## Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa

### Aula 10

## Economia criativa como oportunidade de negócio

**Objetivos Específicos** 

• Exemplificar como a Economia Criativa pode gerar negócios.

#### Temas -

Introdução

- 1 Introdução ao conceito de Economia
- 2 Conceito de Economia Criativa
- 3 Histórico
- 4 Princípios Norteadores
- 5 Indústrias Criativas e oportunidades de negócio

Considerações finais

Referências

**Professora Autora** 

Schirlei Mari Freder

## Introdução

A economia é diretamente influenciada pelas mudanças sociais e conceituais. Os eventos marcam grandes transformações nos mercados e como os indivíduos se comportam frente a eles. Por exemplo, as grandes recessões provocadas pelas guerras alteraram o comportamento tanto das pessoas, quanto do mercado e indústria. Durante esses períodos, as mulheres passaram a ocupar tarefas que, até então, somente eram realizadas por homens, porque eles estavam servindo seus países nos flancos; como decorrência, alterou-se as necessidades do mercado, novos produtos e serviços surgiram. A indústria da manufatura cresceu, a participação popular aumentou. Se, por um lado, na época a recessão podia ser percebida, por outro, a economia exigia a criação de novas soluções.

Estas mudanças continuam acontecendo impulsionadas algumas pela necessidade, outras decorrentes de oportunidades geradas pela criatividade, cultura, inovação e a valorização das artes.

A economia criativa é uma área da economia relativamente nova, ainda pouco explorada, mas que apresenta um horizonte muito promissor, cresce sua importância tanto no que se refere ao retorno financeiro, quanto a geração de oportunidades de emprego, inclusão social, valorização de aspectos culturais, artísticos, estéticos e sustentáveis, em uma união com a tecnologia, mídias e internet. Ela se apresenta como uma tendência globalizada, vários países compreendem a indústria criativa como grande potencial de valorização da própria cultura.

## 1 Introdução ao conceito de Economia

A economia pode ser compreendida como o estudo dos recursos limitados dos quais uma sociedade desfruta e possui, e que podem se tornar escassos e até finitos. Por outro lado, os desejos e as necessidades, das pessoas são ilimitados (MANKIW, 2009).

A economia pode ser compreendida como o estudo no qual uma sociedade desfruta dos recursos que possui, estes recursos são limitados, podem se tornar escassos e até finitos, ao contrário são os desejos e necessidades das pessoas, que são ilimitados (MANKIW, 2009).

Quando falamos em recursos, não são referidos somente o dinheiro ou algo que esteja relacionado às finanças, mas recursos naturais como: matéria-prima, água, madeira, pedras, entre outros; profissionais e bens territoriais. Estes recursos são limitados.

# Para pensar 🗜

A escassez não indica a falta de alguma coisa, mas evidencia que os recursos têm uma quantidade disponível, um exemplo é uma jazida de ferro ou manganês. Existe em locais específicos uma certa quantidade que poderá ser extraída. Esta quantidade é limitada e finita.

Alguns bens são chamados de "bens livres", considerados como um tipo de recurso que podemos dispor sem que tenhamos a preocupação com a sua escassez, temos o exemplo da luz do sol, ela pode ser utilizada sempre e continuará disponível, assim também os ventos, o ar (VERSIANI e REZENDE, 2012).

Historicamente podemos imaginar que nossos antepassados puderam usufruir de mais recursos naturais, pois caçavam, coletavam frutos e sementes, tinham água de melhor qualidade em abundância, não havia evidência de escassez; esta reflexão nos faz pensar que os bens livres estão se tornando também mais escassos, assim como, ar de boa qualidade.



Figura 1 - A ilusão da não escassez

Os bens econômicos, se caracterizam por recursos limitados, tem um valor de mercado atribuído a eles, podem ser negociados como base de troca, exemplo é a aquisição de um terreno, existe um valor estimado, segundo o local, dimensão, fatores em seu entorno que podem valorizá-lo mais ou menos, um terreno na praia tem mais valor, que um terreno com a mesma dimensão, em um local retirado, íngreme e sem infraestrutura, ou considerado perigoso.

Para o empreendedor é imprescindível que conheça seus recursos, como pretende investi-los, levando em conta os processos que a empresa precisa executar, como o fará, pois, os recursos são escassos, tanto os financeiros para investimento, quando os recursos que a empresa necessita dispor para produção de seus bens e serviços.

