



Os Impactos da Pandemia da Covid-19 na Renda dos Artistas: Que Falta Faz o São João de Caruaru?

AMANDA CAPUCHO (GRADUANDA EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹

ANA LÚCIA MUNIZ (GRADUANDA EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)²

MONALIZA DE OLIVEIRA FERREIRA (DOUTORA EM ECONOMIA E PROFESSORA DO NG E DO PPGECON/CAA/UFPE)³

Segundo estimativas do IBGE (2021), o desemprego no primeiro trimestre de 2021 registrou 14,7%, resultado principalmente da retração no setor de serviços. Este cenário tão desafiador acontece em plena pandemia da Covid-19, que trouxe efeitos danosos sobre a vida das pessoas, com impactos sem precedentes na atividade econômica.

O índice de Gini, que mede desigualdade, registrou aumento continuado na pandemia, em parte devido à suspensão temporária de contratos de trabalho e isolamento social. Segundo Neri (2021), o índice registrou aumentos persistentes entre os trimestres desde 2020. O primeiro trimestre desse ano registrou um Gini de 0,642 e no primeiro trimestre de 2021 o indicador já registrava 0,674. Aumento de desigualdade é sinônimo de perda de bem-estar da população, o que é comprovado na medida em que os mais pobres perdem mais. A redução da renda individual dos 50% mais pobres teve queda duas vezes maior que a da outra parcela da população, segundo a pesquisa citada.

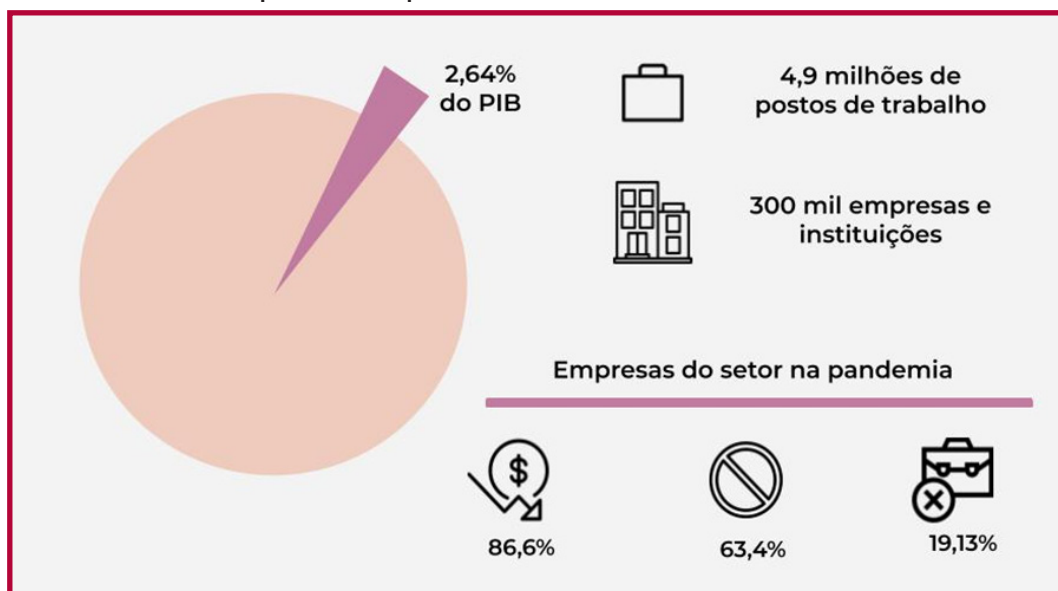
Muitos setores foram afetados, mas em virtude dos períodos estendidos de isolamento social, as atividades da economia criativa, especialmente a cultura, têm se destacado entre as mais impactadas. Cabe ressaltar que as medidas são essenciais para evitar o colapso no sistema de saúde, como ressaltam Aquino *et al* (2020:2423), “*distanciamento social adotado por população é efetivo, especialmente quando combinado ao isolamento de casos e à quarentena dos contatos. Recomenda-se a implementação de medidas de distanciamento social e de políticas de proteção social para garantir a sustentabilidade dessas medidas*”.

1 amanda.capucho@ufpe.br

2 lucia.munizg@ufpe.br

3 monaliza.ferreira@ufpe.br

A economia criativa engloba as empresas prestadoras de serviços relativos especialmente à criatividade e ao capital intelectual, ambas capitais intangíveis relevantes e que outrora traziam resultados positivos para economia, a partir da geração de emprego e renda (Gz-vitauski, 2021). Segundo pesquisa da FGV/SEC-SP/SEBRAE (2020), a economia criativa era responsável por 2,64% do PIB, apresentava 4,9 milhões de postos de trabalhos e compunha 300 mil empresas e instituições. Mas com as medidas de isolamento social causadas pela pandemia, percebe-se expressiva queda de faturamento já a partir de março de 2020 (86,6%), além de paralisação das atividades (63,4%) e demissões (19,3%) (Figura 01).

Figura 01**Impactos da pandemia na Economia Criativa**

Fonte: Elaboração própria, dados da FGV/SEC-SP/SEBRAE (2020).

Este impacto negativo no setor, em razão do cancelamento de eventos presenciais em datas tradicionais, tais como o período junino, afetou sobremaneira as economias de regiões que tradicionalmente movimentam o comércio neste período do ano, tais como Caruaru-PE e Campina Grande-PB. É sabido que desde o início da pandemia da Covid-19, festas, aglomerações e eventos foram suspensos em razão da alta contaminação do vírus. Com isso, uma parte da sociedade tem sido bastante afetada, como mencionado. Em Caruaru, onde as festividades juninas não se realizarão pelo segundo ano consecutivo, não só músicos e bandas estão sendo prejudicados com o isolamento social, mas também técnicos de bandas, produtores, barraqueiros e outros, além da própria indústria da moda. Nesse período, o Polo Têxtil e de Confecções de Pernambuco recebia um grande fluxo de pessoas, entusiasmadas com o clima mais frio e as ditas festividades.

Ademais, de acordo com Santos e Sant'Anna (2021), o setor já vinha sofrendo revezes mesmo antes da pandemia, em virtude das várias alterações no Ministério da Cultura, que culminaram com mudança de status do Ministério para Secretaria de Cultura, o que implicaria em enfraquecimento da pasta e conseqüente redução de investimentos.

