

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

INDÚSTRIAS CRIATIVAS: VISLUMBRANDO A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL INTELLECTUAL NA SOCIEDADE E NA ECONOMIA

CREATIVE INDUSTRIES: VIEWING THE IMPORTANCE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN SOCIETY AND ECONOMY

Nyeur Dihefri Da Silva Padilha

RESUMO

As profissões e atividades econômicas que se utilizam da criatividade em seus processos produtivos, apesar de existirem há bastante tempo, só passaram a receber maior atenção da sociedade e a ser inseridas em estudos relacionados à economia nos últimos anos. Neste contexto se inserem desde profissionais já bastante conhecidos, como os artesãos, até aqueles que integram classes recentes no mercado de trabalho, tal como aqueles do campo da tecnologia. Neste trabalho, tem-se com objetivo obter uma visão geral sobre as chamadas indústrias criativas, tanto no que concerne aos conceitos principais, bem como em relação à participação de tais atividades na economia como um todo, no Brasil e no mundo. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico onde são obtidos dados de importante relevância provenientes de outros estudos e abordagens a respeito do assunto estudado.

Palavras-chave: Economia Criativa, emprego, mercado de trabalho, inovação, empreendedorismo.

ABSTRACT

The professions and economic activities that use creativity in their productive processes, although they have existed for a long time, only began to receive more attention from society and to be inserted in studies related to the economy in recent years. In this context they range from well-known professionals, such as artisans, to those who integrate recent classes in the labor market, such as those in the field of technology. In this work, the aim is to obtain an overview of the so-called creative industries, both in terms of the main concepts, as well as in relation to the participation of such activities in the economy as a whole, in Brazil and in the world. For that, a bibliographical survey was carried out where data of important relevance were obtained from other studies and approaches regarding the subject studied.

Keywords: Creative Economy, employment, job market, innovation, entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

É amplamente difundido que as atividades econômicas ao redor do mundo passaram por grandes transformações a partir da I Revolução Industrial, no século XIX, tendo como principal foco inicial, até boa parte do século XX, a busca pela produtividade, ou seja, pela produção em escala em todos os segmentos possíveis: alimentação, vestuário etc. No entanto, a partir das últimas décadas, com a troca do foco direcionado na industrialização pela economia baseada na alta tecnologia, bem como a globalização que ocorre decorrente dela, tem se expandido cada vez mais também a percepção e os estudos em relação às indústrias que baseiam-se de forma orgânica no capital intelectual para produzir bens e serviços com natureza econômica. Isto representa utilizar a criatividade para gerar valor, gerar riqueza.

Ou seja, a partir do entendimento e da abordagem relacionada às indústrias criativas, tem-se que tão ou mais importante que utilizar insumos físicos apenas, para produzir algo, é possível também gerar valor a partir do simples fato de conhecer ou ter a habilidade de fazer algo. Na maioria dos segmentos que lidam com a criatividade, inclusive, tem-se que é possível inclusive gerar mais valor a produtos, visto que é possível se trabalhar diretamente com a personalização e direcionamento de esforços únicos para cada trabalho feito.

Como se pode perceber, tendo em vista que toda pessoa tem algum tipo de conhecimento, ainda que em menor grau, é possível verificar a importante oportunidade de geração de riqueza, independentemente do local e da condição em que determinada comunidade viva. Atividades que envolvam cultura, por exemplo, ocorrem ao redor de todo o mundo, independente do grau de avanço tecnológico que uma sociedade possua.

A partir de tudo isso, neste trabalho, objetivou-se obter uma visão geral a respeito das indústrias criativas e dos estudos que são feitos em torno de tal assunto, buscando-se também visualizar como estas indústrias se comportam em relação à sociedade e à economia como um todo. É apresentado também um breve resumo de tais indústrias no Brasil, a fim de possibilitar também uma visão em torno do país no que concerne a este assunto.

