

MAPEAMENTO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM SERGIPE

Edmara Thays Neres Menezes – edmara.neres@gmail.com

Bacharel em Estatística – Universidade Federal de Sergipe

Suzana Leitão Russo – suzana.ufs@hotmail.com

Programa de Pós-graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – Universidade Federal de Sergipe

Resumo — A criatividade é um valor existente em qualquer sociedade. É um recurso inato do ser humano e provavelmente, o mais potente, porque a criatividade desafia e questiona as formas, estruturas e hierarquias. O termo indústrias criativas surgiu nos anos 90, para designar setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial do negócio. As Indústrias Criativas, portanto, são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais, e possuem o potencial para a criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração da propriedade intelectual, compreendem, entre outras, as atividades relacionadas ao cinema, ao teatro, à música e às artes plásticas. O presente artigo traça um painel de discussões sobre as indústrias criativas trazendo visões, definições sobre o tema e mapeamento das indústrias.

Palavras-chave — Criatividade, Indústrias criativas, mapeamento.

Abstract - Creativity is an existing value in any society. It is an innate feature of the human being and probably the most powerful, because creativity challenges and questions the ways, structures and hierarchies. The term creative industries emerged in the 90s, to designate areas in which creativity is an essential dimension of business. Creative Industries, therefore, are those that have their origin in creativity, skill and individual talent, and have the potential to create wealth and jobs through the generation and exploitation of intellectual property include, among others, activities related to cinema, theater, music and the visual arts. This article presents a panel discussion on the creative industries bringing visions, definitions on the topic and mapping industries.

Keywords - Innovation, creative industries, market value.

1. INTRODUÇÃO

O surgimento do termo "indústrias criativas" está associado a movimentos ocorridos a partir dos anos 1990 em alguns países industrializados. Mudanças econômicas e sociais fizeram com que se deslocasse o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços. O conceito surgiu inicialmente na Austrália, no início década de 1990, porém foi na Inglaterra que ele ganhou maior impulso (BENDASSOLLI et al.; 2009).

Quando lançado o primeiro mapeamento de indústrias criativas o principal objetivo era de mostrar que estas iam além do papel fundamental da cultura e que possuem um vasto potencial de geração de emprego e riqueza.

O pesquisador Jonh Howkings agregou ao método britânico DCMS, 1998 uma visão empresarial baseada nos conceitos mercadológicos de propriedade intelectual, na qual, marcas, patentes e direitos autorais forneciam os princípios para a transformação da criatividade em produto (FIRJAN, 2012).

A criatividade existe em qualquer sociedade é considerada como um recurso inato do ser humano e provavelmente, o mais potente, porque desafia e questiona as formas, estruturas e hierarquias. Na verdade, ela cria novas formas e novas ideias. Crucialmente, o impacto da criatividade nos projetos de regeneração e inclusão social tornou-se cada vez mais aparente. Naturalmente, a criatividade, propriamente dita, não é nova, entretanto, a conscientização de seu poder econômico é de suma importância. As Indústrias Criativas, portanto, são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais, e possuem o potencial para a criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração da propriedade intelectual (RODRIGUES e MAIA, 2011).

Segundo Gomes (2008), os governos de todos os países têm dedicado grande atenção às indústrias criativas, pois são apontadas como importantes geradoras de trabalho e valor agregado. No Brasil, é importante mencionar a criação da Secretaria da Economia Criativa, ligada ao Ministério da Cultura que cria relatórios, dar apoio e subsídios para o desenvolvimento das indústrias criativas no Brasil.

Por sua importância econômica e sua relação com o espírito da época, o fenômeno das indústrias criativas apresenta grande interesse para pesquisadores sendo uma importante fonte de estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

CRIATIVIDADE

A palavra criatividade vem do latim *creatus*, que significa criar, do verbo infinitivo *creare*. E, de acordo com o dicionário *Houaiss*, criatividade pode ser definida como "a qualidade ou característica de quem [...] é criativo; inventividade; inteligência e talento, natos ou adquiridos, para criar, inventar, inovar". O dicionário Aurélio define criatividade como capacidade criadora, engenho, inventividade; capacidade que tem um falante nativo de criar e compreender um número ilimitado de sentenças em sua língua (RAMOS, 2011).

