

Admirável mundo novo

por Lamonica Conectada (<http://editoralmonica.com.br/author/carol/>) Publicado (201701)

na Categoria Revista Varejo & Oportunidades (<http://editoralmonica.com.br/category/revista-varejo-oportunidades/>), Varejo (<http://editoralmonica.com.br/category/varejo/>)



Futurista e uma das pioneiras em Economia Colaborativa, Lala Deheinzelin fala sobre os valores que estão moldando uma nova sociedade

O mundo vem passando por uma intensa transformação, gradualmente deixando para trás modelos de negócios baseados somente na geração de recursos financeiros para também considerar outras questões, como o impacto social e ambiental. A sociedade em rede abriu a possibilidade de utilização daquilo que Clay Shirky chama de “excedente cognitivo” (recursos ociosos que não conseguiam ser utilizados) e, com isso, do tempo ocioso surgem novos usos e modelos de negócios. Uber, Airbnb e a economia colaborativa estão aí para mostrar que esse conceito chegou para ficar.

No Brasil, a futurista **Lala Deheinzelin** é um dos expoentes do pensamento a respeito dessa nova economia que vem surgindo. Pioneira em Economia Criativa e Colaborativa, indicada como uma das top futuristas do mundo, foi considerada pela P2P Foundation – principal organização global que trabalha com Economia e Sociedades Colaborativas – como uma das 100 mulheres que, no mundo, estão cocriando a nova sociedade.

Criadora do movimento Crie Futuros, é autora do livro Desejável Mundo Novo. Seu perfil transdisciplinar possibilitou desenvolver metodologias próprias que integram **Economia Criativa, Desenvolvimento, Sustentabilidade, Futuro e Inovação**.

Nesta entrevista à **Revista Varejo & Oportunidades**, Lala discute as mudanças sociais e econômicas que decorrem de uma sociedade em rede, defende um novo modelo de consumo e mostra como desenvolver negócios a partir dos conceitos de Economia Colaborativa e Criativa. Confira, a seguir, os principais trechos:

O paradigma de negócios baseado na exploração dos recursos naturais e da mão de obra se esgotou?

Estamos vivendo um momento de transição, saindo de uma economia e sociedade baseadas na exploração de recursos naturais, que são finitos, e na mão de obra, que também tem limites. Somos capazes de fazer coisas limitadas em 24 horas e tudo isso resulta numa capacidade de resposta muito pequena, porque temos limitações de tempo e recursos. E a solução para isso é trabalhar com as novas economias, que são exponenciais.

Se trabalho com maçãs, uma macieira dá uma quantidade finita de frutos em um determinado período, e quando você come, acabou. É um modelo de escassez, que se dá numa relação organizacional de competição. Por outro lado, quando trabalhamos com intangíveis, que é tudo o que está ligado às novas economias (compartilhada, colaborativa, criativa), eles não se consomem com o uso, e sim se multiplicam.

Posso compartilhar meu conhecimento com 7 bilhões de pessoas e esse meu conhecimento não irá se esgotar: irá se multiplicar. Isso mostra que existe um universo de possibilidades quando a gente sai da economia tradicional, baseada em tangíveis e com capacidade de resposta linear, para uma economia em rede baseada em intangíveis, em que o crescimento é exponencial.

Ao contrário das promessas de que a ciência e o capitalismo levariam o mundo para uma era de prosperidade sem fim, temos visto incertezas crescentes na política, na economia e na sociedade. A economia compartilhada é uma alternativa para o modelo de capitalismo neoliberal?

A gente tem a impressão de que todo aquele mundo do século XX, em que seríamos todos felizes e poderíamos ter abundância a partir da tecnologia e das máquinas, não é mais possível. Mas a tecnologia é um meio, e não um fim. Um exemplo claro de como isso se dá é a China. Tive a oportunidade de trabalhar algumas vezes no país e também faço parte de um grupo de estudos internacionais que tem representantes lá. A China chama de hard tech, hard power e hard capital tudo o que está ligado ao tangível (a moeda, as fábricas, a infraestrutura). O que de fato eles consideram estratégico, porém, é o soft tech e o soft power, que são os sistemas educacionais, de gestão, de negociação, diplomacia, toda essa parte processual.

Hoje, não temos lentes para enxergar a importância do processo e não do produto. Por isso, quando o produto não resolve nossa vida, achamos que a vida não pode ser resolvida. E isso não é verdade. A questão é trabalhar com processos, com fluxos de informação. A base estrutural, que é a possibilidade de rede, já existe. O que falta hoje é criar processos, estruturas organizacionais e

ferramentas que permitam uma colaboração, pois só com essa colaboração todos os recursos que estão disponíveis podem se tornar acessíveis.