Fazemos escolhas todo o tempo, como indivíduos e como sociedade, optamos por uma nova TV, ou aplicar o valor em uma viagem ou poupança; coletivamente podemos fazer escolhas que poderão alterar o comportamento de empresas e do mercado, caso deixemos de adquirir produtos que são produzidos de forma a agredir o meio ambiente, assim as empresas irão procurar realizar processos e produtos mais conscientes.

A economia procura estudar o processo de escolha das pessoas, como elas tomam decisões, para Mankiw (2009), existem 10 princípios que são:

**Primeiro princípio** – As pessoas fazem escolhas conflitantes, adquirem um recurso, mas perdem outro; exemplo na padaria você adquire o pão, mas perde dinheiro na sua aquisição.

**Segundo princípio** – O valor de algo corresponde ao benefício que ele possa proporcionar; exemplo é o investimento que se faz ao cursar uma faculdade, comparado ao salário que você deixa de receber por este período, e que irá receber após sua formação.

**Terceiro princípio** – As pessoas que utilizam a razão, contabilizam as margens de lucro; exemplo uma empresa adquire um lote de camisetas para revendê-las, calcula uma margem de lucro em 100%, mas em função de uma oportunidade, decide comercializá-la com desconto de 20%, ainda assim terá um lucro de 80%. Este princípio também está ligado a recursos que estão sendo oferecidos em abundância, acabam perdendo o valor, ao contrário daqueles que são pouco oferecidos e possuem muitas pessoas querendo adquiri-lo, logo seu valor aumenta.

**Quarto princípio** – os incentivos fazem com que as pessoas reajam, exemplo é o preço da carne com o grande aumento que sofreu, as pessoas optaram por comprar menos o produto e substituíram por outras ofertas com valor menor como o frango.

**Quinto princípio** – o comércio é estimulado pela concorrência, promovendo melhoria constante nos produtos e serviços e o valor estimado por eles; exemplo é a competitividade de dois restaurantes que oferecem almoço por quilo, localizados no mesmo bairro, eles possuem o desafio de oferecer um cardápio variado, de qualidade, ambiente limpo, agradável e preços convidativos, esta concorrência favorece o consumidor.

**Sexto princípio** — o mercado consumidor não deve ser controlado, ele próprio se organiza e as empresas observando suas alterações e comportamentos, poderão organizar suas atividades econômicas; exemplo pode ser considerado o Brasil que em 2013, teve os valores da energia elétrica controlados pelo governo, com descontos e tarifas menores, em 2015 houve um aumento das taxas e percentuais dos valores tarifados chegando a 30%, o período de controle do governo apresentou prejuízos nas empresas que produzem energia elétrica e fazem sua distribuição, este défice foi repassado para os consumidores, que tiveram que arcar com uma estratégia de controle mal sucedida do governo.

**Sétimo princípio** – as políticas públicas podem contribuir para a melhoria das ofertas e demandas do mercado; exemplo é quando uma empresa detém o poder total de oferecer um determinado produto no mercado, assim, não existe concorrência e poderá elevar preços. Com políticas públicas, isto poderá ser evitado, considerando o estabelecimento de regras, evitando assim abusos e mantendo a concorrência.

**Oitavo princípio** – a capacidade de produzir bens e serviços num país, corresponde ao padrão de vida de sua população; exemplo são países que se encontram em grande desenvolvimento científico e tecnológico, como a Suíça e Dinamarca, possui uma população com estilo e padrão de vida de qualidade.

**Nono princípio** – o aumento de preços corresponde diretamente a emissão de moeda pelo governo. Com maior número de notas no mercado, está se desvaloriza, gerando uma perda em seu valor de compra, este é considerado o princípio da inflação.

**Décimo princípio** – a inflação e o desemprego são enfrentados pela sociedade de forma cíclica e em prazos não muito longos, em situações de recessão econômica, vê-se além da perda do valor da moeda, diminuição do consumo, assim, pode gerar diminuição dos postos de trabalho. Quando a economia se estabiliza e retorna o crescimento, abre-se novas oportunidades de trabalho e poder de compra.

# Para saber mais 🧿

Para uma visão mais abrangente sobre a economia e os fatores que a influenciam, uma dica são vídeos de palestras sobre o tema, como a que está indicada na Midiateca da disciplina. Visite e tenha acesso ao link.