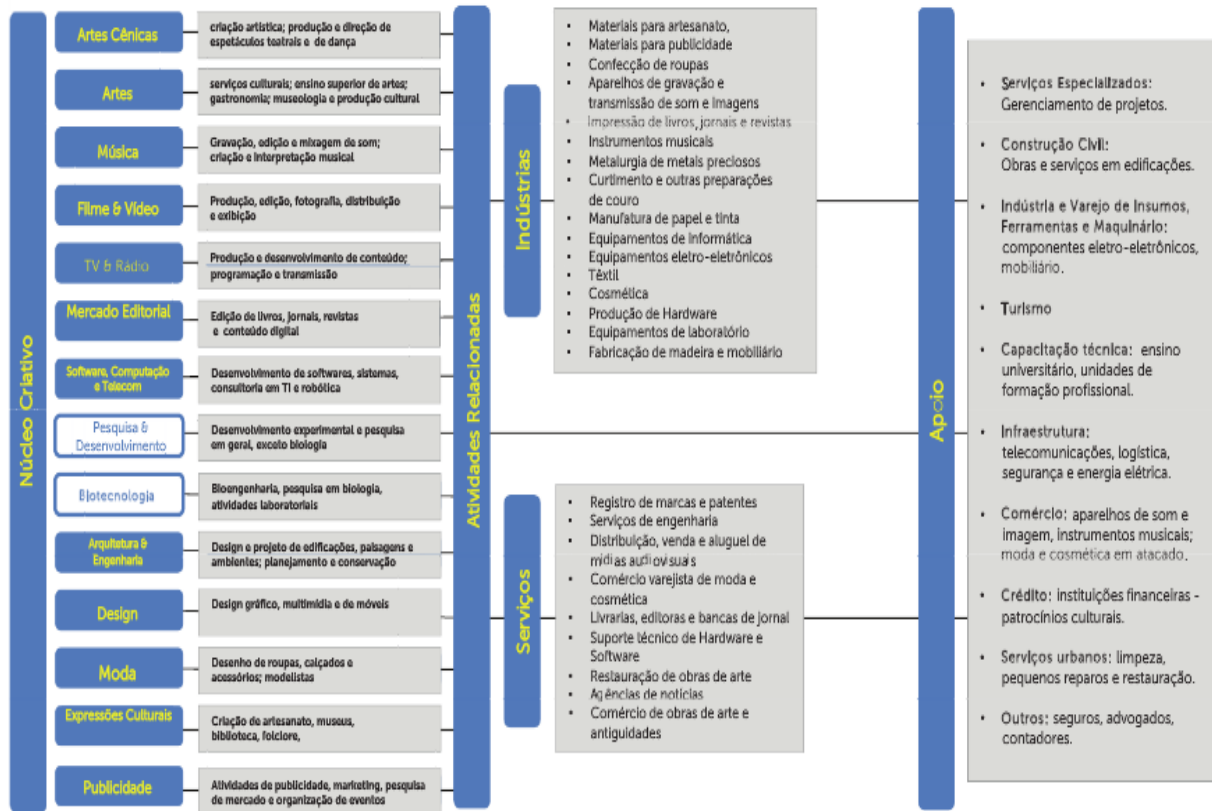
Segundo Hanson (2012) que fez um estudo do relatório da UNCTAD de 2008 a criatividade é definida em três dimensões: a criatividade artística envolve imaginação e capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem; a criatividade científica envolve curiosidade e o desejo de experimentar e fazer novas conexões na solução de problemas; a criatividade econômica é um processo dinâmico, levando à inovação em tecnologia, negócios, práticas, marketing, etc., e está diretamente ligada ao ganho de vantagens competitivas na economia.