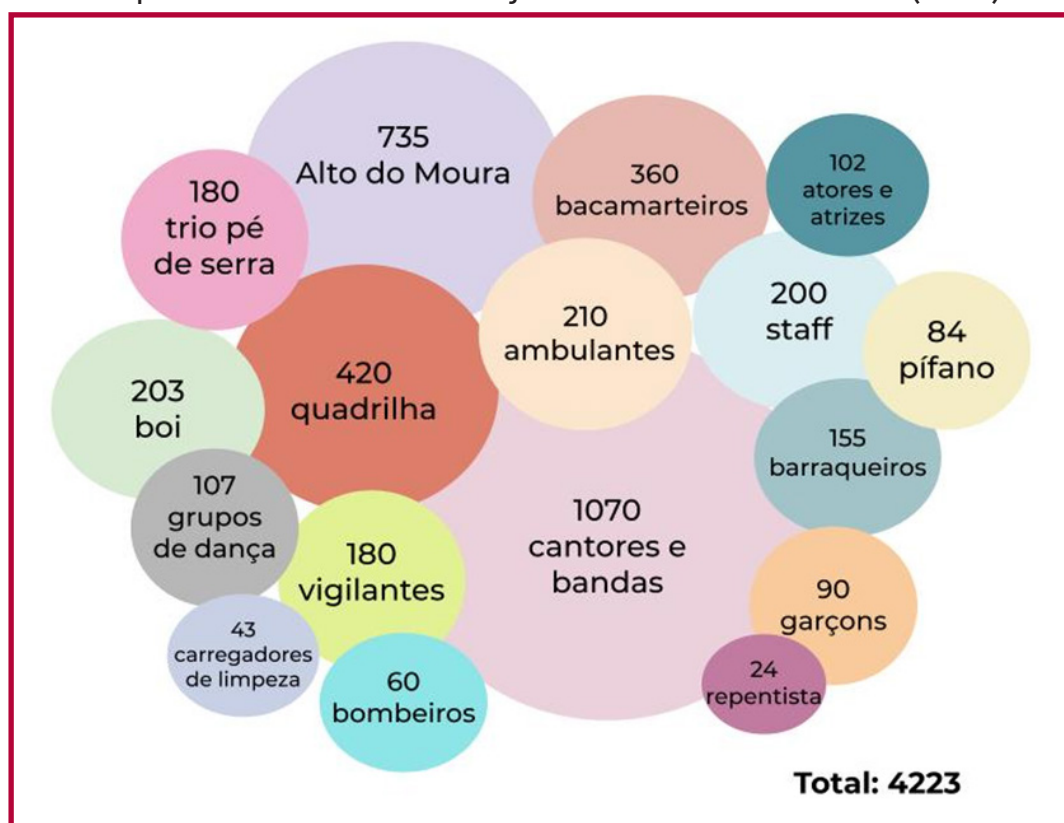
Para amenizar os impactos da crise econômica brasileira sobre o setor cultural, foi instituída em agosto de 2020, a Lei 14.017 de 29 de junho de 2020, denominada Lei Aldir Blanc (LAB), que leva o nome do compositor que faleceu vitimado pela Covid-19, e se constitui em parte para renda emergencial para artistas em situação de vulnerabilidade econômica causada pela pandemia (Caruaru, 2021). Esta nova forma de auxílio, gerido pelas prefeituras municipais através de suas fundações de cultura, foi prorrogado até o ano de 2021.

Todavia, Canedo, Andrade e Freitas (2021:185) chamam a atenção para alguns cuidados com o uso do recurso, na busca do sucesso na implementação da LAB: (i) *visão estratégica dos gestores no uso dos recursos*; (ii) *ampla participação social e colaboração na construção das medidas*; *realismo quanto à gravidade e duração da crise*; (iii) *consciência das peculiaridades e da importância da cultura*.

Além do auxílio emergencial, que é burocrático e nem sempre chega no tempo da maior necessidade, existem soluções imediatas organizadas pela própria sociedade civil, tais como as lives de cantores locais para arrecadar alimentos para esses artistas. Além das lives, organizações civis e públicas procuram minorar os efeitos do isolamento social sobre a remuneração dessas famílias, com ações como o Transforma Caruaru (2021), plataforma que promove o voluntariado através do cruzamento de dados de possíveis beneficiários e doadores. As ações realizadas desde 2020 por este programa têm utilizado a relação de pessoas contratadas pela Prefeitura de Caruaru nos festejos juninos de 2019, que totalizaram 4.223 pessoas, tornando-se possíveis beneficiários dessas ações sociais (Figura 02).

Figura 02

Grupos contratados nos festejos do São João de Caruaru (2019)



Fonte: Elaboração própria, dados do Transforma Caruaru (2020).



Caruaru recebe o título de “Capital do Forró” e afirma ter o “Maior e Melhor São João do Mundo”. Para tal, apresenta diversidade de atrações culturais descentralizadas ao longo da cidade e reúne artistas conhecidos a nível nacional, regional e local. Esse último grupo foi altamente afetado pelo cancelamento do São João nos anos de 2020 e 2021, pois o mês de junho é sempre visto como um excelente período para aumentar os ganhos, principalmente pelo crescimento no número de apresentações. Porém, alguns artistas já sentiam o impacto financeiro da época alguns meses antes, já que ganhavam uma renda extra nos eventos dos prédios familiares, organizações comerciais, supermercados, ônibus, praças etc. Aliás, os festejos juninos movimentam diversos setores econômicos, tais como comércio, feiras, turismo, hotelaria e restaurantes. Em 2019, de acordo com informações publicadas por Nascimento e Vaz (2020), o evento gerou em torno de R\$200 milhões para a economia da cidade e foi considerado o maior São João da história da capital do Agreste. Com a expectativa de superar o ano de 2019 no próximo ano, o que se viu em 2020 foi o cancelamento do São João pela primeira vez em 40 anos.

Além das festas juninas, há também os eventos de inverno. O Festival de Inverno de Garanhuns, responsável por aquecer tanto o mercado formal quanto o mercado informal da cidade, gerou 617 empregos diretos, proporcionando renda extra para milhares de artistas que se apresentaram no festival. Sendo os organizadores do evento, cerca de 600 mil pessoas circulam pelo município nos 10 dias de atrações⁴ (Brandi, 2019).

Portanto, é evidente que o cancelamento desses eventos causou prejuízos econômicos não só aos comerciantes da Região, mas também às pessoas que possuem renda oriunda da economia criativa, seja de forma direta (cantores, artesãos, artistas de rua) ou indireta (produtores de eventos, por exemplo). E, mesmo com o auxílio emergencial destinado a esse estrato da população vulnerável, a não realização desses eventos alargou as dificuldades, independente de se apresentarem como pessoas físicas ou jurídicas.

Cabe resgatar que a teoria neo-schumpeteriana aponta para a não existência de um conjunto de oportunidades para todas as firmas porque a capacidade de gerar ativos entre elas é diferente (Baptista, 1997). Isto é importante, porque todos os artistas estão sendo impactados, mas evidentemente não da mesma forma.