### 2 Conceito de Economia Criativa

Quando um modelo de negócio é desenvolvido em uma área onde utiliza-se o conhecimento, a criatividade e capital intelectual com o objetivo de gerar trabalho e renda, chamamos de economia criativa (VICTORINO e PEZZONI, 2015).

A economia dita tradicional esta alicerçada na produção industrial de manufatura, agricultura e comércio, enquanto que a economia criativa visa a valorização das potencialidades coletivas ou individuais, gerando produtos e serviços criativos, diferenciados e singulares. As atividades desenvolvidas por este setor da economia, baseiam-se no conhecimento e, consequentemente, produzem bens tangíveis e intangíveis, com conteúdos artísticos, estéticos, intelectuais, criativos de grande valor econômico.

As atividades associadas aos setores criativos foram catalogadas em núcleos e categorias, para auxiliar sua identificação, na figura abaixo estão listados os chamados setores criativos nucleares em macro categorias e as suas respectivas atividades associadas, segundo estudo e relatório da UNESCO (SEC 2012, apud UNESCO 2009).

Quadro 1 - Atividades associadas aos setores Criativos

Setores Criativos Nucleares Macrocategorias	Atividades associadas
A. Patrimônio natural e cultural	Museus, Sítios históricos e arqueológicos, Paisagens culturais, Patrimônio natural.
B. Espetáculos e celebrações	Artes de espetáculo, Festas e festivais, Feiras.
C. Artes visuais e artesanato	Pintura, Escultura, Fotografia, Artesanato.
D. Livros e periódicos	Livros, Jornais e revistas, Outros materiais impressos, Bibliotecas (incluindo as virtuais), Feiras do livro.
E. Audiovisual e mídias interativas	Cinema e vídeo, TV e rádio (incluindo internet), Internet podcasting, Videogames (incluindo online).
F. Design e serviços criativos	Design de moda, Design gráfico, Design de interiores, Design paisagístico, Serviços de arquitetura, Serviços de publicidade.

#### Adaptado de: Secretaria de Economia Criativa (2012 apud UNESCO, 2009)

Esta forma de empreendedorismo repensa as relações sociais, econômicas e sustentáveis, como uma iniciativa transformadora que visa utilizar a criatividade e a partir dela gerar resultados, conferindo a multidisciplinaridade um papel relevante para sua execução.



A indústria criativa, demanda a necessidade da propriedade intelectual e reconhecimento de direitos, como está vinculada a criação de bens e produtos com valores, nem sempre facilmente mensuráveis, requer a proteção do potencial de originalidade (SEC, 2012). Esta nova forma de empreender gera a necessidade de repensar a educação, promovendo a valorização e incentivo a criatividade, a cultura, as artes e, assim, a economia criativa consegue requalificar as disciplinas que visam estimular o senso estético, o fazer artístico, criar novas soluções para o coletivo, exercitar a imaginação, com o objetivo de criar novas formas de ver, interpretar e solucionar problemas cotidianos.

Entre as suas características está, promover a cultura como fonte de estímulo; resgatar técnicas artesanais, gastronomia típica e o conhecimento de povos e culturas; promover a valorização da autenticidade, da originalidade e das características regionais e únicas, que não podem ser imitadas e possuem imensurável valor. Aliado à tecnologia e comunicandose por meio das mídias, ela abre novas fronteiras, utilizando a internet, poderá fomentar a criação e desenvolvimento da indústria criativa.

### 3 Histórico

O início dos debates sobre o tema Economia Criativa, surgiram por volta de 1990 de forma sistemática. A partir de 1995, a comunicação, a internet, e as tecnologias da informação, tornaram-se parte das discussões pertinentes deste tema no G7¹. Posteriormente em fóruns da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), também da ONU. Destas discussões surgiram conceitos associados como: de economia do conhecimento, indústria cultural, ou ainda, indústria criativa, representando uma nova forma da economia pós-industrial (MADEIRA, 2014).

As discussões sobre economia criativa são relativamente recentes, seu início tem sido identificado e datado a partir do discurso do primeiro ministro da Austrália intitulado "Nação Criativa" (*Creative Nation*) de 1994, em que era exposto a importância de empreender por meio das oportunidades geradas pela globalização e pelas as mídias digitais, usando a comunicação e a criatividade das pessoas para gerar riquezas e desenvolvimento para o país (REIS, 2008).