Drucker (1994) destaca que a inovação é a única forma de converter a mudança em oportunidades, destacando que ela talvez seja a única maneira de uma empresa prosperar ou até sobreviver, concluindo, entretanto, que ela deva ser organizada como uma atividade sistemática para ser bem sucedida. A criatividade é um legado importante para as indústrias criativas, pois unindo a criatividade com a inovação se chega ao sucesso e importância que as indústrias criativas vêm tendo.

INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Segundo o DCMS (2005), as indústrias criativas são definidas como atividades que tem a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio de geração e exploração da propriedade intelectual. Estas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)

Figura 1: Fluxograma detalhado para cadeia da indústria produtiva no Brasil



Fonte: FIRJAN, 2012.

Nas indústrias criativas a criatividade é o elemento central sendo percebida como necessária para geração da propriedade intelectual. Já a cultura é tratada na forma de objetos culturais, ou seja, a percepção de utilidade gerada pelo objeto cultural e antes de tudo derivada da atribuição de valor pelo consumidor, no próprio ato do consumo e não de suas propriedades físicas ou materiais (BENDASSOLLI et al.; 2009).

São caracterizadas então pela natureza dos insumos de trabalho: “indivíduos criativos” e envolve principalmente os setores de propaganda, arquitetura, desing, software interativo, filmes e tv, músicas, publicações e artes performáticas. Essas industrias possuem elevado potencial para apoiar o desenvolvimento econômico e social dos países. Constituem um fenômeno importante que deve ser mais bem compreendido.

3. METODOLOGIA

Para o presente artigo o interesse foi de realizar um mapeamento quantitativo dos profissionais e das indústrias criativas em Sergipe. Os dados coletados estão disponíveis no site da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), do período de 2010 e 2011. A FIRJAN é responsável pelo mapeamento da indústria criativa no Brasil.

4. RESULTADOS

A tabela 1 mostra a variação dos profissionais das indústrias criativas no Brasil no período de 2010 a 2011.

Tabela 1: Variação dos profissionais da indústria criativa no Brasil de 2010 a 2011.

Segmento	Profissionais 2010	Profissionais 2011	Variação
Arquitetura e Engenharia	214.228	230.258	7,48%
Artes	32.039	32.930	2,78%
Artes Cênicas	9.338	9.853	5,52%
Biotecnologia	22.631	23.273	2,84%
Desing	92.444	103.191	11,63%
Expressões Culturais	6.554	6.813	3,95%
Filmes e vídeo	19.738	20.693	4,84%
Mercado Editorial	46.019	49.661	7,91%
Moda	45.023	44.062	-2,13%
Música	11.528	11.878	3,04%
Pesquisa e Desenvolvimento	32.992	37.251	12,91%
Publicidade	100.934	116.425	15,35%
Software, computação e Telecom	89.017	97.241	9,24%
Televisão e Rádio	25.466	26.004	2,11%

Fonte: FIRJAN, 2012

Tabela 2 mostra a variação dos profissionais das indústrias criativas em Sergipe no período de 2010 a 2011.

