

Impulsionada por novas formas de financiamento e pelo potencial colaborativo das redes sociais, a economia criativa transforma ideias em dinheiro e já movimenta R\$ 110 bilhões no Brasil

SEJA CRIATIVO: PERGUNTE-NOS COMO

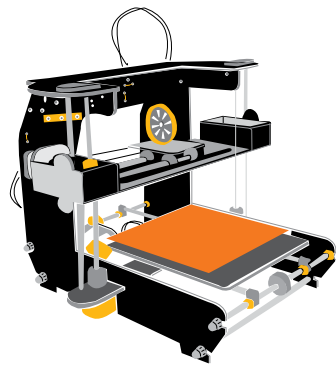
POR LUIZA TERPINS
FOTOS CLAUS LEHMANN

*Da esq. para a dir.,
os criadores da
impressora 3-D
Metamáquina:
Rodrigo Rodrigues,
Felipe Moura e
Felipe Sanches*



Reparou na engenhoca sob o braço do rapaz na página anterior? Ela é capaz de transformar um projeto no computador e uma bobina de plástico num objeto em horas. A Metamáquina, uma impressora 3-D de baixo custo criada pelos paulistas Felipe Sanches, 29 anos, Felipe Moura, 30, e Rodrigo Rodrigues, 27, é ao mesmo tempo exemplo e metáfora de um segmento da economia que tem as ideias como matéria-prima e se ocupa de torná-las realidade. Envolvendo áreas como tecnologia, moda, design, arquitetura, fotografia, música e artes, a economia criativa já conta com 200 mil empresas e movimenta R\$ 110 bilhões no Brasil, de acordo com levantamento feito em 2011 e divulgado no ano passado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan). Os números nos colocam entre os cinco maiores mercados da criatividade do mundo, à frente da Itália e da Espanha, por exemplo.

Criativas ou não, empresas não saem do papel – ou da bobina de plástico – sem dinheiro. Um dos fatores que fez o setor decolar nos últimos tempos no Brasil é o surgimento de novas formas de financiamento, como o crowdfunding. Por meio dessas plataformas on-line, um projeto estipula uma meta de arrecadação e, se ela for atingida, recebe o capital. Quem acreditou nele e doou recebe recompensas que podem ir de brindes a agradecimentos até o produto ou serviço em si. Foi assim que, no começo do ano passado, os criadores da Metamáquina conseguiram os R\$ 30 mil necessários para começar a desenrolar aquele fio de plástico. “O financiamento foi importante para vermos o interesse do público. Seis pessoas compraram a impressora antes de ela existir”, conta o desenvolvedor de software Felipe Sanches. A segunda versão da Metamáquina, vendida atualmente, custa R\$ 3.900, menos de



“Tenha disposição. Pode ser que a sua ideia não dê certo nas primeiras tentativas, então é importante persistir até rolar”

RODRIGO RODRIGUES, DA METAMÁQUINA

dois terços das importadas. O trio de empresários conseguiu baixar o preço porque recorre a material nacional e a software e hardware livres (podem ser usados, copiados ou alterados sem custos) que conheceram ao participar de fóruns de tecnologia pela Europa. A média de vendas está entre 15 e 25 máquinas por mês, a maioria para designers e arquitetos interessados em fazer seus protótipos e maquetes. Mas há muitas possibilidades de uso para animar os empreendedores. “Até o Hospital das Clínicas entrou em contato para imprimir em tamanho real uma veia aorta, que eles usariam num treinamento pré-cirúrgico. Tendo

o projeto em 3-D é possível imprimir qualquer coisa”, conta Felipe Moura, o matemático da turma.

Acelerados

Outra forma de se financiar é atrair investimentos por meios convencionais, o que requer planejamento, formalidades e contatos, que nem sempre são o forte dos criativos. “Os investidores precisam ser sensíveis às ideias, já que em alguns casos é nisso que eles apostam”, diz Ana Carla Fonseca, consultora da ONU sobre economia criativa. É para ajudar nessa etapa que existem as aceleradoras, empresas que são uma espécie de primas das incubadoras das faculdades,

“Reúna o melhor time possível. Escolha trabalhar com pessoas melhores que você, que se complementam. Não dá para fazer nada sozinho”

FREDERICO LACERDA, DA 21212



O “acelerador”
Frederico Lacerda,
da 21212

só que voltadas mais para a estruturação de um negócio do que para o desenvolvimento científico. Fundada há dois anos, a 21212 tem escritórios no Rio e em Nova York e trabalha apenas com empresas do meio digital. A procura para ser um dos apadrinhados é grande. “Por mês cerca de 40 empresas se inscrevem no nosso processo seletivo”, conta o publicitário Frederico Lacerda, 27, um dos fundadores da 21212. Ele e os cinco sócios escolhem as que têm potencial por meio de um longo processo, avaliando a proposta de negócio e as pessoas envolvidas. “Numa das últimas etapas de seleção nós passamos uma semana com a startup para ver o que ela precisa e se realmente podemos ajudar”, conta Lacerda.