Economia criativa e colaborativa funcionam em escala global?

Não é por qualquer motivo que as novas economias se chamam “novas economias”: elas são, de fato, a solução para uma transição que é não apenas necessária, mas inevitável, pois os modelos tradicionais não dão mais conta do recado. E isso vale para qualquer tipo de estrutura organizacional, não apenas na área de negócios. A economia criativa é uma solução global. Bali, por exemplo, é um lugar muito pequeno, mas recebe a mesma quantidade de turistas por ano que o Brasil, e em qualquer lugar que você visitar no mundo, encontrará cangas de Bali. A região conseguiu ter um alcance global.

Em relação à economia compartilhada, que consegue convergir os recursos disponíveis e criar estrutura para que eles sejam acessíveis, basta ver o poder do Airbnb e do Uber, e a rapidez com que se espalham. Eles tiveram coragem de sair do modelo convencional, identificaram oportunidades e avançaram em velocidade exponencial. O Uber, de sua criação ao fim de 2015, completou 1 bilhão de corridas. Em menos de 6 meses, repetiu essa marca.

E como aproveitar a economia compartilhada?

A questão para qualquer negócio é como aproveitar isso. Uma tendência como o *coworking* faz muito sentido, porque é pouco funcional ter um escritório próprio: toda a gestão fica só com você e consome seu tempo, todo o pagamento fica por sua conta e custa caro, você fica sozinho, não troca informação e não tem troca de conhecimento e ajuda mútua. Então a tendência de *coworking* é mundial. Considerando que no último ano cerca de 10% das lojas e restaurantes fecharam, a questão é como somar coisas em um mesmo ambiente. Se você tem uma loja de roupas, porque não ter lá dentro outras funcionalidades, como livreria e venda de ingressos?

Assim como um celular é um hardware com vários aplicativos, a estrutura do varejo pode ser usada para distribuir, comercializar e exibir várias coisas, não precisa ser uma só. Se você considera o PDV ou o processo de comunicação e distribuição como hardware, pode colocar nele várias coisas, e isso é o futuro. Quem convergir, somar e fizer junto vai sobreviver. Quem não fizer terá problemas.

Como o conceito de multimoedas pode gerar sustentabilidade financeira?

A questão chave nesse momento para o avanço das novas economias é entender que o recurso não é somente moeda, é também o recurso cultural, ambiental e social. E, da mesma forma, o resultado não é só financeiro, é também conhecimento, melhor aproveitamento de recursos naturais e participação coletiva. Tudo isso depende de nossa capacidade de enxergar esses recursos, atribuir valor e resultados a eles e perceber a natureza de seus fluxos. Se esses recursos e resultados não estão visíveis e com valor atribuído, eles não têm crédito e, por isso, não têm como gerar sustentabilidade e economia.

Por isso, um de nossos trabalhos principais é justamente entender como se percebem, valoram e se criam fluxos de recursos na economia criativa (conhecimento e competências), na economia compartilhada (infraestrutura, espaços, materiais, equipamentos) e na economia colaborativa (os recursos de fazer de forma coletiva para otimizar processo).

E mais uma vez a questão aqui, além de tornar visíveis esses resultados e recursos, está em como criar convergência. Há muita coisa disponível, mas não necessariamente acessível. A Wikipedia foi feita com recursos que estavam lá (conhecimento, o computador de cada um, o desejo e o tempo de incluir verbetes), mas não havia o mecanismo de convergência (o propósito, a causa), nem a linguagem Wiki, que permite essa convergência. Nosso desafio para acessar essas riquezas, que estão disponíveis mas não acessíveis, está em criar esses mecanismos de convergências, como o propósito e os recursos tecnológicos para que isso seja possível.

Como fomentar a inovação a partir de conceitos e negócios que não tenham como objetivo um IPO bilionário ou gerar fortunas para os acionistas?

As grandes empresas que existem com o objetivo principal de gerar resultados para os acionistas têm dois problemas. O primeiro deles é que se acreditou que gestão familiar é um problema, e como resultado existe uma quantidade imensa de empresas com gestores profissionais que têm um turnover alto, por que não possuem nenhum vínculo afetivo ou histórico com aquele negócio. A ideia de que era ruim que a família fosse dona está se mostrando diferente do que se esperava, porque não existe amor, porque não existe razão para se dedicar demais para que aquilo aconteça, nem para manter o conhecimento dentro da empresa. Não existe fidelidade quando não existe vínculo afetivo. Essa é uma das razões pelas quais o franchising é um campo fértil e que continua em crescimento, porque é feito normalmente a partir de empresas familiares e existe um cuidado, um amor, pelo negócio.


