicoob e o órgão/empresa.