Segundo Reis (2008), em 1997 Tony Blair, primeiro ministro do Reino Unido, com o objetivo de fortalecer a economia inglesa frente a competitividade global, incumbe a uma equipe multisetorial a tarefa de analisar as tendências do mercado, identificando onde o país apresentava vantagens competitivas, por meio de seu potencial criativo e inovado ar, tendo em vista geração de novas frentes setoriais para o mercado.

O autor Howkins (2001), difundiu o conceito e fundamentos da economia criativa, através da publicação " *The creative economy: how people make money from ideas*", traduzindo A economia criativa: como as pessoas podem ganhar dinheiro com ideias, que enfatizava que esta é uma maneira das pessoas ganharem dinheiro com suas ideias. Ainda no mesmo ano, o assunto foi destaque na Conferência das Nações Unidas sobre os Países Menos Avançados. Foram analisadas 50 economias que apresentavam maiores índices de vulnerabilidade do mundo. A partir deste evento foram criados programas em prol ao desenvolvimento de países da África, Ásia, América Latina, Caribe, com a premissa de utilizar o potencial cultural e promover melhorias sociais e econômicas (REIS, 2008).

A ONU em parceria com a UNESCO, tem procurado difundir estudos e análises de setores chamados criativos desde 2009, conseguindo sistematizar ações para que os países incorporem os conceitos provenientes desta nova economia, sugerindo políticas públicas, através de demonstrativos de aumento da qualidade de vida, significativa contribuição ao PIB dos países e a necessidade do investimento em educação e valorização da cultura (SEC, 2012 apud UNESCO, 2009).

<sup>1</sup> G7 corresponde a um grupo internacional, de sete países considerados mais desenvolvidos e industrializados, que destacam-se na economia mundial. Os países que participam são: Estados Unidos, Alemanha, Canadá, França, Itália, Japão, Reino Unido.

No Brasil em 2005, iniciou-se a discussão e os primeiros passo em direção a economia criativa, a partir do I Fórum Internacional de Indústrias Criativas, no qual foram abordadas questões como a expansão dos mercados criativos e a promoção do conhecimento para o setor.

A economia criativa ganhou status oficial, com a formação da Secretaria da Economia Criativa, que integra o Ministério da Cultura desde 2011, e tem como missão orientar e planejar a implementação e o monitoramento de políticas públicas de desenvolvimento local e regional, apoiando os profissionais e as micro e pequenas empresas criativas do país.

## **4 Princípios Norteadores**

A economia criativa foi apontada pela Unesco (2010), como uma forma de impulsionar a economia e promover o desenvolvimento, por utilizar a criatividade, a cultura e as características sociais e regionais como matéria-prima na produção de bens e serviços com características de maior competitividade e originalidade.

Entre os benefícios gerais estão:

- Criação de empregos, exportação de produtos culturais e regionais, inclusão social, desenvolvimento humano;
- A integração da economia, cultura e os aspectos sociais, às tecnologias, propriedade intelectual e a promoção do turismo;
- Sistema de desenvolvimento econômico integrado as macro e microeconomias;
- Apoio e desenvolvimento da inovação com políticas multisetoriais.

Segundo o Relatório de Economia Criativa (UNESCO, 2013) em 2011, a economia criativa gerou no cenário mundial 624 bilhões de dólares em bens e serviços criativos, sendo o dobro do que foi gerado entre 2002 a 2011. Assim sendo, houve aumento de 12,1% de exportações do setor, somente de países em desenvolvimento. Pelo relatório, em que foram pesquisados 40 países, constatou-se que o segmento de atividades culturais contribuiu com 5,2% do PIB (Produto Interno Bruto). Como exemplo temos países como Bósnia e Herzegovina, com contribuição da indústria criativa em 5,7% do PIB, Equador com 5%, a Argentina com 3,5% e a Colômbia com a amostragem de 3,4%.

Os benefícios gerados pela economia criativa são apontados como: a significativa contribuição ao desenvolvimento social e econômico, grande potencial para promoção de bem-estar, autoestima e qualidade de vida sejam em comunidades, ou em relação aos próprios indivíduos; as atividades propostas são agradáveis e representam características únicas de cada região, estimulando a inclusão social e a sustentabilidade.

