

José Cláudio Rocha [\[1\]](#)

1. 1. Introdução

A universidade pública tem sido buscada pelos setores públicos com frequência para responder aos desafios que a pós-modernidade está impondo as economias nacionais. Em um cenário de crise da economia tradicional, setores como a economia verde e a economia criativa ganham importância já que podem gerar muitos recursos e postos de trabalhos. O presente artigo traz uma breve análise desse cenário colocando as possibilidades e desafios para as

universidades no que diz respeito ao apoio ao Estado no desenvolvimento dessas novas iniciativas, já que uma política estadual de apoio e fomento à indústria criativa, sem a menor dúvida, terá uma grande capacidade de gerar desenvolvimento humano, econômico e social sustentável, potencializando a economia criativa, considerando a grande tradição e experiência no campo da cultura em nosso estado.

Indústrias criativas, economia criativa, cidades criativas, empreendedorismo criativo, a cada dia falamos mais de criatividade hoje. Isso ocorre

porque o mundo mudou, a globalização, as tecnologias digitais, as empresas se locomovendo de um ponto a outro do planeta, tudo isso tem mudado a lógica das

economias e afetado a vida das pessoas, tornando a criatividade o centro da diferenciação dos produtos, dos serviços, das cidades e daquilo que nós fazemos no

dia a dia.

Eventos esportivos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, culturais como o carnaval baiano, o carnaval fora de época (micaretas) e o São João, assim como, toda a atividade cultural e artística do Estado, são elementos que indicam um campo fértil para o desenvolvimento dessa indústria na Bahia que apresenta significativos indicadores na geração de competitividade, empregos, remuneração, exportações divisas para o país.

As universidades baianas, em especial, a UNEB podem colaborar muito para o desenvolvimento deste setor da economia, seja do ponto de vista da formação de profissionais, seja do ponto de vista do desenvolvimento de pesquisas aplicadas para o desenvolvimento de produtos e serviços com esse foco. Com isso, a criatividade que é uma característica marcante a cultura baiana, passa a ser um importante ativo da economia estadual e nacional.

2. Antecedentes históricos

A globalização e o avanço das tecnologias de comunicação e informação têm favorecido a emergência de um novo modelo econômico baseado na sociedade do conhecimento. Nesse novo paradigma a criatividade e a inovação tornam-se os principais ingredientes no processo de diferenciação dos produtos e serviços.

Os setores tradicionais da economia estão diminuindo, a crise econômica da Europa não é uma crise de escassez de recursos, mas uma crise de excedente de capital que não encontra na economia convencional espaço para sua reprodução e ampliação. Com isso, as nações no mundo inteiro necessitam buscar desenvolver novas áreas e novos mercados que apoiem o seu desenvolvimento.

Este cenário tem sido propício à ascensão das idéias em torno da economia criativa, em especial, da indústria criativa. A idéia de indústria criativa tem origem na chamada indústria cultural ou indústria da imaginação, mas com um avanço em termos de seu alcance. A indústria cultural sempre foi relevante para a economia,

porém era compreendida de forma fragmentada, não sendo consideradas as suas conexões.

Existia a indústria da música, a indústria dos filmes, a indústrias da produção de espetáculos, porém cada um desses segmentos era estudado individualmente, não sendo considerados

muito importantes para despertar o interesse do poder público.

Um momento crucial dessa mudança de paradigma foi quando nos anos 90 na Inglaterra, o Partido Trabalhista, frente à crise nos setores tradicionais da

economia, constatou que as exportações da indústria da música eram maiores do que

a da indústria automobilística pela qual a Grã-Bretanha era muito conhecida. Com isso

o poder público despertou para a importância das indústrias culturais compreendidas

não de forma isolada, mas em seu conjunto. A compreensão desse setor da economia

em toda a sua complexidade revelou uma série de conexões entre os diversos atores

que trabalhavam freqüentemente em um mesmo projeto. O produtor de um vídeo,

tinha uma conexão com o músico, que por sua vez mantinha outra conexão com o

fornecedor de instrumentos musicais, que mantinha conexões com a indústria de

design e assim por diante.

A economia e a indústria criativa que já prosperavam há décadas passaram a receber do Estado uma maior atenção, visibilidade e financiamento público, consideradas agora indústrias importante para o futuro do país, as atividades culturais e artísticas não só eram desejáveis, como faziam parte intrínseca e necessária de um país saudável e bem sucedido. E as indústrias criativas (dando ênfase a palavra

indústria), com o avanço das tecnologias digitais, são uma parte necessária do futuro

da economia de um país.

3. Indústrias criativas

O conceito emergente de indústria criativa que interliga a criatividade, a arte, o negócio e a tecnologia ainda não é consensual, devido à complexidade que está na origem desse fenômeno, mas a indústria criativa é conceituada pelo *Department for Culture, Media and Sport* na Inglaterra como as indústrias que têm sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual

[\[2\]](#)

A indústria criativa abrange todos os setores da vida baseados na

criatividade e engenhosidade com foco nas produções culturais e criativas. Abrange

todas as áreas que tradicionalmente chamamos de arte e/ou cultura como espetáculos, músicas etc. Há também um conjunto de atividades que não são necessariamente entendidas como artes, mas que têm muito de criatividade como a

publicidade e o designer que estão ligados diretamente a indústria cinematográfica e

aos games.