Ao mesmo tempo, Feijó (1999) relembra a premissa pós-keynesiana de que as firmas não apresentam trajetórias de crescimento predeterminadas, uma vez que para esse crescimento é determinante a forma de investir de cada organização e como financiar este investimento. Ora, os artistas locais não investem na carreira, pois na maioria das vezes a renda obtida dos eventos é toda utilizada com a subsistência deles.

Dito isto, infere-se que os efeitos econômicos da pandemia da Covid-19, evidenciados em todo o Globo, impactam mais os menores, os mais dependentes desses recursos financeiros, que esperam ansiosos pela renda sazonal. E se até as grandes economias vislumbram que não há saída para a crise econômica em curto e médio prazos sem o aporte de investimentos públicos, imagine-se quais os caminhos poderiam reverter toda esta crise que se abateu sobre os artistas locais que se encontram em situação de extrema vulnerabilidade econômica neste momento.

4 Estes números são de 2019 porque foi o último ano de realização do evento, num contexto em que ainda não havia a pandemia da Covid-19.

REFERÊNCIAS

Aquino, E.M.L. *et al.* Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, 25(1):2423-2446, 2020.

Baptista, M. O enfoque neo-schumpeteriano da firma. Encontro Nacional de Economia. Recife, **Anais...**, ANPEC, 1997.

Brandi, H. **A lição do Festival de Inverno de Garanhuns e porque investir em cultura é um bom negócio**. 2019. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2019/08/a-licao-do-festival-de-inverno-de-garanhuns-e-porque-investir-em-cultura-e-um-bom-negocio>>. Acesso em 04 de junho de 2021.

Canedo, D.P.; Andrade, C.M.D.G.; Freitas, E.P. Políticas culturais emergenciais na Pandemia da Covid-19? Demandas e estratégias de enfrentamento e as respostas dos poderes públicos. **Pol. Cult. Rev.**, Salvador, 14(1): 165-191, 2021.

Caruaru. **Cadastro Cultural de Caruaru e Lei 14.017/20**. Disponível em: <http://cadastro-cultural.caruaru.pe.gov.br/Lei_Aldir_Blanc_v2.pdf>. Acesso em 25 de maio de 2021.

Feijó, C.A. Decisões empresariais em economia monetária de produção. In Lima, Sicsú e Paula (org.). **Macroeconomia Moderna**. Rio de Janeiro, Campus, 1999. Cap. 4.

IBGE. **Desemprego chega a 14,7% no primeiro trimestre, maior desde 2012**. Agência de Notícias do IBGE. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30793-desemprego-chega-a-14-7-no-primeiro-trimestre-maior-desde-2012-e-atinge-14-8-milhoes-de-pessoas>>. Acesso de 04 de junho de 2021.

FGV/SEC-SP/SEBRAE. **Conjuntura do setor de Economia Criativa**. Disponível em: <www.cultura.sp.gov.br>. Acesso em 04 de junho de 2021.

Gzvitauski, T.R. Os desafios da economia criativa em momentos de crise econômica: respostas do setor frente à recessão provocada pela pandemia do Coronavírus. **Revista Faculdades do Saber**, 06(12): 857-867, 2021.

Nascimento, J.; Vaz, L. **Caruaru sem São João? 'Maior e Melhor' não acontece pela primeira vez em 40 anos e prejuízo é estimado em R\$ 200 milhões**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/sao-joao/2020/noticia/2020/06/01/caruaru-sem-sao-joao-maior-e-melhor-nao-acontece-pela-primeira-vez-em-40-anos-e-prejuizo-e-estimado-em-r-200-milhoes.ghtml>>. Acesso em 25 de maio de 2021.

Neri, M. Bem-estar trabalhista, felicidade e pandemia. **FGV Social**. Disponível em: <<https://cps.fgv.br/FelicidadeNaPandemia>>. Acesso em 15 de junho de 2021.

Santos, G.M.; Sant'Anna, S.P. **O público e o privado**, 19(38), 2021.

Transforma Caruaru. 2020. Disponível em: <<https://transformacaruaru.com.br/>>. Acesso em 14 de junho de 2021.



Os Moldes de Produção e Comercialização do Artesanato no Alto do Moura do Século XXI¹

JESSICA RANI FERREIRA DE SOUSA (DOUTORANDA EM ADMINISTRAÇÃO NO PROPAD/UFPE)²

SHIRLEY KEVILEN DA SILVA (GRADUANDA EM ADMINISTRAÇÃO NO CAA/UFPE)³

DENISE CLEMENTINO DE SOUZA (DOUTORA EM ADMINISTRAÇÃO E PROFESSORA DO NG E DO PPGIC/CAA/UFPE)⁴

Algumas atividades socioeconômicas e culturais parecem ter adentrado o século XXI com significativos desafios. No caso da atividade artesanal, muitas comunidades precisam, por questões de subsistência, projetar o produto do seu trabalho, muitas vezes coletivo, para um mercado mais amplo do que o da feira mais próxima na qual, décadas atrás, comercializava-se parte relevante da sua produção. Tais atividades não mais parecem ter como se distanciar ou descolar de um contexto mundial que as envolve.

No cenário nacional é possível apontar uma elevada informalidade no artesanato, com um quantitativo de 8,5 milhões de artesãos (Brasil, 2013). Os registros no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB) apresentam um pouco mais de 100 mil artesãos e trabalhadores manuais cadastrados (Lorêto; Dourado; Silva, 2015). Ainda conforme dados do Ministério, em 2013, a atividade correspondia a 3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (Brasil, 2013). Em Caruaru, Pernambuco, a produção e comércio de artesanato em barro representa a principal fonte de manutenção econômica de maior parte dos habitantes do Alto do Moura – PE (Iphan, 2006; Silva Júnior, 2015).

No Alto do Moura, a conformação de um saber prático popular adquiriu valor no mercado sobretudo a partir da consolidação da arte figurativa que teve o Mestre Vitalino como seu protagonista. O artesão, ainda na mais tenra infância, brincava com o barro e modelava seus primeiros bozinhos com as sobras de argila (Lima et. al, 2014; Silva,

1 Esse texto é um dos frutos de um projeto de pesquisa maior que visa compreender os dilemas vivenciados pela comunidade artesã do Alto do Moura, coordenado pelo professor Marcio Sá (UFPB), ao qual agradecemos pela última revisão. As evidências aqui apresentadas foram elaboradas por meio de dezenas de entrevistas com artesãos, proprietários de outros negócios e formadores de opinião, além de três grupos focais e observações de campo. Além disso, recuperamos de modo sintético trechos e aspectos anteriormente tratados em: Sousa, J. R. F.; Sá, M. G.; Souza, D. C.; Silva, S. K. Novos modos de fazer artesanato e desafios à manutenção econômica no Alto do Moura do século XXI. Revista Eletrônica de Administração - READ, v. 26, 2020.