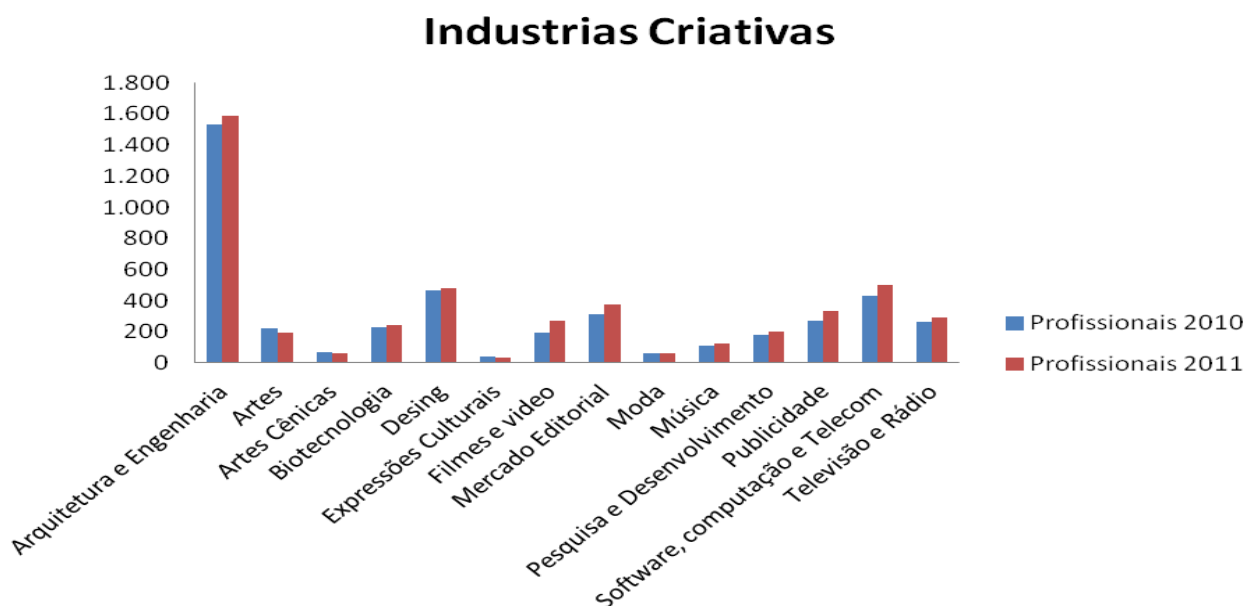
Tabela 2: Variação dos profissionais da indústria criativa em Sergipe de 2010 a 2011.

Segmento	Profissionais 2010	Profissionais 2011	Variação
Arquitetura e Engenharia	1.534	1.587	3,46%
Artes	221	197	-10,86%
Artes Cênicas	69	64	-7,25%
Biotecnologia	231	245	6,06%
Desing	465	477	2,58%
Expressões Culturais	38	33	-13,16%
Filmes e vídeo	193	270	39,90%
Mercado Editorial	310	379	22,26%
Moda	65	62	-4,62%
Música	108	125	15,74%
Pesquisa e Desenvolvimento	181	203	12,15%
Publicidade	269	334	24,16%
Software, computação e Telecom	430	498	15,81%
Televisão e Rádio	265	294	10,94%

Fonte: FIRJAN, 2012

A figura 2 apresenta dados referentes aos profissionais existentes nas indústrias criativas em Sergipe entre 2010 e 2011 separados, por área de atuação.

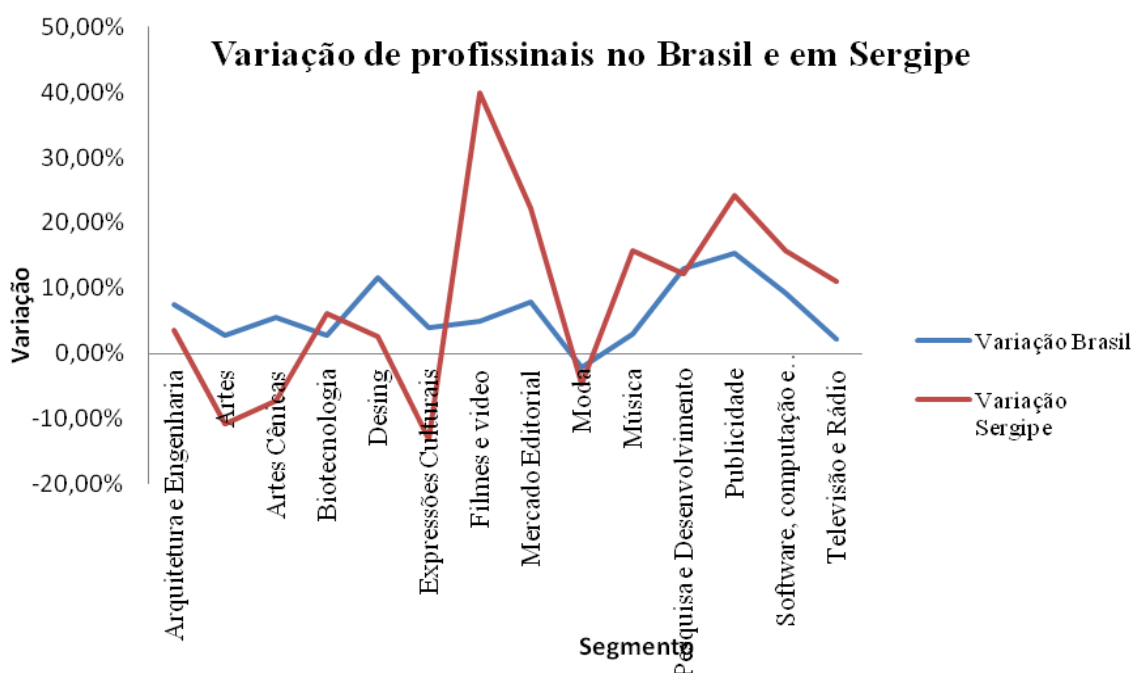
Figura 2: Número de profissionais das indústrias criativas em Sergipe.



