

Economia Criativa é destaque em diversas áreas

Há seis anos, um empresário dos Estados Unidos decidiu investir na criação de uma tecnologia capaz de reunir produtos que já existiam no mercado e eram bastante utilizados pelos consumidores - como a telefonia móvel, a câmera digital, o computador, a internet e o mp3 – e que pudessem ser inseridos e acionados em um aparelho com design diferenciado e com tela sensível ao toque. Assim nasceu o iPhone, produto criado por Steve Jobs por meio da empresa norte-americana Apple.

Hoje, o iPhone, que em breve terá sua quinta edição lançada ao mercado, é um dos aparelhos de telefonia móvel mais vendidos e símbolo de sofisticação e bom gosto. E a Apple, empresa que faz parte do setor de Economia Criativa, já é a mais admirada do mundo, mesmo depois da morte de seu fundador, Steve Jobs, no ano passado.

Muito além da imagem que se tem de empresas descoladas, formadas massivamente por jovens e com ambientes confortáveis e descontraídos, que alternam momentos de produção com momentos de diversão, a Economia Criativa é, atualmente, o foco do mercado mundial. “A criatividade humana é o que faz a diferença hoje no mercado. A economia criativa é vista como fundamental”, analisa a economicista Ana Carla Reis, doutora em Economia Criativa pela Universidade de São Paulo (USP).

Mas afinal, o que é Economia Criativa? “É a gestão criativa para gerar riquezas econômicas, culturais, entre outras”, resume Ana Carla. Com abrangência em diversas áreas, gerando empregos e investimentos públicos e privados em vários países, a Economia Criativa tem se estabelecido cada vez mais como possibilidade de movimentar, transformar e dinamizar o mercado, trazendo desenvolvimento econômico e social às regiões. Segundo uma pesquisa realizada em 2010 pela Fundação de Desenvolvimento Administrativo (FUNDAPE), a Economia Criativa já é responsável pela criação de 1,8% dos empregos formais no Brasil.

Novidade movimenta o mercado de Belém

Além de trabalhar com a criação de softwares – segmento mais conhecido e que mais recebe investimento por parte do governo, a Economia Criativa está presente em áreas como moda, design, arquitetura, ilustração, cenografia, música, comunicação, audiovisual, dentre outras. Embora ainda sejam pouco conhecidas e valorizadas, essas áreas possuem grande potencial criativo e estão em pleno crescimento no Brasil. E Belém não está de fora dessa nova realidade mercadológica. Empresas como a Libra Design, que trabalha com design, design gráfico e tecnologia para plataformas online e off-line, são exemplos dessa economia aqui na região Norte.

Há cinco anos atuando no mercado, a Libra conta hoje com sete profissionais, com faixa etária entre 21 e 28 anos, e trabalha com clientes que procuram um diferencial para suas empresas,

desde a identidade visual até ferramentas como as mídias sociais. Para manter-se no mercado, Adonai Cruz, sócio da Libra Design, explica que não é necessário dominar tudo sobre administração. “É preciso ter braços fortes para manter a empresa, muita perseverança e espírito empreendedor”, aconselha Adonai.

Por ser ainda recente, composta por pessoas jovens, a Libra sofre algumas vezes com a desconfiança dos clientes. “A gente compensa a falta de credibilidade com profissionalismo, criando laços com os clientes”, declara Adonai. E para melhorar o serviço que é oferecido, a empresa busca também investir nos talentos de seus funcionários. “Nós fazemos um esforço para que eles consigam atingir seus objetivos profissionais. Se a pessoa quer fazer direção de arte, por exemplo, nós ajudamos a desenvolver esse talento”, diz. Com horário flexível e um ambiente sem divisórias, a Libra mantém uma relação de proximidade entre os funcionários. “Nossa relação é bem mais pessoal, não tem hierarquização”, revela Adonai.

Outra empresa que atua nesse setor é a SB Virtual, que trabalha com mídias sociais, desenvolvimento de sites e email marketing. Há 2 anos e meio no mercado, a SB conta com uma equipe de cinco pessoas, com idades entre 19 e 28 anos. Para Luciano Santa Brígida, sócio da empresa, a chave para um bom negócio é o relacionamento. “Ainda há certa descrença com relação ao digital, mas o mercado tem mudado muito nos últimos anos, está em constante evolução. A educação para o mercado tem que estar disponível. Não basta só vender, temos um papel a cumprir para a sociedade”, explica.

Para ser bem sucedido e manter uma equipe unida, Luciano revela que a empresa tenta fazer com que os funcionários se sintam à vontade para trabalhar. “O que importa é o resultado dentro do prazo e não a presença física. Buscamos o comprometimento da equipe”, justifica.

Os perfis da Libra Design e da SB Virtual correspondem à maioria das empresas que atuam nesse segmento da economia. Nos últimos 10 anos, o empreendedorismo de jovens entre 18 e 24 cresceu 74%. Por terem mais energia, serem mais criativos, conectados e menos compromissados com o próprio sustento, esse público está mais propenso à inovação e à inserção na Economia Criativa. É cada vez maior o número de empresas criativas formadas por jovens que conseguem se estabelecer no mercado após dois anos, período considerado como o mais vulnerável à falência.

MOVIMENTO HOTSPOT

Recentemente foi lançado em Belém o Movimento HotSpot, realizado pelo Instituto Nacional de Moda e Design (IN-MOD) e patrocinado pela Vale. Com inscrições abertas até o dia 31 de agosto, o MHS busca conhecer novos talentos criativos em onze categorias: arquitetura, beleza, cenografia, design, design gráfico, filme e vídeo, fotografia, ideia, ilustração, moda e música. Para participar, basta criar gratuitamente um perfil no site www.movimentohotspot.com e inscrever um produto ou um projeto inovador para o mercado nacional em uma das categorias oferecidas. Cada vencedor, de cada categoria, receberá um prêmio no valor de R\$10 mil. Na categoria ideia, serão premiados os três melhores projetos e o primeiro lugar receberá um prêmio de até R\$200 mil para lançar sua ideia ao mercado.

MINC CRIA SECRETARIA

No início deste mês, a ministra da cultura, Ana de Hollanda, por meio do Ministério da Cultura (MinC) anunciou a criação do Observatório Brasileiro da Economia Criativa (Obec) com investimentos de até R\$12,4 milhões em estudos e pesquisas sobre o assunto. Com o objetivo

de produzir, reunir e difundir informações quantitativas e qualitativas sobre a Economia Criativa no Brasil, o Obec terá, até o final deste ano, 14 observatórios instalados nas cidades-sede da Copa do Mundo de 2014. Mesmo com todos esses investimentos e iniciativas para movimentar a Economia Criativa no país, Ana Carla Reis acredita que não basta o Brasil ser criativo. “É preciso investir em educação, ciência e tecnologia para que a economia criativa dê certo”, analisa. (Diário do Pará)