2 jessica.rani@ufpe.br

3 shirley_kevilen_@hotmail.com

4 denise.csouza@ufpe.br



2016). Em 1915, aos seis anos de idade, levou-as para vender na Feira de Caruaru. Este pode ser apontado como o marco inicial da comercialização do tipo de peça que estaria na origem do que, hoje, se entende por artesanato figurativo do Alto do Moura. Entretanto, quando atentamos para as continuidades e as mudanças trazidas pelo século XXI para aquele contexto, mostra-se necessário apontar as tensões que tendem a ser associadas ao conjunto de práticas laborais e culturais que têm se modificado no devir daqueles que hoje seguem no ofício. Como atividade econômica, criativa e produtiva, a ocupação com o artesanato esbarra em alguns percalços inerentes aos moldes de produção e consumo capitalistas dominantes. Nesse cenário, analisamos alguns dos desafios enfrentados para manutenção econômica do artesanato do Alto do Moura no século XXI.

O primeiro desafio se trata da **concorrência predatória localizada**. Uma das características do artesanato investigado é seu senso de pertencimento. Tal senso nutre um comunitarismo historicamente associado aos membros da comunidade, que reflete no modo como alguns deles atuam também no âmbito dos negócios. Mas o individualismo cresce nos últimos tempos e toma formas próprias na localidade. A concorrência predatória pode ser apontada como um fenômeno do presente que tensiona o comunitarismo herdado e incorporado por muitos.

Face a esses e outros fatores que esboçam apenas parte das nuances existentes entre as dificuldades de manutenção econômica da atividade artesã e a dinâmica de mercado capitalista (Canclini, 1983) e fragilizam os artesãos perante suas necessidades de renovação (Carvalho, 2001), nos casos em que esse elemento de mercado aparece, ocorre uma disputa tida como desleal, quando mencionam, por exemplo, que “você vende uma peça para um determinado cliente, aí tem o seu vizinho que vende uma peça parecida com a sua, então, ele vai no seu cliente e oferece aquela peça pela metade do preço”.

Um modo de proceder nas disputas de mercado não existe por si só, tal atitude precisa de indivíduos dispostos a agir em conformidade com tais regras do jogo. Ao que parece, a inculcação e a crença na competição de mercado como modo de proceder entre os pares é um fenômeno que pode ser associado ao ingresso do Alto do Moura no século XXI. Não que não houvesse competição anteriormente, mas, por meio de relatos como esse é possível especular sobre tais vestes contemporâneas que a competitividade vem assumindo, ao mesmo tempo em que o modo de funcionamento da concorrência de mercado se evidencia também em uma comunidade com tais características.

O segundo desafio aponta para a **ambivalência do papel do atravessador**. No artesanato, é comum que a comercialização se encontre capturada pela ação de atravessadores. O Banco do Nordeste (2002) registra a atuação de tal figura desde a década de 1950. Nesse período, eram os principais responsáveis pelo fornecimento de matéria-prima, mas, em contrapartida, mantinham os artesãos em uma situação de dependência, à margem do comércio ou distantes do consumidor. Ainda hoje, a ambivalência do papel do intermediário é significativa no cotidiano de negócios, principalmente quando se observa que, para alguns artesãos, esse é o principal ou o único comprador de suas peças. O papel é desempenhado por membros da própria comunidade – que compram peças de outros artesãos para revender – ou membros externos.



A primeira nuance negativa associada a figura do atravessador é a exploração, na medida em que esse intermediário pode usar sua posição na cadeia e capital disponível para comprar peças por um preço menor do que realmente valem (Silva, 2007). A tensão crucial passa a compreensão de que sem os atravessadores, no fim das contas, a maior parte dos artesãos produtores dificilmente teria como vender suas peças por outro meio, uma vez que se encontram reduzidas as possibilidades de acesso a novos compradores. O caráter de exploração ou parceria entre artesão e atravessador depende do poder de barganha de ambas as partes na relação. Desenvolver apetência para elaborar estratégias próprias de negociação e convívio com os atravessadores parece ser um traço cada vez mais necessário aos artesãos que por meio deles comercializam sua produção.

O terceiro desafio se refere às **diferentes formas de gestão do negócio do barro**, que apontam para um conjunto mínimo de práticas que, quando desconhecidas, podem trazer implicações sérias para o trabalho e seu rendimento. Seja pela falta de conhecimento acerca de algumas noções contábeis e de precificação ou pela dificuldade para entender a noção de negócio no que tange às estratégias de posicionamento e precificação, como ir para uma feira de artesanato em outra cidade e vender o produto pelo mesmo preço, ou até mais barato que na sua loja-oficina, sem levar em consideração custos adicionais, comprometendo seu lucro.

Ao que parece, um entusiasmo inerente à atividade comercial com a possibilidade de venda e a associação disso ao êxito nos negócios, ou ao suprimento de necessidades básicas urgentes, funcionam como molas propulsoras da ação de parte dos envolvidos com o negócio. O incremento da concorrência, a precificação muitas vezes estabelecida pelo atravessador, o aumento do custo dos insumos, a recorrência a trabalhadores externos para a realização de determinadas tarefas no processo produtivo (como a pintura), a sazonalidade das encomendas (que demandam por jornadas extras e até mesmo contratação de mão de obra), enfim, tudo isso torna mais complexa a dinâmica do artesão que possui uma loja-oficina na atualidade, quando comparado aos seus antecessores que produziam por conta própria tudo o que vendiam nos dias de Feira de Caruaru.

Além disso é importante considerar que o contexto contemporâneo demanda a cada dia por novas habilidades gestoras, por ampliação da capacidade de negociação com compradores, por um cálculo mais preciso dos custos e do preço apropriado para a venda com lucro. Para o caso do artesanato, soma-se a isso a reação ao discurso do empreendedorismo, propagado por instituições como Sebrae, que visa converter o artesão em empreendedor (Marquesan; Figueiredo, 2014).

Enfim, a tensão que emerge aqui é entre o artesão e os mais diversos gatilhos e pressões contextuais no sentido da empresarização da atividade. Se, por um lado, para sobreviver dela é preciso incorporar práticas, estratégias e táticas para melhor dialogar e negociar com o mercado, por outro, isso não implica necessariamente na adoção acrítica da terminologia empreendedora e na conversão (in)desejada por muitos em “empreendedor individual”, por exemplo. Aos nossos olhos, essa tensão se consubstancia no desafio de encontrar alternativas de aprimoramento na gestão do seu pequeno negócio sem sucumbir aos ditames externos.