Fonte: FIRJAN, 2012.

A figura 3 mostra a comparação das variações dos profissionais por segmentos das indústrias criativas no Brasil e em Sergipe.

Figura 3: Variação de profissionais das indústrias criativas no Brasil e em Sergipe.



Fonte: FIRJAN, 2012.

5. CONCLUSÃO

Procurou-se mostrar o conceito de indústrias criativas e sua importância para sociedade. Verificou-se que segundo os dados disponíveis na FIRJAN 2012 a área das indústrias criativas é promissora que pode ser verificada diante do aumento dos profissionais das áreas criativas em Sergipe do ano de 2010 para o ano de 2011 dando destaque principalmente para a área de filmes e vídeos que teve um aumento de 39,90% seguida da área de publicidade com um aumento de 24,16%. Quando se verifica em geral os dados do Brasil pode-se dar destaque para área de publicidade com um aumento de 15,35% seguida da área de Pesquisa e Desenvolvimento com um aumento de 12,91% e área de design que também mostrou um elevado crescimento com 11,63%. Sabendo então que as indústrias criativas é uma área promissora e como não teve dados disponíveis referentes aos anos de 2012 e 2013 cabe mais adiante outros estudos para traçar melhor o perfil das indústrias criativas em Sergipe.

REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, P.F.; JÚNIOR, T.W.; RIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M.P. Indústrias Criativas: definições, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. Vol. 49, nº 1. São Paulo. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75902009000100003&script=sci_arttext>. Acesso em: 23/05/2014.

DRUCKER, P. Sociedade pós-capitalista. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

DCMS (Departament for culture, media and Sport). **Criative Industries Mapping Document**. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998>. Acesso em: 23/05/2014.

FIRJAN. 2012. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 23/05/2014.

GOMES, E.C.F **Oportunidades de negócios em indústrias criativas: uma visão prospectiva na cidade de Fortaleza**. Dissertação de mestrado. 2008. Disponível em: <<http://www.uece.br/cma2/index.php/arquivos/doc.../61-evandrogomes>>.

RAMOS, P. **O que é criatividade?** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/cotidiano/o-que-e-criatividade/59339/>>. 2011. Acesso em: 23/05/2014.

RODRIGUES, M.G.M.; MAIA, R.M. **Indústrias Criativas**. Disponível em: <<http://industriasciativas.tripod.com/id12.html>>. 2011. Acesso em: 23/05/2014.

HANSON, D. Industrias Criativas. **Revista Sistema e Gestão**. Vol. 7, p. 222-238, 2012. Disponível em: <<http://www.uff.br/sg/index.php/sg/article/viewFile/V7N2A7/V7N2A7>>. Acesso em: 23/05/2014.

Dicionário Houaiss. Disponível em: <<http://www.houaiss.uol.com.br>>.

O que são indústrias criativas. Disponível em: <<http://www.gppot.org/o-que-sao-industrias-criativas/>>. Acesso em: 23/05/2014.

Submetido em 30/05/2014

Aprovado em 07/08/2014