2 OBJETIVOS

O presente estudo tem como objetivo obter uma visão geral a respeito do assunto denominado economia criativa, através de dois enfoques pontuais, que são primeiramente entender o conceito central relacionado ao assunto; e complementarmente, visualizar a interação, de um modo geral, das indústrias criativas com a economia como um todo.

3 METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de caráter qualitativo, que utiliza como método a pesquisa bibliográfica, que segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 158), “é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”. Segundo Prodanov e Freitas (2013), este tipo de pesquisa permite que se tenha um primeiro conhecimento a respeito de determinado problema, com vistas a conhecê-lo e assim permitir novas pesquisas, estas mais aprofundadas.

Tendo em vista que a intenção desta pesquisa é simplesmente obter uma visão geral em torno do tema proposto, acredita-se que a utilização de fontes já conhecidas e com discussões já realizadas em torno das indústrias criativas, será possível atingir os objetivos deste estudo, já que será possível realizar a construção de um entendimento baseado em fontes diversas de conteúdo.

4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A seguir são apresentados três itens que baseiam-se na literatura já existente para a que possa ser feita a construção dos entendimentos necessários à realização deste estudo. Tais itens referem-se aos seguintes aspectos: conceituação e histórico da economia criativa; identificação do papel e importância da economia criativa na sociedade e na economia em geral; e uma breve visão a respeito da realidade das indústrias criativas e o tratamento dado às mesmas no Brasil.

4.1 ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITO E HISTÓRICO

Conforme apresentado no Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I, organizado por Valiati e Fialho (2017), com a queda do modelo fordista (voltado para a produtividade, assim como seus antecessores), que foi predominante até meados de 1970, abriu-se no mundo, de um modo geral, espaços para o desenvolvimento de uma nova forma de economia, agora baseada no uso do conhecimento e da criatividade.

Tal enfoque, voltado para a produção intelectual, naturalmente representou um processo até seu amadurecimento, e não algo imediato, apesar de sua grande velocidade. Só a partir da década de 1990 é que o assunto ganhou maior intensidade (MORELLI-MENDES; ALMEIDA, 2016): como é exposto por Pinto e Afonso (2013), no final de tal década o Reino Unido, através de seu Departamento de Cultura, Mídia e Esportes, foi precursor ao realizar o primeiro mapeamento voltado para as indústrias criativas. Ainda de acordo com Pinto e Afonso (2013, p. 1), “um dos objetivos era mostrar que estas vão além do papel fundamental da cultura e que possuem um vasto potencial de geração de empregos e riqueza”.

Apesar do recém apresentado, é importante que se saiba que, embora as abordagens sobre atividades econômicas que se utilizam da criatividade e do conhecimento sejam recentes, verifica-se a existência de tais atividades há bem mais tempo que apenas nas últimas décadas. Madeira (2014, p. 41), por exemplo, apresenta que “no que tange à contribuição da cultura para a economia, as primeiras indústrias que lidam com transmissão de informações e entretenimento nasceram há pouco mais de 100 anos (...)”.

Em relação ao termo mais utilizado até os dias atuais para se relacionar a tais atividades, denominado Economia Criativa, Pinheiro e Barth (2016, p. 134) afirmam que o mesmo “foi originalmente proposto por Howkins, no livro *The Creative Economy*, ou *A Economia Criativa*, publicado em 2001”. Isto é também comentado no Relatório da Economia Criativa de 2013 da UNESCO (2013), no qual é comentado que tal autor aplicou o termo Economia Criativa a quinze indústrias diferentes, que se estendem desde o campo das artes até as atividades na área de tecnologia. Entretanto, Kon (2016) afirma que tal conceito foi utilizado pela primeira vez no relatório australiano denominado “Creative Nation” (Nação Criativa, em tradução livre), de 1994, sendo que a noção de indústrias criativas começou a ser discutida somente a partir de 1997. Mas independente do exato momento em que o assunto começou a efetivamente ser discutido, pode-se verificar, a partir do recém exposto, que as discussões acerca do mesmo são bastante recentes, remetendo-se principalmente às duas últimas décadas.