Em síntese, existe uma série de práticas localizadas que movimentam o mercado ligado à atividade artesã, abordando formas de negociação e de gestão as quais se aproximam ou não de noções elementares da “gestão tradicional”. Práticas que, segundo Carrieri et al. (2014), assemelham-se àquelas que teriam no cotidiano do homem comum categoria mais relevante para caracterização desse tipo de gestão, evidenciadas pela forma de organizar, pelas estratégias de sobrevivência adotadas, por seus usos e sentidos dos espaços – de negócio e de família – e pela rede de relações tecidas por eles sem necessário apelo aos conhecidos parâmetros gerencialistas.

REFERÊNCIAS

Banco do Nordeste. **Ações para o desenvolvimento do artesanato do Nordeste**. 2ª ed. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002.

Brandão, P. M.; Silva, F. R. M.; Fischer, T. Potencialidades do artesanato no desenvolvimento de destinos turísticos criativos e sustentáveis. **Tourism & Management Studies**, Universidade do Algarve Faro, Portugal, vol. 1, p. 195-202, 2013.

Brasil. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços - MDIC. **Programa do artesanato brasileiro**. Brasília, 2013.

Canclini, N. **As culturas populares no capitalismo**. Brasiliense, 1983.

Carrieri, A. P.; Perdigão, D. A.; Aguiar, A. R. C. A gestão ordinária dos pequenos negócios: outro olhar sobre a gestão em estudos organizacionais. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 49, n. 4, outubro-novembro-dezembro, p. 698-713, 2014.

Carvalho, H. C. B. **Artesanato de caixeta em São Sebastião – SP**. Mestrado em Recursos Florestais. Dissertação. USP, Piracicaba, SP, Brasil: 2001.

Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Dossiê Feira de Caruaru**: Inventário Nacional de Referência Cultural. Redação de Bartolomeu Figueirôa de Medeiros (Frei Tito). Recife: Iphan, 20 set. 2006.

Lima, L. R.; Miranda, L. C.; Santos, A. A.; Vasconcelos, M. T. C. A arte do barro: um estudo sobre a perspectiva do conhecimento empírico para o controle patrimonial em Caruaru – Pernambuco. **ReCont: Registro Contábil**, vol. 5, n. 3, p. 111-129, set/dez, 2014.

Lorêto, M. S. S.; Dourado, D. C. P.; Silva, I. P. “Do barro o forno”: analisando para onde as práticas discursivas sobre políticas públicas nacionais de artesanato apontam. In: **Anais do III Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais**, Vitória-ES, Brasil. 2015.

Marquesan, F.; Figueiredo, M. D. De artesão a empreendedor: a ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 6, p. 76-97, 2014.



Silva Junior, A. B. **Os artesões do Alto do Moura:** Uma Investigação Etnomatemática. Dissertação. Faculdade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Instituto de Educação, Lisboa, 2015.

Silva, A. J. **Mulheres vestidas de barro e os sentidos da produção de mestras artesãs da comunidade do Alto do Moura em Caruaru/PE.** Mestrado em Educação Contemporânea. Dissertação. UFPE, CAA, Caruaru-PE, Brasil: 2016.

Silva, L. P. **A disputa da Argila pelos artesões do Alto do Moura Caruaru-PE.** Mestrado em Geografia. Dissertação. UFPE, Recife, PE, Brasil: 2007.



Área de Informação e Tecnologia em Pernambuco tem Crescimento Acentuado em Faturamento e Oferta de Emprego mesmo Durante a Pandemia

WAGNER BRITO RODRIGUES DE LIMA (GRADUANDO EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹
ANA PAULA SOBREIRA BEZERRA (DOUTORA EM ECONOMIA E PROFESSORA DO NG/CAA/UFPE)²

Inovação é um dos principais alicerces do desenvolvimento econômico e até mesmo social de um país. O conceito de inovação mais simples consiste no processo de transformar uma ideia ou invenção num bem ou serviço (INNOVATION, s.d.). Essa definição, ainda que correta, não contempla toda a dimensão que compreendemos dentro do contexto econômico. Igualmente importante para a compreensão da roda empresarial e do desenvolvimento econômico, o conceito de “empreendedor” durante muito tempo foi negligenciado e o termo “empreendedorismo” só foi colocado no dicionário brasileiro graças ao incentivo da Organização Endeavor Brasil em 2004.

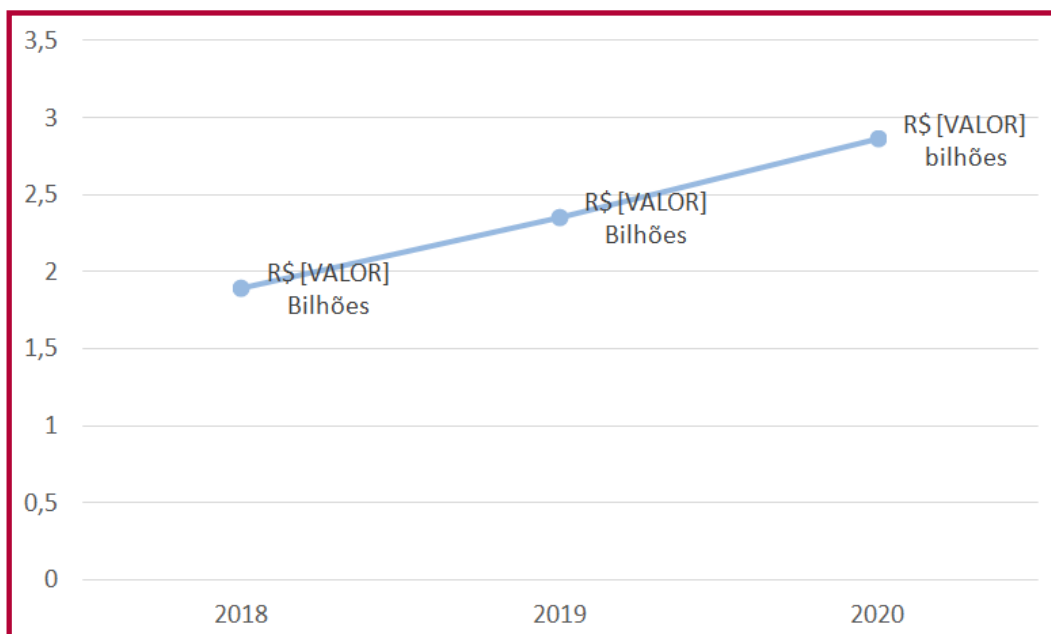
Devido a vários incentivos, em especial de empreendedores do setor de tecnologia da informação em Pernambuco e, ao mesmo tempo, com o intuito de aproveitar uma região atrativa para a inovação e estimular mudanças econômicas e sociais para gerar mais riqueza, emprego e renda no Estado de Pernambuco, que em 2000 foi fundado o Porto digital. O Parque contou com o apoio e o estímulo de R\$ 33 milhões do governo do estado sendo a quantia necessária para consolidar a infraestrutura do Parque, dentre outros incentivos privados e com uma governança auto sustentada fizeram com que o Porto Digital se transformasse atualmente no “Silicon Valley Brasileiro”, sendo inaugurado apenas em 2015 o seu “anexo” Armazém da Criatividade em Caruaru/PE.