As escolhidas recebem, por um período que varia de quatro a oito meses, um apoio de até R\$ 300 mil entre capital, verba de publicidade e serviços como hospedagem de site. Além disso, as empresas se instalam no prédio da aceleradora e têm executivos e empreendedores brasileiros e americanos como mentores. Ao final, além de se tornar sócia dos empreendimentos, a 21212 promove um evento para apresentá-los aos investidores. Entre as 27 empresas já aceleradas pela 21212 está a Queremos!, plataforma de financiamento coletivo feita para viabilizar shows em que os fãs – e não as produtoras – levarem o valor do cachê do artista e banquem a apresentação dele. “Nossas bandas favoritas não vinham para o Rio”, lembra o jornalista Bruno Natal, 35, um dos fundadores. “A ideia veio para resolver esse problema.” O primeiro show financiado pelo

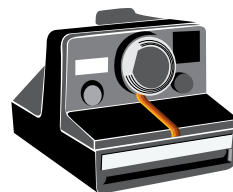
Queremos! foi o do grupo sueco Miike Snow, em 2010. Desde então, a empresa já viabilizou mais de 60 apresentações, entre elas as de artistas como Feist, Belle and Sebastian e The XX. “Quando a Queremos! chegou até nós, já estavam estabilizados no Rio. Nosso trabalho foi principalmente fortalecer a presença deles nas redes sociais e expandi-los para outras cidades e países”, afirma Frederico Lacerda, da 21212. Após seis meses de trabalho conjunto foi criada nos Estados Unidos a We Demand!, com escritórios em Nova York e em Los Angeles.

Todo mundo participa

Na economia criativa, é comum que as redes sociais não sejam apenas uma plataforma de divulgação. Elas servem também para que os usuários façam parte dos processos de criação. É essa a lógica por trás da Contente, agência criada pela jornalista Daniela Arrais, do blog *Don't touch my Moleskine*, e pela publicitária Luiza Voll, ambas de 30 anos. A empresa decolou com o

“Observe ao seu redor. Fique atento para o que as pessoas se interessam e, entre as opções, escolha empreender em algo que te agrada também”

DANIELA ARRAIS, DA CONTENTE



Daniela Arrais e Luiza Voll, as criadoras do Instamission



Tiago Mattos e Jean Rosier com seus alunos na unidade carioca da Perestroika



“Não gaste muito tempo e dinheiro no protótipo. Não adianta investir muito se você ainda não sabe se há interesse”

TIAGO MATTOS, DA PERESTROIKA

sucesso do Instamission, brincadeira que convoca os usuários do Instagram a postarem fotos de um tema diferente a cada semana. “Usávamos muito o Instagram logo que ele saiu, há três anos, e queríamos que as pessoas se empolgassem com o aplicativo também”, conta Daniela. A primeira missão, como elas chamam, pedia fotos de sorrisos e foi um sucesso. “Em poucas horas um monte de gente estava participando”, lembra a jornalista. Seis meses e 26 missões depois, elas começaram a receber ligações de marcas querendo realizar parcerias. “A gente nem sabia quanto cobrar”, brinca Daniela. Hoje o perfil conta com 29 mil seguidores, há mais de 200 mil fotos com a hashtag do projeto e, das mais de 140 missões que já aconteceram, 60 foram patrocinadas. Empresas como LG, Itaú e Pão de Açúcar participaram e deram prêmios como viagens e eletrônicos para as melhores fotos. Há um ano, Daniela e Luiza saíram dos respectivos empregos para viver apenas da Contente, empresa de projetos para a internet que elas tocavam em paralelo ao expediente fixo desde 2010.

Além do Instamission, a empresa toca o Cinemission, de missões em vídeo no Instagram, o #vailá, que reúne dicas da cidade de São Paulo na mesma plataforma, e o Autoajuda do dia, que usa o Pinterest para divulgar frases motivacionais. Todos os projetos aproveitam o engajamento do público para mesclar conteúdo gerado espontaneamente com posts patrocinados. “A economia criativa é o impacto econômico de um novo comportamento da sociedade, que está mais ativa, aberta a interações”, analisa Marcos André Carvalho, secretário de Economia Criativa do Ministério da Cultura.

A colaboração é o eixo da carioca Vandal, loja on-line que permite que qualquer um venda camisetas com as estampas que criaram. “Nossa ideia é dar liberdade para as pessoas desenvolverem sua criatividade e ganharem dinheiro com isso”, diz Ricardo Dullius, 26, um dos sócios. No sistema criado por eles, as estampas não dependem da aprovação de ninguém nem precisam cumprir complexos requisitos técnicos para ser impressas. Ao enviá-la para o site, o usuário escolhe quanto quer receber pela venda da camiseta que criou. “O preço mínimo é R\$ 40, que é o que a gente cobra. Qualquer valor acima disso vai direto para o criador”, explica. Há dois anos no ar, já são cerca de 5 mil estampas cadastradas, e de 30 a 100 camisetas vendidas por dia. Dullius prevê faturar R\$ 500 mil este ano.

Se hoje um dos objetivos de Ricardo é incentivar a criatividade das pessoas, há pouco mais de dois anos era ele quem recebia o incentivo. Foi no curso de empreendedorismo criativo da Perestroika, escola de atividades criativas com sedes em Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro, que ele viu que era possível colocar seu negócio em prática. “Foi essencial para tornar rentável algo que eu já gostava e queria fazer”, afirma Dullius. No currículo desde 2009, o curso é o carro-chefe das

três sedes. “Em poucos dias as vagas acabam”, conta Tiago Mattos, 34, um dos sócios da escola ao lado de Felipe Anghinoni e Jean Rosier. Com turmas entre 35 e 40 alunos, os encontros acontecem uma noite por semana, durante três meses, e em quase nada lembram as aulas da escola ou da faculdade. Elas são ministradas pelos próprios sócios e por professores convidados, como empresários e investidores, e ensinam modelos de negócio, gestão e a busca da felicidade no ambiente de trabalho. A procura é tanta que entre os planos para o ano que vem está a abertura de novas unidades da escola em Buenos Aires e em San Francisco (EUA). “Há muito interesse porque as pessoas estão largando seus empregos atrás de um propósito”, diz Mattos. “Os setores da economia criativa permitem que se comece um negócio rápido, na frente do computador, já que a matéria-prima não está no capital financeiro, mas sim no intelectual, na criatividade.” Se você tem uma ideia, agora já sabe como fazer para começar a desenrolar os fios dessa bobina.