Considerando a diversidade cultural do Brasil, pensar numa economia criativa é considerar uma base rica e abundante de elementos e possibilidades, a criatividade brasileira é valorizada e reconhecida, reforçando a afirmação que promove a diversidade cultural como um criador de um mundo mais rico, com inúmeras possibilidades, e capacidade de nutrir a capacidade e valores humanos, possibilitando um desenvolvimento sustentável de comunidades (UNESCO, 2007 apud SEC 2012). Desta maneira a economia criativa brasileira foi construída sobre os princípios norteadores:

- Diversidade cultural, a economia criativa no Brasil deverá promover a valorização, proteção a diversidade cultural do país, garantindo sua forma original, força e potencial para crescimento.
- Sustentabilidade, para promover o desenvolvimento do país com menos impactos negativos ao meio ambiente e sociedade, com o uso consciente de matérias primas, valorização da cultura, recursos e belezas naturais e das características sociais;
- Inovação, os conceitos de inovação e economia criativa estão interligados, promover a inovação envolve o desenvolvimento de uma economia mais criativa, com incentivos e promoção das artes, cultura e artesanato;
- Inclusão social, promovendo oportunidades educacionais e capacitação profissional, o acesso à cultura é um dos pontos considerados fundamentais para a promoção da economia criativa. A criação de ambientes favoráveis a geração de projetos que promovam a inclusão produtiva, acesso a bens e serviços criativos produzidos no país.

No cenário nacional, o Brasil contou em 2011 com a contribuição de 2,7% do PIB, provenientes dos setores criativos, estes dados foram coletados pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2012). As informações estabelecem a posição do Brasil como um dos maiores produtores de criatividade dentro do mercado global, considerando países como Holanda, Espanha e Itália, assim como, revela que o país possui potencial para alcançar a expressividade da economia criativa, como o Reino Unido, Estados Unidos e França.

Segundo a Firjan (2012), o setor empregou em 2011, 810 mil profissionais representados como 1,7% dos trabalhadores formais do país, sendo setores de arquitetura e engenharia os mais requisitados, logo abaixo surgem os setores de Publicidade e Design com 100 mil representantes, a cadeia de Moda que representa 30% da indústria criativa no Brasil.

É importante atentar para estes dados, pois demonstra que a formação nestas áreas de conhecimento, arquitetura e urbanismo, turismo e hotelaria, engenharias, design, publicidade e propaganda, empreendedorismo e inovação, setores de moda, calçados e acessórios estão em plena expansão, e tendem a ser ótimas escolhas profissionais, pois a nova economia está valorizando cada vez mais profissionais criativos, com conhecimento multidisciplinar.

# Para saber mais 🧿

A Secretaria de Economia Criativa, disponibiliza para download seu Plano de Economia Criativa suas diretrizes e ações 2011 a 2014, bem construído e as estratégias de atuação são muito interessantes, para acessá-lo visite a midiateca da disciplina.

## 5 Indústrias Criativas e oportunidades de negócio

A economia criativa tornou-se uma forma promissora para a transformação do mundo atual, assim, afirma o Relatório de Economia Criativa (UNESCO, 2013). Este é considerado um dos setores que mais cresce pela visão econômica, por gerar renda, criar empregos e abrir fronteiras através da exportação, considerada a grande riqueza do século 21, a criatividade e a inovação de um grupo ou mesmo individual.

Em função destas perspectivas e tendências favoráveis do setor criativo a UNESCO (2010), recomenda algumas medidas para que os governos possam apoiar o crescimento da economia criativa, que são:

- analisar e identificar os impactos sociais e econômicos do setor, fornecendo apoio as pequenas e médias empresas;
- contrapor dados das indústrias criativas, com outras de setores diferenciados da economia;
- promover políticas para consolidar a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico.

Produtos criativos podem não estar restritos a somente a uma área ou segmento, exemplo são os eventos de Moda, além dos produtos como roupas, calçados e acessórios, que são o principal alvo na apresentação do evento; envolvem vários profissionais:

- profissionais de tecnologia, nas indústrias têxteis para o fornecimento de tecidos, pesquisa de cores e texturas, linhas, maquinário para produção das peças de vestuário, calçados e acessórios;
- profissionais da área de design, para desenvolver as peças, coleção, criar atmosfera pertinente ao evento;
- profissionais para ambientação como: arquitetos, paisagistas, engenheiros e designers;
- profissionais especialistas em linguagem visual, luzes, música, design gráfico, artes, fotografia, de comunicação e propaganda que desempenham sua atuação antes

na produção e planejamento, durante o evento e depois do evento comunicando nas mídias;

- profissionais da área de tecnologia da informação, especialistas em computação, onde criam formas de transmitir o evento em tempo real, disponibilizá-lo nos meios de comunicação e internet;
- profissionais nas áreas de planejamento e logística, que irão garantir o número de pessoas para cada espaço, necessidade de energia, água, suprimentos, relacionado ao tempo de duração do evento, transporte, estacionamento, segurança;

Todos estes profissionais transformam um desfile de moda, num grande espetáculo de criatividade, com várias áreas de conhecimento envolvidas.