Sobre a efetiva definição de Economia Criativa, pode-se dizer que “é, ainda, um conceito em evolução, e ao redor do mundo são apresentadas diferentes definições e formas de mensuração e caracterização” (IPEA, 2013, p. 7). Pinheiro e Barth (2016, p. 134) afirmam que Economia Criativa representa “um conjunto de atividades, bens ou serviços, que combinam natureza econômica e cultural”. Ou seja, tal como apresentado até aqui, é simplesmente o conjunto de atividades que participam das trocas econômicas utilizando-se de capital intelectual para a obtenção do produto objeto de tais negociações.

Por fim, é importante comentar sobre as principais áreas que representam a economia criativa. Conforme a Unesco (2013), existem inúmeras abordagens quanto a isto, de modo que

ainda não há um consenso real em relação a uma caracterização específica das profissões criativas.

Em relação ao Brasil, o Sistema FIRJAN, entidade autora dos mapeamentos da indústria criativa no Brasil utiliza-se de 13 segmentos, baseados na abordagem da UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), órgão ligado à ONU. São elas: arquitetura e engenharia, artes, artes cênicas, biotecnologia, design, expressões culturais, filme e vídeo, mercado editorial, moda, música, pesquisa e desenvolvimento, publicidade e software e, por último, computação e telecom (PINTO; AFONSO, 2013).

4.2 PARTICIPAÇÃO DA CRIATIVIDADE NA ECONOMIA TOTAL

Sobre a presença efetiva na economia mundial, pode-se dizer que, de acordo com Nicolaci-da-Costa (2014), ao mencionar dados da UNCTAD, o comércio mundial baseado na criatividade, nos primeiros anos do século XXI apresentou um crescimento de mais de 8% ao ano. A UNESCO (2013), referindo-se ainda ao autor recém citado Howkins, apresenta que o mesmo, em seus estudos, estimou que no ano de 2000 as atividades relacionadas à criatividade tinham sido responsáveis pela movimentação de mais de dois trilhões de dólares no mundo inteiro.

Pinto e Afonso (2013), ao mencionarem dados de um estudo feito em 2008 pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, apresentam que as exportações mundiais relacionadas a indústrias criativas superavam, à época, a cifra de US\$ 500 bilhões.

Visualizando-se, por exemplo, dados relacionados à Austrália, país recém apresentado neste estudo e que figura entre um dos precursores na abordagem da economia criativa, tem-se:

“Em termos de resultados econômicos, a indústria criativa da Austrália contribuiu com \$ 31,1 bilhões no período 2008-2009, com crescimento real na ordem de 3,9%, que se mantém superior em relação ao desempenho global da economia nos últimos dez anos. A indústria criativa, conforme estimativas baseadas no senso de 2006, ocupava 438 mil pessoas, o que corresponde a 4,8% da mão de obra empregada. De modo geral, o desenvolvimento de software e de conteúdo interativo está em posição dominante, com 43% da receita industrial, e ocupa 39% da mão de obra do setor.” (PROCOPIUCK; FREDER, 2013, p. 22).

Apesar disso, há de se saber também que, além dos números recém apresentados, certamente na realidade os mesmos são expressivamente superiores. Isto porque, conforme comentado pela Unesco (2013), grande parte dos profissionais criativos, principalmente nos países em desenvolvimento, como no Brasil, encontram-se atuando na informalidade, dificultando assim uma mensuração mais exata a respeito destes mercados e seus profissionais.

4.3 ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Conforme dados do Sistema FIRJAN (2016, p. 13), a indústria criativa no Brasil, desde 2004, tem apresentado um crescimento praticamente ininterrupto em sua participação no Produto Interno Bruto brasileiro, de modo que em 2015 chegou ao patamar de 2,64% de participação. Isto pode ser visualizado, de forma mais detalhada, na figura 1, apresentada a seguir.

Figura 1 – Participação das indústrias criativas no PIB Brasileiro



Fonte: elaborado pelo autor, com dados de Sistema FIRJAN (2016).

