



A economia é criativa. E a política?

Temos acompanhado profundas mudanças na organização da vida social e econômica que desencadearam processos de reestruturação do sistema de produção, e trouxeram consigo o fechamento de fábricas e altos índices de desemprego, com fortes impactos para tradicionais regiões industriais. Nesses tempos de transformações, enquanto algumas regiões atravessam um conturbado período de reestruturação urbana e produtiva, outras trilham trajetórias positivas de desenvolvimento econômico. O cerne desse novo paradigma de organização da economia inclui setores intensivos de tecnologia, mas, sobretudo, a ascensão das indústrias criativas que carregam em ativos imateriais o principal fator de produção e competitividade.

A definição de indústria criativa é adjacente ao entendimento de que determinados setores da economia baseiam-se na oferta de produtos e serviços carregados em valores estéticos simbólicos da cultura. O termo seria um alargamento do conceito das indústrias criativas e envolveria não mais alguns setores, mas todas as relações e encadeamentos de valor entre setores criativos e tradicionais.

Pautando-se na abordagem aplicada pelo Reino Unido,

A inovação e a criatividade são condições fundamentais diante da acirrada competição, que cria novos desafios para as empresas e estruturas econômicas regionais

a Firjan elaborou um estudo intitulado “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil” (2008), que aponta uma tendência das indústrias criativas de se aglomerarem no interior de grandes centros urbanos. Assim, alguns agentes lançaram luz sobre quais seriam os fatores para o desenvolvimento das indústrias criativas em cidades, desenhando políticas públicas e fomentando o empreendedorismo criativo.

O importante é enfatizar que as vantagens de aglomeração das grandes cidades são mais explicadas, hoje, pelas transações imateriais do que materiais, que fluem por redes interativas entre as empresas e pela mobilidade dos trabalhadores criativos.

Nos dias atuais, em que o padrão acirrado de competição representa novos desafios para as empresas e estruturas econômicas regionais, a inovação e a criatividade se colocam como condições fundamentais. Com efeito, também ganham destaque os instrumentos que estimulam a produção e disseminação do conhecimento. Esses instrumentos estão na base do processo de inovação e, assim, constituem recursos essenciais na competitividade. E as empresas brasileiras, em particular dos negócios situados na economia criativa, como estão?

Buscando contribuir para o debate, a unidade Rio de Janeiro da ESPM estabeleceu o Núcleo de Economia Criativa, cujo lançamento foi marcado por um seminário. Ao longo dos dois dias de programação, observamos algumas pistas de quais seriam as políticas mais adequadas para o fortalecimento da economia criativa.

Em geral, os negócios pertencentes à economia criativa se caracterizam pela presença de micro e pequenas empresas. Nesses casos, a inovação não depende da descoberta de princípios científicos, mas sim da capacidade de combinar “peças” de tecnologia e conhecimento já existentes.

Portanto, são necessários programas para promover políticas de inovação centradas na difusão e construção de capacidades nas empresas para que estabeleçam processos de absorção e aprendizagem para adquirir e adaptar conhecimento externo e os aspectos intangíveis da competitividade que circula nessas aglomerações. ■