Existem novas áreas de empreendimentos artísticos que certamente são muito importantes para a indústria criativa, o conceito inclui um grande leque de

atividades que apresenta grande diversidade entre si: arquitetura; artes performativas;

artes visuais e antiguidades; artesanato e joalheria; cinema, vídeo e audiovisual; design

e design de moda; edição, música, publicidade; softwares e serviços de informática;

softwares educacionais, softwares de entretenimento e games; televisão e rádio;

instrumentos musicais; estúdios de gravação; gráficas; equipamentos de sonorização e

iluminação profissional entre outros.

A indústria criativa não é algo inteiramente novo, contudo, há um novo olhar sobre esse setor que busca compreender essa atividade econômica em toda a sua complexidade, melhorando as políticas públicas de apoio e fomento a criatividade como um recurso e como um valor agregado para a economia em geral.

Essa indústria permite que as pessoas tenham uma relação mais tangível com uma série de atividades, tornando-as capazes de encontrar caminhos para usar a criatividade, como uma fonte direta de valor para a economia, para a comunidade e a

sociedade em geral. A indústria criativa trabalha com setores que são diretamente

ligados a criatividade humana, único fator de produção que está uniformemente

distribuído pelo mundo.

A indústria criativa parte de três princípios básicos: O primeiro princípio diz respeito à universalidade da criatividade, ou seja, todas as pessoas são criativas e podem explorar seu potencial. O segundo diz respeito à liberdade, isto é, a criatividade precisa de liberdade para que a inspiração, a imaginação interior possa ser exteriorizada para toda a sociedade. Por fim, o terceiro princípio diz respeito a que a criatividade deve ser exercida em mercados comerciais, abertos e justos com respeito à propriedade intelectual. A indústria criativa se adequadamente financiada pode aumentar a competitividade e o diferencial para as cidades, para o estado e para a nação.

4. Indústria criativa e o local

Cabe um destaque ainda na relação entre a indústria criativa e a cultura local, existe uma conexão intrínseca entre a indústria criativa e a cultura local, quando falamos em diferenciação de produtos e serviços, a primeira resposta é como a cultura local pode influenciar no processo de diferenciação desses produtos e serviços, o que existe de especial, de singular o que faz de uma cidade, de um produto ou de um serviço diferente é a cultura local, o conhecimento envolvido e a criatividade. A indústria criativa tem base nesses três elementos que associados a tecnologia digital transformam o que era antes só cultura em um produto ou serviço que pode ser comercializado, com alto valor agregado. Já que são muito procurados. Esse setor precisa ser pensado de forma estratégica, porque se apresenta como um setor com alta empregabilidade, geração de exportações e competitividade na indústria.

A cadeia da indústria criativa no Brasil – que reúne os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e o capital intelectual como insumos primários – apresenta um poder multiplicador de alto valor agregado. Essa cadeia é dividida em três setores: núcleo criativo, atividades relacionadas e pólo de apoio. Os dados apresentados dizem respeito só ao núcleo criativo. No Brasil, a renda média dos trabalhadores brasileiro da indústria criativa passou de R\$ 1.663 em 2006 para R\$ 2.296 em 2010, o equivalente a um crescimento real de 13%, acima da média brasileira que foi de 11%, ou R\$ 1.588. O Rio de Janeiro se apresenta como o Estado da Federação com os maiores salários (R\$ 3.014) para a economia criativa, seguido de São Paulo (R\$ 2.775) para uma média mensal. A Bahia ocupa a 10ª posição com salários no valor de R\$ 1.588.

Em relação ao número de trabalhadores nas atividades da indústria

criativa, o total no Brasil saltou de 599 mil para 771 mil entre 2006 a 2010. O número

de empregados criativos cresceu em média 8,5% ao ano, num total de 29% em quatro

anos, ritmo mais acelerado que o mercado de trabalho brasileiro em geral (5,8% ao

a.a. ou 25% no período). A indústria criativa de base tecnológica apresentou o maior

saldo de contratações nesses últimos quatro ano (86 mil novos empregados), mantendo-se como maior empregador do país em relação a indústria criativa (328 mil

empregador em 2010). Com a remuneração e empregados crescendo acima da média,

as atividades da industria criativa ganharam maior representatividade na economia

nacional.

Enquanto em 2006 respondiam por 2,4 do PIB, em 2010 alcançou a

participação de 2,5,% em termos nominais, a industria criativa movimentou R\$ 93 bilhões na economia brasileira em 2010 [3] .

DEAPARMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. Disponível em <http://www.culture.tgov.uk>
acesso em 27.11.2012.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). Relatório sobre a cadeia produtiva da indústria criativa no Brasil, FIRJAN, Rio de Janeiro, 2011, *mimeo*.

ROCHA, José Cláudio. Indústrias Criativas. Nota técnica elaborada para o Secretário de Ciência, Tecnologia e Inovação, UNEB, Salvador, 2012

[1] O Autor é economista, advogado, mestre e doutor em educação. É Pró-Reitor de Pesquisa e Ensino de Pós-Graduação da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

[2] Disponível em <http://www.culture.gov.uk>.

[3] Relatório da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) sobre a cadeia produtiva da indústria criativa no Brasil, Edição de outubro de 2011.