Em 2020, mesmo com a crise financeira causada pela Covid-19, constatou-se, através de uma pesquisa interna realizada pelo Porto Digital (Impactos da Covid-19 no Porto Digital), que este permaneceu com uma perspectiva de faturamento igual ou superior a 2019 em todos seus clusters. Atualmente observa-se que estas expectativas se confirmaram e o

1 wagner.brito@ufpe.br

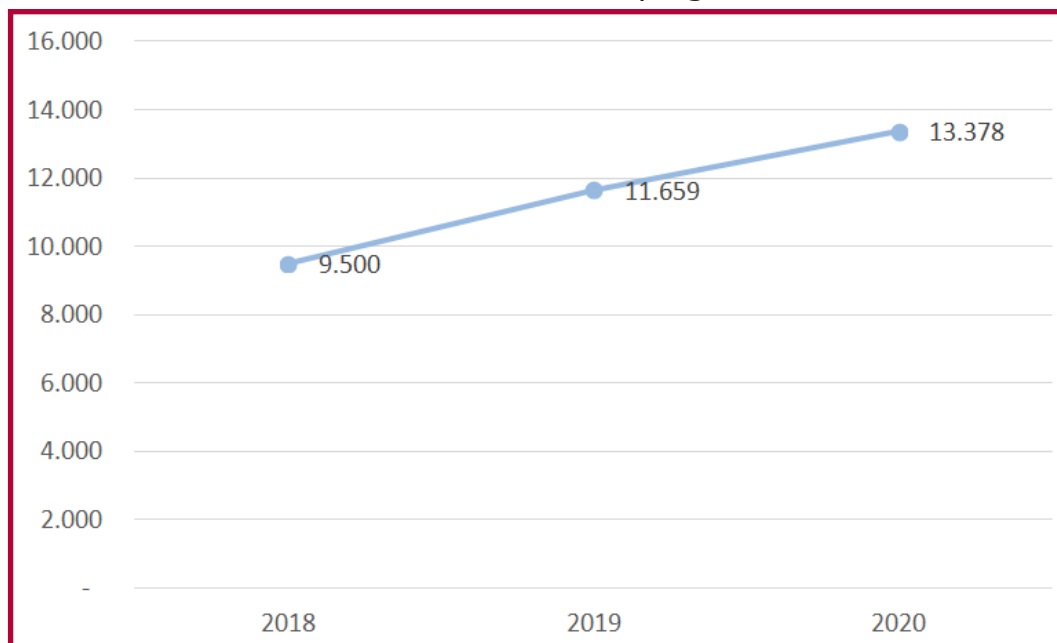
2 ana.paulab@ufpe.br

Porto Digital teve um aumento de 21,7% em seu faturamento saindo de R\$ 2,31 bilhões em 2019 para R\$ 2,86 bilhões em 2020, sendo 50,8% a mais do que no ano de 2018 (Gráfico 01). Estes dados evidenciam que o setor de tecnologia da informação vem obtendo alto crescimento nos últimos anos, mostrando-se resiliente mesmo em suas intempéries. Ao todo, o Parque finalizou o ano de 2020 com 13.378 profissionais empregados - alta de 14,7% - e 349 empresas.

Gráfico 01**Crescimento do Faturamento**

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados do Porto (2020 e 2021).

Acerca do crescimento, o Porto Digital (2021) menciona que: “A meta do Porto Digital é, até 2025, ter cerca de 20 mil colaboradores distribuídos entre 500 a 600 empresas no parque, com faturamento anual de R\$ 3,5 bilhões. Com a expansão proposta, o parque dobrará de tamanho em relação a 2018 - quando havia cerca de 9,5 mil profissionais em 300 empresas, com faturamento anual de R\$ 1,89 bilhão.” Estes dados estão inseridos no Gráfico 02.

Gráfico 02**Crescimento dos Empregos**

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados do Porto (2020 e 2021).

Dessa forma, percebe-se que o setor de inovação vem com uma crescente demanda por profissionais capacitados em contraponto à sua oferta no mercado, favorecendo o que especialistas chamam de “Colapso no Setor de Inovação”. No cenário pernambucano este movimento acontece, porém em uma menor velocidade devido às parcerias públicas privadas onde são incentivadas as formações de profissionais do setor, em especial, a partir de parcerias com as autarquias federais como UFPE e IFPE.

Com isto, observa-se que, mesmo em um ano consideravelmente difícil para o crescimento dentro dos setores mais tradicionais no Brasil, como a área de serviços, por exemplo, o setor de inovação, em especial as empresas focadas em TI, obtiveram um intenso crescimento, mesmo estando enfrentando uma escassez no mercado de novos profissionais para suprir as suas crescentes demandas devido ao aumento da necessidade de soluções tecnológicas e remotas, sendo preciso um capital humano com maiores conhecimentos especializados na área de inovação, em especial, programação e lógica computacional. Isto teve como consequência um aumento dos salários que no último ano foi de 30% segundo a empresa de Recursos Humanos Revelo.



REFERÊNCIAS

Jornal do Comércio. **Porto Digital e IFPE firmam parceria para oferta de cursos em tecnologia no Grande Recife.** Disponível em: <<https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/enem-e-educacao/2020/10/11991833-porto-digital-e-ifpe-firmam-parceria-para-oferta-de-cursos-em-tecnologia-no-grande-recife.html>>. Acesso em 08 de maio de 2021.

Porto Digital. **Porto Digital fecha 2019 com crescimento de 24%.** Disponível em: <<https://www.portodigital.org/119/37967-porto-digital-fecha-2019-com-crescimento-de-24>>. Acesso em 28 de maio de 2021.

Porto Digital. **Porto Digital fecha 2020 com crescimento de quase 22%.** Disponível em: <<https://www.portodigital.org/119/38037-porto-digital-fecha-2020-com-crescimento-de-quase-22>>. Acesso em 08 de maio de 2021.

