



# Economia no DF



## O valor das ideias



22 • Cidades • Brasília, quarta-feira, 22 de outubro de 2014 • CORREIO BRAZILIENSE

Cada vez mais os jovens são atraídos pela possibilidade de transformar o talento individual em negócio lucrativo. Mas especialistas alertam que formação específica e planejamento são essenciais para o sucesso das iniciativas

# Quer um emprego? Crie um

» ROBERTA PINHEIRO  
» FLÁVIA MAIA

**S**e a insônia perturba, para a designer Flávia Dutra, 28 anos, as horas sem dormir renderam respostas para uma angústia profissional. Ela se formou em relações internacionais e dava aulas de inglês. Insatisfeita, resolveu estudar para concurso. A ideia lhe tirou o sono por 72 horas. Em uma dessas noites, aproveitou o tempo ocioso e fez o primeiro maxicolar, produto que seria o início de uma nova trajetória.

O colar com design exclusivo fez sucesso entre as amigas. "Elas foram as minhas primeiras clientes, amavam e pediam igual", conta. Quando viu o sucesso das vendas dos adereços, decidiu investir na ideia e colocou a mão na massa. Formada em um curso de gestão de design em Nova York, nos Estados Unidos, resolveu postar as fotos dos primeiros colares em uma rede social. Em uma hora, estavam esgotados. Assim, Flávia largou o trabalho na escola de inglês e o estudo para concursos públicos e resolveu ser dona da própria marca. Nasceu, então, a Baroque, especializada em bijuterias exclusivas. Atualmente, o foco da marca são as tiaras para noivas.

Histórias como a de Flávia, contadas desde terça-feira na série O valor das ideias, evidenciam a máxima da economia criativa: "Quer um emprego? Crie um", explica Antônio Valdir Oliveira Filho, superintendente do Sebrae-DF. A possibilidade de transformar uma habilidade individual em empresa e criar o próprio emprego tem seduzido jovens em todo o mundo que se aventuram em startups, agências de publicidade, empresas de biotecnologia e negócios de expressões culturais, trazendo produtos e serviços com maior valor agregado. Dessa forma, a iniciativa ajuda países com altas taxas de desemprego entre os jovens, como na Espanha, cujo índice entre os menores de 25 anos está em 53,7%, segundo dados do governo espanhol.

No Brasil, as 243 mil empresas do ramo criativo empregam 810 mil profissionais, cerca de 1,7% do total de trabalhadores brasileiros, segundo o Mapeamento da Indústria Criativa feito pela Federação da Indústria do Rio de Janeiro. Os segmentos de arquitetura e de engenharia são os de maior representatividade, concentrando mais de 25% dos empregos nesse setor (230 mil). Logo em seguida, aparecem publicidade e design, que oferecem ofício a mais de 100 mil pessoas, cada. Esses três setores empregam metade dos trabalhadores criativos brasileiros.

No Distrito Federal, são 5,6 mil empresas e 19.221 ocupações, o que corresponde a 1,7% dos empregos gerados na unidade da Federação, mantendo o mesmo índice nacional. Na capital do país, a participação do núcleo criativo no mercado de trabalho é o quarto maior do país, perde para São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e empata com Paraná e Rio Grande do Sul.

Dos empregos da economia criativa no DF, 31% estão nos ramos de arquitetura e engenharia e, em segundo lugar, aparece o segmento de tecnologia da informação, muito atuante no DF, com 15,4% das vagas. "Empreender com o que gosta é o sonho e tem tudo para dar certo. Mas quem vai entrar nesse mercado precisa entender que não se trata de uma terapia ocupacional. O profissional precisa transformar a sua habilidade em negócio", defende Valdir.

Breno Fortes/CB/D.A Press



Flávia Dutra fez curso de gestão de design em Nova York e, depois, criou a própria marca de bijuterias



**Intuímos um movimento de mudança. Brasília tem um ambiente favorável e, no mercado empresarial, é preciso reinventar para desenhar serviços inovadores**

**Karina Canêdo,** que, com Danyelle Iamada e Roberta Torres, trouxe uma escola de design thinking para Brasília



Janine Moraes/CB/D.A Press



## Carreira empreendedora

Para Carlos Alberto dos Santos, diretor técnico do Sebrae Nacional, transformar um talento individual em negócio tem sido um incentivo para que os jovens brasileiros enxerguem o empreendedorismo criativo como opção de carreira. "Eles estão criando alternativas para o mercado de trabalho, não querem mais só bater o cartão. Estão investindo em empresas com capital baseado no conhecimento, no intangível, não em máquinas e equipamentos", explica.

