

Economia criativa: produzindo conhecimento e inclusão social



Um mundo onde o sistema econômico leva em conta a inclusão social, a inovação, a diversidade cultural e criatividade. Onde a troca de serviços faz parte do processo mercadológico. Esses são os objetivos de uma nova forma de visão empresarial que está sendo implantada principalmente por países emergentes, a chamada **Economia Criativa**.

De acordo com o portal [Economia Criativa](#), fatores competitivos intrínsecos, como o baixo custo de mão de obra ou avanços específicos na tecnologia da informação, somente podem ser superados pela inteligência de novos **modelos de negócios**, novos processos, novas tecnologias e outros decorrentes da criatividade, imaginação e inovações constantes. Este é o caminho a ser trilhado tanto por países desenvolvidos, quanto por países em desenvolvimento.

A temática é recente e pesquisada há pouco mais de cinco anos. A primeira definição foi desenvolvida pelo autor inglês, John Howkins, em 2001. Em seu livro, *The Creative Economy*, ele descreve a Economia Criativa como “**um conjunto de atividades com resultados de indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando (ou precavendo-se de que outros venham a explorar) seu valor econômico**”.

Stephen B. Shepard, editor da revista *Business Week*, disse em agosto de 2002, que assim como a moeda de troca das empresas do Século XX eram os seus produtos físicos, a moeda das corporações do Século XXI serão **as ideias**. “A Economia Industrial está rapidamente dando lugar à Economia da Criatividade. Vantagens competitivas desfrutadas por grandes empresas no passado são agora totalmente disponíveis para novas empresas em formação, graças à enorme disponibilidade de capital e ao poder da Internet”.

CONCEITO NO BRASIL



O uso de novas tecnologias vem permitindo a abertura de novos negócios na região Norte. Foto: reprodução

No Brasil, o conceito de Economia Criativa começou a ser debatido em 2008 e, segundo uma pesquisa da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), em 2011, **243 mil empresas** formavam o núcleo da indústria criativa, gerando um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 110 bilhões ou seja 2,7% de tudo do que é produzido no País.

Ainda conforme a mesma pesquisa o mercado criativo é responsável por **810 mil trabalhadores**, ou

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Postado em 08/08/2014

seja, 1,7% do total de trabalhadores em todo o país.

Marcos Vinicius Franchi, consultor técnico da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura (Minc), afirma que a finalidade das ações em economia criativa é a de que todo o tipo de serviço se complementa. “É uma nova forma de olhar para um modelo econômico por meio de novos sistemas de empreendimento”, disse.

De acordo com o consultor do Minc, uma empresa que se insere nesse **modelo** nunca conversa sozinha, “antes de iniciar suas atividades o empresário deve avaliar quais modelos de empreendimentos podem se organizar para viabilizar suas ideias e suas iniciativas. É um grande pacto cooperativo, onde as cadeias produtivas têm uma dinâmica própria”, afirma.

Um dos exemplos citados por Franchi é o incentivo aos **Arranjos Produtivos Locais** (APL's), aglomerado de empreendimentos em determinado território e indivíduos que atuam em torno de uma atividade produtiva predominante, que compartilham formas percebidas de cooperação e algum mecanismo de governança, e pode incluir pequenas, médias e grandes empresas. Para ele, esse é um modelo de negócio que vem prosperando pelo mundo todo, e o Brasil o está descobrindo. “Os APL's servem para diversas **cadeias produtivas**, desde a agrícola até a tecnológica e são formas expressivas de política pública de desenvolvimento local. A ideia é pensar como diferentes profissionais, no mesmo território e em uma mesma cadeia produtiva, passam a compor um agrupamento de iniciativas”, ressaltou.

Um bom exemplo, segundo Marcos, é o **Vale do Silício** nos Estados Unidos que aglomera uma série de negócios ligados à tecnologia e à inovação. “O principal é compreender o fluxo de contato e perceber onde o trabalho do outro complementa o seu”, falou.

NOVAS MÍDIAS E COMUNICAÇÃO DIGITAL

Segundo o professor José Marques de Melo, a sociedade midiática caracteriza-se pela prevalência das indústrias criativas e de conteúdo, no conjunto das **atividades de produção e circulação dos bens simbólicos** que configuram e dão sentido à sua identidade cultural. Em seu artigo *Indústrias criativas e de conteúdo: o dilema brasileiro para a integração do massivo ao popular*, Melo afirma que “temos a expectativa de pavimentar a nossa passagem para a Sociedade do Conhecimento, extirpando a exclusão comunicacional a que estão condenados vastos contingentes da nossa população que passaram pela escola, mas não se converteram em leitores de jornais, revistas ou livros”.

Na publicação “O panorama da Comunicações e das telecomunicações no Brasil”, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), a pesquisadora, Cosette Castro, destaca que no campo econômico, a globalização da economia foi ampliada a partir do acesso e uso das **Tecnologias da Informação e da Comunicação** (TICs), “Um exemplo desses paradoxos é, de um lado, a crescente concentração de empresas e, de outro lado, a ampliação do mercado dos países emergentes e, que oferecem novas possibilidades de negócios para a o uso da televisão digital terrestre aberta. Esse é caso do modelo de televisão nipo-brasileiro utilizado na Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Paraguai, Peru e Venezuela - cujos *middlewares* e *softwares* são disponibilizados em código aberto”.

As novas tecnologias vêm abrindo muitos campos de conhecimento e modelos de negócio na Região

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Postado em 08/08/2014

Norte. É o que afirma o Prof. Abraham Baze, coordenador do Curso de Tecnologia em Produção Audiovisual da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), docente do curso de Comunicação Social da Faculdade Martha Falcão e Gestor em Empreendimentos Criativos. Conforme Baze, os debates sobre economias criativas e sustentáveis vêm acontecendo em todo mundo e o Amazonas começa a entrar no circuito. “Essa recente forma de engenharia empresarial que contempla várias cadeias de produção em ascensão, mostra que é possível se construir um modelo regional de desenvolvimento baseado em conceitos que envolvam diversidade cultural, inovação e sustentabilidade”, afirma.

Uma sociedade conectada pelas novas tecnologias como *tablets*, *smartphones*, entre outros é composta por um público diferente dos consumidores tradicionais. “Hoje as pessoas não abrem mão dos seus equipamentos, compartilhando, curtindo, debatendo pelas redes sociais e *chats*. Isso faz parte de um grande processo de produção de conhecimento, são várias plataformas de educação que incluem milhões de pessoas nos processos culturais”, enfatiza.

Segundo o professor, apesar de ainda desconhecido por uma parte dos amazonenses, **o mercado vem crescendo** e precisa de empreendedores que acreditem nessa nova e lucrativa forma de negócio. “As mídias digitais, incluindo-se portais colaborativos, produção de vídeos, aplicativos e jogos de videogame, são oportunidades para esse mercado, além disso essa forma de negociar traz desenvolvimento à região em que ela atua”, finalizou.

CIÊNCIAemPAUTA, por Fabrício Ângelo