O setor cada vez mais demonstra a capacidade de integrar várias áreas e conteúdos de linguagem, que são estimuladas pela introdução de novas tecnologias, integrando áreas e profissionais multidisciplinares, assim, o processo da economia criativa promove o constante movimento e desenvolvimento, através da transversalidade e intersetorialidade. Em resumo significa que os conhecimentos conseguem se interligar, entre as várias áreas (SEC, 2012).

Para que o poder público consiga implementar e articular políticas em prol da economia criativa, é necessário identificar os setores, seus atores e suas atividades, para poder promover qualificação e desenvolvimento adequados nas áreas de conhecimento necessários. Estas iniciativas devem acolher as vocações locais e regionais, normalmente fonte de grande expressão cultural.

As oportunidades de mercado com uma nova economia voltada para criatividade e inovação, apresentam a necessidade de promover novas ideias, pensar de forma diferenciada, elaborar novos modelos de negócios, utilizando processos e tecnologias inovadoras, valorizando e incentivando a criatividade, estabelecendo uma comunicação entre diversas áreas do conhecimento, desta forma, será possível ingressar neste setor promissor e de crescimento.

A economia criativa e a inovação caminham na mesma direção, uma das tendências desta nova forma de olhar e atuar neste setor da economia, é a inovação aberta que contempla a economia colaborativa, uma das formas que a indústria criativa opera. Abrir espaço para a colaboração de clientes, estudantes e profissionais pode tornar a experiência muito rica, além de promover o envolvimento e o surgimento de ideias e soluções criativas e inusitadas (NEWBIGIN, 2010).

O empreendedor criativo tem a facilidade de adentrar em ambientes econômicos colaborativos, talvez pela característica de empregar um grande número de pessoas jovens, e oferecer salários convidativos, além de criar pela própria dinâmica de atuação a necessidade de capacitação e qualificação.

A rotina da execução de tarefas na indústria criativa é estabelecida de forma diferenciada, a criatividade, originalidade e inovação deverão estar em pauta todos os dias, aliadas ao entusiasmo de fazer as ideias acontecerem, por isto, não se estabelece a formalidade tradicional de horas de trabalho, mas sim, a produtividade nas horas em que o trabalho está sendo realizado.

A nova economia que surge pela criatividade e inovação, também estabelece novas relações de trabalho, assim, podemos observar a crescente demanda de espaços colaborativos, chamados de *coworking*, onde várias iniciativas empreendedoras ocupam espaços, compartilhando alguns benefícios e estruturas, exemplos são: o espaço hub em São Paulo, que dispõe de toda estrutura para empresas e organizações realizarem, eventos, reuniões, encontros e capacitações; em Florianópolis destaca-se o Sitio, um espaço que surgiu para compartilhar o empreendedorismo no design, arte, comunicação, inovação, cinema e literatura, educação e coworking, um local de trabalho, de exposições, cursos e treinamentos, especialmente inspirador, em meio a natureza e a bela Lagoa da Conceição.

As startups e aceleradoras de empresas, são importantes formas de empreender e alavancar um negócio dentro da economia criativa, pois promovem através de vários incentivos, apoio técnico e de gestão, com a premissa de que a empresa possa estabelecer-se de forma dinâmica e rápida.

Para empreender nesta área criativa e multidisciplinar, é possível recorrer aos financiamentos coletivos também conhecidos como *crowdsourcing*, temos algumas plataformas disponíveis como: Catarse no Brasil, que possui em sua base de atuação, o financiamento de projetos que promovam a economia criativa e colaborativa, assim como, Kickstart considerada a maior plataforma para financiamento da inovação, com sede em Nova York.

Esta economia dinâmica e multidisciplinar, que busca a colaboração, o conhecimento que converge de várias áreas, também conta com um modelo de produção, chamado de *crowdsourcing* que tem como princípio a colaboração de vários profissionais, com formação e habilidades diferentes, em busca de uma solução para um problema, alternativas para se resolver um impasse, solução de problemas de produção, ou mesmo, em busca por criar novas tecnologias.