Revelo. **Salários da área de tecnologia subiram em média até 30% em 2020.** Disponível em: <<https://blog.revelo.com.br/salarios-da-area-de-tecnologia/>>. Acesso em 29 de maio de 2021.

Porto Digital. **Pesquisa do Porto Digital faz diagnóstico do ecossistema na Covid-19.** Disponível em: <<https://www.portodigital.org/119/37988-pesquisa-do-porto-digital-faz-diagnostico-do-ecossistema-na-covid-19>>. Acesso em 28 de maio 2021.



Programa de Inovação Aberta no Agronegócio na Mesorregião do Agreste Pernambucano Garoa Habitat de Inovação

SILVIO ANDRÉ VITAL JUNIOR (MESTRANDO EM GESTÃO, INOVAÇÃO E CONSUMO NO PPGIC/UFPE/CAA)¹

JOYCE LENE G. CAJUEIRO (DOUTORA EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO E DOCENTE DO NG/UFPE/CAA)²

ERYKA FERNANDA MIRANDA SOBRAL (DOUTORA EM ECONOMIA E DOCENTE DA UPE/SALGUEIRO)³

O Brasil tem ocupado posição de destaque na produção de alimentos no mercado internacional nos últimos anos. Apesar da pandemia do Coronavírus (Sars-Covid19) de 2020 a 2021, o setor do agronegócio cresce exponencialmente no país. A expectativa de que este crescimento se mantenha ao longo do ano é apontado tanto por dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), com base nas estimativas para 2021 do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPA), assim como pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e também em projeções próprias para a pecuária a partir dos dados da Pesquisa Trimestral do Abate de Animais, da Produção de Ovos de Galinha e Leite, que indicam que o agronegócio terá a maior alta dos últimos oito anos, estimando um crescimento do valor adicionado (VA) do setor agropecuário de 2021 de 1,5% para 2,2% (Garcia, Souza Júnior e Severo, 2021).

No caso particular do estado de Pernambuco, a Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco (FAEPE) e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), enfatizam que os dados do Produto Interno Bruto (PIB) pernambucano, divulgados pela Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco (CONDEPE/FIDEM), indicam que no primeiro quadrimestre de 2021 as exportações do agronegócio em Pernambuco obtiveram um crescimento em torno de 56%, em relação ao primeiro quadrimestre de 2020, com destaque nas vendas de açúcar, álcool, manga, uva e sucos, totalizando para o Estado um volume de vendas no acumulado do período, no valor de US\$147,5 milhões (CNA, 2021a).

Nesta perspectiva, o agronegócio tem uma forte representatividade na geração de emprego no país. De acordo com a CNA (2021b) a partir de dados do Cadastro Geral de Empre-

1 silvio@garoahabitat.com

2 joyce.cajueiro@ufpe.br

3 eryka.sobral@upe.br

gados e Desempregados (CAGED), desde de 2008, tem seu melhor resultado no primeiro trimestre de 2021 quando o setor se torna responsável pela geração de 60.575 novas vagas, um crescimento em torno de 22,79%, no período considerado. Esta realidade é consequência do aquecimento no setor.

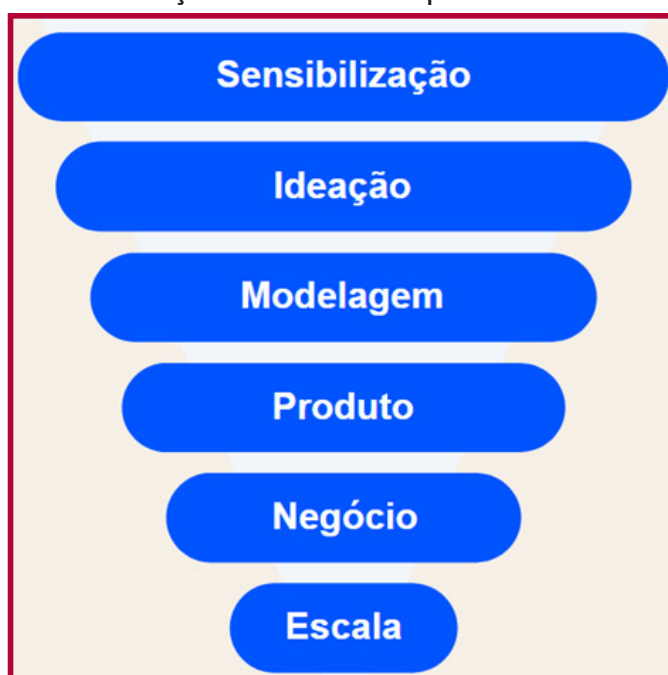
No entanto, amenidades intrínsecas que incorrem em riscos próprios decorrentes de fatores climáticos e biológicos (chuvas, secas, pragas e outros), assim como, por ser uma atividade que possui ciclos próprios de rendimento (em razão da sazonalidade da produção), fazem com que o desenvolvimento de novas tecnologias e negócios inovadores sejam necessários para amenizar ou até mesmo solucionar diversos destes e dentre outros problemas enfrentados pela atividade.

Para incentivar a geração das novas tecnologias e negócios, ações fomentadoras acontecem em universidades brasileiras, sobretudo em Pernambuco como cenário de um grande polo produtor, a partir do modelo de inovação aberta, quando empresas recorrem a instituições, organizações e/ou empresas externas para buscarem soluções para seus problemas viabilizadas pela cultura de inovação (Chesbrough e Borges, 2014).

Nesta conjuntura estão nascendo ecossistemas de inovação regionalizados e empresas como o Garoa Habitat de Inovação⁴. A referida empresa surge em maio de 2020 na mesorregião do Agreste Pernambucano com a missão desenvolver ações de fomento à inovação e ao empreendedorismo, possibilitando a criação de tecnologias aplicáveis à região por meio da formação de agentes de inovação, promoção de novos negócios e desenvolvimento tecnológico, cuja metodologia de inovação aberta é apresentada na Figura 01.

Figura 01

Funil de Inovação Aberta da empresa Garoa Habitat



Fonte: Elaboração dos autores, com base nos dados do Garoa Habitat (2021).

De acordo com a metodologia de inovação do Garoa Habitat na Figura 1, observa-se que o modelo de Inovação Aberta utilizado funciona como um funil dividido em seis fases, cujo principal objetivo é o de aumentar a quantidade de startups formadas no final do ciclo de inovação. A primeira fase compreende a sensibilização, na qual é essencial que o máximo de pessoas sejam impactadas quanto ao conhecimento de inovação e empreendedorismo. A segunda fase consiste na identificação de problemas relevantes e geração de ideias inovadoras de como resolvê-los. Por sua vez, a terceira fase consiste na construção de modelos para soluções de negócios no programa de pré-incubação de startups. A quarta fase acontece no programa de Incubação de Startups e tem como foco a construção de produtos e criação de soluções inovadoras juntamente com o mercado. A quinta fase é a estruturação de empresas e criação de processos de vendas. Já a sexta e última fase diz respeito à aceleração da receita para escalar os números de vendas e gerar um negócio mais sustentável.