O diretor explica que o Sebrae atua para levar às instituições de ensino disciplinas de gestão de empresas e de empreendedorismo para que as novas e pequenas empresas prosperem, gerando lucros e empregos. "A grade normal dos ensinos não forma para ser empreendedor. Estamos tentando mudar isso", revela.

O professor de empreendedorismo da Fundação Getúlio Vargas Newton Campos concorda com o Sebrae que existe uma lacuna na educação de empreendedores no Brasil. O país ainda foca a formação para empregos nas grandes empresas e nas indústrias. "O que tem se mostrado em desacordo com os anseios dessa nossa geração, é querer desenvolver por conta própria. Pesquisas mos-

### Qualificação

A principal premissa do design thinking é de que, ao entender os métodos e os processos usados por designers na criação de soluções, indivíduos e organizações seriam mais capazes de se conectar e revigorar suas ideias a fim de elevar o nível da inovação.

do, ambas de 36 anos, e Roberta Torres, 31, trouxeram para Brasília um novo modelo de ensino empresarial e estratégico.

Há dois anos, a Eise, Escola de Inovação em Serviços, funciona em São Paulo e propõe pensar o empreendedorismo por meio do **design thinking**. Em maio, as duas brasileiras formalizaram a vinda da iniciativa para Brasília e se tornaram sócias e diretoras. "Intuímos um movimento de mudança. Brasília tem um ambiente favorável e, no mercado empresarial, é preciso reinventar para desenhar serviços inovadores", explica Karina. Danyelle complementa: "Tínhamos uma paixão por educação inovadora e queríamos fazer algo diferente pela cidade".

tram que mais de 50% dos jovens entre 18 e 24 anos têm vontade de abrir o próprio negócio." Newton ressalta, porém, que o empreendedorismo na pauta da educação brasileira cresceu nos últimos 10 anos.

Mas arriscar e apostar na criatividade e no capital humano exigem planejamento. O primeiro passo é ter um propósito e pensar qual é a necessidade do contexto no qual está inserido. Foi reunindo essas peças que a psicóloga Danyelle Iamada, a antropóloga Karina Canê-



### Trabalho na economia criativa

DF	BRASIL
19.221 profissionais	810 mil profissionais
1,6% trabalhadores locais	1,7% dos trabalhadores brasileiros
Salário médio: <b>R\$ 6.105</b>	Salário médio: <b>R\$ 4.693</b>

#### Profissões do Núcleo Criativo:

- Arquitetos e engenheiros
- Programador de sistemas de informação
- Analista de negócios
- Analista de pesquisa de mercado
- Gerente de marketing
- Designer gráfico
- Biólogo
- Agente publicitário
- Gerente de Pesquisa e Desenvolvimento
- Designer de calçados sob medida

\*Fonte: Firjan/Sebrae-DF

Pacífico/CB/D.A Press

### O antídoto da diferenciação

"A economia criativa surge em meados da década de 1990 em resposta a uma série de fatores. Um deles é a globalização. As mídias digitais fizeram o mundo todo ter acesso a muitas coisas ao mesmo tempo. Para a economia, isso trouxe oportunidades. Por exemplo, há 15 anos, para um empresário da noite saber o que bombava nas baladas de Paris, ele tinha de contratar um gerente comercial, um representante e tal. Hoje, ele procura na internet. Com isso, a globalização faz com que produtos e serviços passem a ter ciclos mais curtos porque mudam com velocidade maior, e as chances de cópias também são maiores. Se você olha hoje, os serviços de banco e de telefonia são praticamente iguais. As pessoas só mudam de serviço por causa da guerra de preços. Assim, a criação entrou em xeque. Eu invisto nisso e não consigo recuperar antes que alguém copie. A China massificou muito a produção e intensificou a velocidade da cópia. Assim, nesse contexto de mudanças econômicas, o único antídoto para essa situação foi a diferenciação. Capital e tecnologia perdem espaço para a criatividade humana, que entra como diferencial."

**Ana Carla Fonseca é economista e sócia-diretora da Garimpo de Soluções, empresa pioneira em economia criativa**