# Na prática 🛭

A internet é a base para a atuação do *crowdsourcing*, pois consegue convergir várias pessoas de locais próximos ou distantes. Um exemplo é quando o empreendedor lança em mídias de internet, a necessidade de criar uma logomarca para sua empresa, vários profissionais interessados poderão lançar seus esboços e ideias, para a solução do problema, e receber o valor estipulado. Outro exemplo, uma empresa que possui um problema em sua produção, necessita adaptar ou desenvolver uma nova tecnologia, abre um espaço colaborativo, algumas vezes as alternativas geradas e selecionadas como viáveis, são remuneradas outras voluntárias.

O conhecimento gerado, produz a integração entre várias áreas, promove profissionais qualificados com capacidade de trabalhar em equipe e dispostos a cooperação, com fundamentos éticos, sociais e sustentáveis.

## **Considerações finais**

Que grande potencial aponta a economia criativa, quantas atividades, projetos e iniciativas estão à espera de um empreendedor com visão e ousadia.

Promover a uma economia criativa, possui um significado mais amplo do que somente a produção de bens e serviços, é valorizar o conhecimento, a cultura, o artesanato e as artes. É conectar o ser humano a sua tradição e cultura, aos diferenciais de cada região e das comunidades. Enfim, é dar espaço para outras formas de empreender, de disponibilizar recursos e criar novas maneiras de gerar renda. Vimos que o tema, embora não seja recente, tem se difundido nos últimos anos, despontando com expressivas contribuições para a economia e o desenvolvimento de vários países. Deste modo é necessário que sejam criadas e estimuladas novas metodologias, programas, projetos e investimentos em políticas públicas para incrementar ainda mais este segmento promissor.

Construir esta aula foi muito desafiador e interessante, espero que tenha sido instigante para você também!

### Referências

FIRJAN. **Indústria Criativa** - Mapeamento da Indústria Criativa 2012. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2012.

HOWKINS, J. **The creative economy**: how people make money from ideas. London: Penguin Press, 2001.

IPEA — Panorama da economia criativa no Brasil. **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)**. Disponível em: <a href="http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013">http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013</a>. pdf> Acesso em: dez. 2015.

MANKIW, N.Gregory. Introdução à economia. São Paulo: Editora Cengage Learning, 5. ed. 2009.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa:** implicações e desafios para a política externa brasileira / Mariana Gonçalves Madeira. – Brasília: FUNAG, 2014. Acesso em: mar. 2016. <a href="http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf">http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf</a>.

NEWBIGIN, JOHN. **Série Economia Criativa e Cultural do British Council.** British Council London, Reino Unido, 2010. Disponível em: <a href="http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\_guide\_-\_Portuguese.pdf">http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\_guide\_-\_Portuguese.pdf</a> Acesso em: dez. 2015.

REIS, A. C. F. **Economia criativa:** como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

REIS, A. C. F.; KAGEYAMA P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de

Soluções, 2011. Disponível em: <a href="http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro">http://www.santander.com.br/portal/wps/gcm/package/cultura/livro</a> 70516/Livro Cidade s Criativas Perspectivas v1.pdf>. Acesso em: out. 2015.

SEC. **Plano da Secretaria da Economia Criativa:** políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2012.

UNESCO. Creative economy: report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

Relatório de Economia Criativa 2013 — Edição Especial — Ampliando os caminhos do desenvolvimento local, elaborado pela Organização das Nações Unidas para a Educação. Disponível em: <a href="http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf">http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf</a>>. Acesso em: dez. 2015.

VERSIANI F., R.; REZENDE B., P.; RODRIGUES P., C. **Alguns Conceitos Básicos, Introdução à Economia.** UNB, 2012. Disponível em: <a href="https://introducaoaeconomia.files.wordpress.com/2012/03/3-alguns-conceitos-bc3a1sicos.pdf">https://introducaoaeconomia.files.wordpress.com/2012/03/3-alguns-conceitos-bc3a1sicos.pdf</a> Acesso em: dez. 2015.

VICTORINO, VINÍCIUS; PEZZONI, CAROLINA. **Você já ouviu falar em economia criativa?** 2012. Disponível em: <a href="https://endeavor.org.br/voce-ja-ouviu-falar-em-economia-criativa/">https://endeavor.org.br/voce-ja-ouviu-falar-em-economia-criativa/</a>>. Acesso em: dez. 2015.