Como se pode verificar, ao longo dos últimos anos, apenas em uma ocasião houve uma queda na participação das atividades criativas na totalidade do Produto Interno Bruto do país: em 2007. Ainda assim, tal queda foi de menos de 3% em relação ao ano anterior.

Apesar de tal crescimento constante proveniente nos últimos anos, é importante se saber que o país não utiliza, ainda, de forma efetiva suas potencialidades no que se refere às atividades econômicas baseadas na criatividade. Um exemplo disso, comentado por Kon (2016), é no campo da cultura: apesar o país ser reconhecido por sua diversidade e riqueza cultural e no que se refere ao seu potencial criativo, o mesmo ainda apresenta-se em desenvolvimento no que se refere às indústrias criativas. Quanto a isso, é interessante verificar o seguinte comentário:

“(...) as possibilidades de avanço na adoção de medidas de incentivo e de fortalecimento de iniciativas presentes na Indústria Criativa brasileira esbarram no processo de reconhecimento efetivo de suas potencialidades e desdobramentos, bem como na ausência de estudos e informações que consolidem a Economia Criativa como aquela capaz de promover desenvolvimento econômico, social e cultural, equitativo, inclusivo e sustentável.” (PACHECO; BENINI, 2015, p. 123).

Por fim, a fim de curiosidade, é interessante comentar que em relação à distribuição de profissionais por região, verifica-se que há uma maior concentração de profissionais no Sul e Sudeste do país, conforme é apresentado por Procopiuck e Freder (2013) com dados de Machado (2012).

5 CONCLUSÃO

Com base nas informações e conceitos obtidos a partir deste estudo, é possível concluir, absolutamente, que as indústrias de caráter criativo, ou seja, que se utilizam do capital intelectual para criar e agregar valor a produtos e serviços, estão cada vez mais recebendo maior atenção por parte de importantes organizações ao redor do mundo e, principalmente, da sociedade em geral e dos governos de inúmeros países, o que permite vislumbrar, no futuro, cada vez mais ações que promovam uma maior capacidade produtiva e uma maior participação de profissionais nesse mercado de trabalho.

Tendo em vista isso, é interessante que sejam feitos novos estudos, de aprofundamento a respeito do assunto, principalmente no que tange à realidade brasileira, nos enfoques de produção e geração de riqueza ao país, bem como em relação à realidade atual do país no que se refere a emprego, remuneração média e distribuição dos profissionais por profissão e região e ao longo do país, a fim de que se possa conhecer de forma consistente a realidade brasileira.

REFERÊNCIAS

IPEA. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Texto para Discussão. Rio de Janeiro: IPEA, 2013

KON, Anita. On the creative economy chain in Brazil: potential and challenges. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 36, n. 1, p.168-189, mar. 2016. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0101-31572016v36n01a10>.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**: Brasília: FUNAG, 2014. Disponível em: <<http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORELLI-MENDES, Cleber; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de. O desenvolvimento da economia criativa no Brasil: uma perspectiva da indústria cinematográfica brasileira. **Verso e Reverso**, s/l, v. 30, n. 75, p. 196-207, set. 2016.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Economia Criativa, a Web 2.0 e o Vírus da Exposição de Talentos. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 34, n. 4, p.955-970, out. 2014.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira; BARTH, Mauricio (Org.). **Indústrias Criativas**. Novo Hamburgo: Feevale, 2016.

PINTO, Gabriel Bicharra Santini; AFONSO, Marcio Felipe de Araujo Lima. O mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. **REDIGE**. s/l. v. 4, jul. 2013.

PROCOPIUCK, Mario; Freder, Schirlei Mari. Políticas públicas de fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**. s/l. v.2, n.2, p. 15-29, jul-dez. 2013.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do Trabalho Científico: **Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

SISTEMA FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2016.

UNESCO. Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways. New York: UNDP, 2013. Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2017.

VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento (Org.). **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.