Além disso, cada vez está mais visível o que cada um faz, e o valor de um negócio não está mais somente no que você faz, mas no “para que”, em qual é o impacto. Se você faz ovo, está em maus lençóis, pois muita gente faz ovo. Se você faz “o ovo da galinha feliz”, tem um diferencial que está em sintonia com o desejo do coletivo. A maioria absoluta dos Millennials, que serão os consumidores e

gestores do futuro, quer se relacionar com coisas que tragam impacto positivo no mundo. Seja pelo fato de que na economia criativa o que tem valor é o que tem propósito, conceito e identidade com o público, seja pelo fato de que não é mais possível esconder quem você é, seja porque o consumidor tem mais possibilidades de escolha, quem não estiver preparado para fazer coisas que cuidem do bem comum e que tenham propósito estará em dificuldades.

Por isso tudo, empresas têm se estruturado não apenas para o lucro, mas também para oferecer um impacto positivo em outras dimensões da vida que não a financeira. Isso porque, na nossa vida, o que causa impacto positivo não é só o dinheiro. Antigamente ter qualidade de vida era ter muito espaço, mas hoje é ter tempo, pois esse é o bem mais escasso e precioso que temos.

Matéria publicada na Revista Varejo & Oportunidades nº 42 (página 16) (<http://bit.ly/2k44ILD>)

 (https://www.facebook.com/dialog/feed?app_id=&display=popup&name=Admir%C3%A1vel+mundo+novo&link=http%3A%2F%2Feditoralamonica.com.br%2Fadmiravel-mundo-novo%2F&redirect_uri=https://www.facebook.com)

 (https://twitter.com/intent/tweet?source=webclient&original_referer=http://editoralamonica.com.br/admiravel-mundo-novo/&text=Admir%C3%A1vel+mundo+novo&url=http://editoralamonica.com.br/admiravel-mundo-novo/&related=francofrarquia&via=francofrarquia&hashtags=#francofrarquia)

 (<https://plus.google.com/share?url=http://editoralamonica.com.br/admiravel-mundo-novo/>)

 ([javascript:void\(0\);](javascript:void(0);))

 (<http://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&ro=true&trk=EasySocialShareButtons&title=Admir%C3%A1vel+mundo+novo&url=http://editoralamonica.com.br/admiravel-mundo-novo/>)

 Pesquisar



A LAMONICA (<http://editoralamonica.com.br/quem-somos/>)

Quem Somos (<http://editoralamonica.com.br/quem-somos/>)

Histórico (<http://editoralamonica.com.br/historico/>)

Franco Franquia (<http://editoralamonica.com.br/franco-franquia/>)

Pesquisa (<http://editoralamonica.com.br/pesquisa/>)

EVENTOS (<http://editoralamonica.com.br/eventos/>)

PARCEIROS (<http://editoralamonica.com.br/parceiros/>)

Parceiros (<http://editoralamonica.com.br/parceiros/>)

Game Franquias Brasil

(<http://editoralamonica.com.br/game-franquias-brasil/>)

PUBLICAÇÕES (<http://editoralamonica.com.br/publicacoes-periodicos/>)

Periódicos (<http://editoralamonica.com.br/publicacoes-periodicos/>)

Customizadas

(<http://editoralamonica.com.br/publicacoes-customizadas/>)

Guia de Feiras

(<http://editoralamonica.com.br/publicacoes-guiasdefeiras/>)

Livros (<http://editoralamonica.com.br/publicacoes-livros/>)

NOTÍCIAS (<http://editoralamonica.com.br/noticias/>)

ANUNCIE (<http://editoralamonica.com.br/anuncie/>)

CONTATO (<http://editoralamonica.com.br/contato/>)



E-mail

contato@editoralamonica.com.br (<mailto:contato@editoralamonica.com.br>)



SAC

(11) 3256-4696



Endereço

Rua Sabará, 566, cj 72/74

Higienópolis | São Paulo – SP

CEP 01239-010

Ver no mapa (https://www.google.com.br/maps?q=rua+sabar%C3%A1+566&um=1&ie=UTF-8&sa=X&ved=0ahUKEwjw4vickKHQAhXEEJAKHRLICR0Q_AUICcgB)