Nesta perspectiva, se valendo da metodologia apresentada, o Garoa Habitat iniciou suas atividades com o programa composto por quatro etapas de geração e maturidade de negócios. A primeira etapa chamada de Garoa no Campo #Inovação, compreendeu uma maratona de ideação de soluções para o setor agropecuário no interior de Pernambuco, especificamente no Agreste e no Sertão. Os participantes entregaram 32 projetos relacionados aos desafios das principais cadeias produtivas do interior, mapeadas junto às instituições de educação, setor público, sociedade civil e setor produtivo. A segunda etapa do programa, denominada Garoa no Campo #Imersão, teve a duração de 15 semanas, onde 29 startups entraram em processo de pré-incubação direcionado à qualificação empreendedora e focado em modelagem de projetos e validação de soluções com intuito de firmar parcerias de desenvolvimento dos projetos junto ao setor produtivo.

A Figura 02 apresenta o impacto causado destas duas primeiras etapas do programa de geração e maturidade de negócios, realizado no Agreste e Sertão Pernambucano em 2020. Foram mil pessoas impactadas respectivamente com a formação de 310 pessoas, 100 horas de consultoria, 60 horas de treinamento e 26 negócios em formação.

Figura 02

Impacto das Ações no Interior de Pernambuco do Programa Garoa no Campo



Fonte: Elaboração dos autores, com base nos dados do Garoa Habitat (2021).



É pertinente destacar que as soluções desenvolvidas envolvem aplicações na área de fruticultura com monitoramento e combate de pragas, assim como na bovinocultura de leite com cuidados à saúde do rebanho e monitoramento de protocolos em processos de beneficiamento do leite. Ainda, foram estimuladas soluções nos setores de avicultura, caprinovivocultura e horticultura que estão impactando empresas do Agreste Central e Meridional.

Atualmente, a empresa Garoa Habitat de Inovação está implementando a terceira etapa do programa Garoa no Campo #Incubação com duração de 12 meses. Tal etapa tem como foco o desenvolvimento e lançamento do produto ou serviço das startups no mercado, assim como a sua estruturação organizacional e integração entre as startups incubadas e as empresas do agreste pernambucano.

A atuação do Garoa Habitat de Inovação inicialmente foi ampliada para os estados da Bahia e Ceará e tem o objetivo de expandir o programa de inovação aberta para todo o nordeste com a aplicação da quarta etapa do programa, denominado Garoa no Campo #Aceleração em 2022, cuja duração é de 6 meses, a partir da qual espera-se impactar com as soluções aceleradas, mais de duzentas empresas do agronegócio em nove estados no Nordeste.

Espera-se que o programa de inovação aberta desenvolvido para o agronegócio além de contribuir para disseminação da inovação e da criação de startups, cause impacto positivo na geração de ideias e soluções de problemas demandados pelo setor agropecuário, provocando o desenvolvimento econômico maior que o estimado para o ano de 2021.

REFERÊNCIAS

Chesbrough, H.; Bogers, M. Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. **New Frontiers in Open Innovation**. Oxford: Oxford University Press, Forthcoming, p. 3-28, 2014.

Garcia, P.M.; Souza Júnior, J.R.; Servo, F. Projeção do valor adicionado do setor agropecuário para 2021. **Carta de Conjuntura (IPEA)**, (50), p. 1-6, 2021.

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). **FAEPE: Exportações do Agronegócio Pernambucano batem recorde dos últimos oito anos**. 2021a. Disponível em: <<https://www.cnabrazil.org.br/noticias/faepe-exportacoes-do-agronegocio-pernambucano-batem-recorde-dos-ultimos-oito-anos-1#56>>. Acesso em 28 de maio de 2021.

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). **Agropecuária tem a maior geração de emprego no primeiro trimestre desde 2007**. 2021b. Comunicado Técnico, CAGED, Edição 14/2021 | 28 de abril. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/assets/arquivos/artigostecnicos/Comunicado-Tecnico-CNA-ed-14_2021.pdf>. Acesso em 30 de abril de 2021.

Garoa Habitat. Disponível em: <www.garoahabitat.com>. Acesso em 28 de maio de 2021.



É de inteira responsabilidade do(s) autor(es) desta edição do Boletim os conceitos e opiniões emitidos, não refletindo necessariamente a opinião da Comissão de Estudos Econômicos e do Conselho Editorial do Observatório Econômico do Corecon-PE.



Presidente: André Lima de Morais

Vice-Presidente: Poema Isis Andrade de Souza

Conselheiros Efetivos: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera
André Lima de Morais
Diógenes Sócrates Robespierre de Sá
Francisco José Couceiro de Oliveira
João Albuquerque da Silva
José André de Lima Freitas da Silva
Monaliza de Oliveira Ferreira
Poema Isis Andrade de Souza
Rafael Ramos da Conceição Moura

Conselheiros Suplentes: Fábio José Ferreira da Silva
Fernando de Aquino Fonseca Neto
Keynis Cândido de Souto
Maria do Socorro Macedo Coelho Lima
Paulo Roberto de Magalhães Guedes
Rosiane Ferreira de Andrade
Severino Ferreira da Silva

Conselheiro Federal: Fernando de Aquino Fonseca Neto

Conselheira Federal Suplente: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera

Gerente Executiva: Rayssa Kelly Melo das Mercês

Comitê Editorial: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera
André Lima de Morais
Fábio José Ferreira da Silva
Fernando de Aquino Fonseca Neto
Keynis Cândido de Souto
Maria do Socorro Macedo Coelho Lima
Monaliza de Oliveira Ferreira
Poema Isis Andrade de Souza
Rafael Ramos da Conceição Moura

Projeto Gráfico: Erivaldo Sousa

Correspondência: Corecon/PE - Rua do Riachuelo, 105 - sala 212.
Ed. Círculo Católico - Boa Vista - Recife, PE.
CEP: 50.050-400
Tels.: 81 3039-8842 | 3221-2473 | 99985-8433

coreconpe@coreconpe.gov.br
www.coreconpe.gov.br

Boletim produzido em parceria entre
o **Corecon-PE** e a **UFPE/CAA**



/CoreconPE



@PECorecon



/corecon.pe