

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores**

**INDÚSTRIA CRIATIVA: A ECONOMIA BASEADA NA CRIATIVIDADE**

**CREATIVE INDUSTRY: THE ECONOMY BASED IN CREATIVITY**

Cláudia Maria Perrone, Anelise Schaurich dos Santos, Diana Soldera, Débora Caiaffo Ambros e  
Gabriela Barbosa de Lima

**RESUMO**

O tema das Indústrias Criativas, desde o final da década de 90 do século passado, vem ganhando destaque como tema de pesquisas e na pauta da agenda de políticas públicas de diferentes governos. Esse fato se explica em razão da importância que atividades baseadas na criatividade vêm assumindo na transformação produtiva de diversos bens e serviços, contribuindo, dessa forma, para o crescimento econômico de uma região. A proposta do projeto de extensão intitulado “Indústria Criativa – Oficinas em escolas públicas de Santa Maria” é realizar oficinas com os alunos do Ensino Médio de três escolas da rede pública de ensino da cidade de Santa Maria/RS. O objetivo é difundir informações, sensibilizar e desenvolver talentos e habilidades relacionados à Indústria Criativa, abrindo novos caminhos de inserção social da juventude e de fortalecimento de redes sociais comunitárias. Até o momento, foi realizado um seminário aberto e gratuito sobre o tema. Além disso, estão ocorrendo encontros com os facilitadores das oficinas para os estudantes do Ensino Médio. As ações desenvolvidas até o momento demonstram que o projeto de extensão vem atendendo ao seu objetivo principal, uma vez que somente será possível difundir as idéias da Indústria Criativa através da sensibilização de acadêmicos para a importância do tema.

**Palavras-chave:** indústria criativa; inovação; jovens.

**ABSTRACT**

The theme of Creative Industries, since the end of 90's decade of last century, was getting evidence like a theme of researches and in public politics of different governments. This fact is explain by the importance that activities based in creativity was assuming in the productive transformation of many goods and services, contributing, this way, for the economic grow of a region. The purpose of extension project entitled “Indústria Criativa – Ofinas em escolas da rede pública de Santa Maria” is realize workshops with high school's students from three public schools of Santa Maria city. The objective is disseminate information, sensitize and develop talents and abilities related to Creative Industry, opening new ways of youth social insertion and of fortification to the community networks. Until this moment, was realize a lecture open and free about this theme. Furthermore, are happening meetings with the facilitators from workshops to high school's students. The actions developed until this moment show that extension project are achieving to its principal objective, because only will be possible disseminate the ideas of Creative Industry by sensitizing of academic to the theme's importance.

**Keywords:** creative industry; innovation; youth.

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 (BLYTHE, 2001). O caso inglês é comumente usado como referência, devido ao seu pioneirismo e à associação do tema com uma agenda política e econômica. O governo inglês classifica os seguintes campos como setores criativos: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, software, softwares interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, televisão, museus, galerias e as atividades relacionadas às tradições culturais (DCMS, 2005).

A importância econômica das indústrias criativas é crescente (DCMS, 2005; HOWKINS, 2001, 2005; LANDRY, 2005; MITCHELL; INOUE; BLUMENTHAL, 2003). No entanto, além de ser visto como um fenômeno econômico, relacionado a políticas públicas de desenvolvimento, o surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural (BONNELL; HUNT, 1999; GIBSON; KLOCKER, 2005), uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas.

A emergência da sociedade do conhecimento (ou sociedade da informação) está relacionada à passagem da sociedade industrial para a sociedade pós-industrial (CASTELLS, 2000; LASH; URRY, 1994). Tal passagem se dá pela mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho, e orientada para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base intelectual, fundamentando-se no indivíduo, em seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos (BECK, 2000, 2002).

Em uma sociedade materialista, os interesses gravitam em torno da satisfação de necessidades básicas e elementares, como o bem-estar econômico e a coesão social. Em uma sociedade pós-materialista, em que há o atendimento das necessidades básicas e, portanto, maior demanda por serviços, os indivíduos interessam-se, sobretudo, pelo atendimento de necessidades de ordem estética, intelectual, de qualidade de vida e de envolvimento em processos de tomada de decisão autônomos, que podem ocorrer no trabalho e no sistema político (INGLEHART, 1999).

Diante disso, a Indústria Criativa passou a ser pauta na agenda de políticas públicas de diversos governos, inclusive do governo brasileiro através do Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura. Segundo esse Plano, Indústria Criativa refere-se a indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos criativos, que são intangíveis e de natureza cultural. Estes conteúdos são normalmente protegidos por direitos autorais e tomam a forma de um bem ou serviço que contém um elemento artístico ou criativo.

Ao pensar sobre a importância do tema na atualidade, o projeto de extensão da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) intitulado “Indústria Criativa – Oficinas em escolas públicas de Santa Maria” visa desenvolver oficinas de sensibilização em escolas públicas como instrumento capaz de promover informações e difundir expressões culturais de interesse do público jovem voltada para a Indústria Cultural e para a Economia Criativa.

## **Método**

O principal método utilizado pelo projeto serão as oficinas. A palavra oficina vem do latim e traz a idéia de aproximar experiência e pensamento, esforço e interesse, jogo e

trabalho. Elas constituem um modo de aprender e ensinar baseado no princípio do aprender fazendo, valorizando os saberes e a experiência daqueles que nela participam.

As oficinas serão oferecidas para três escolas da rede pública de ensino do município de Santa Maria. Ao total, serão oferecidas noventa vagas para os estudantes do Ensino Médio, trinta para cada escola.

Com cada uma das turmas serão realizados seis encontros semanais, com duração de uma hora e meia cada. Nesses encontros, os tópicos abordados serão: apresentação dos principais conceitos da Indústria Cultural e da Economia Criativa; o que é criatividade, como ela gera um produto, idéias e negócios, comunidade e criatividade; como montar um empreendimento; realização do mapeamento cultural de sua comunidade e suas possibilidades de desenvolvimento e necessidades; e, a partir desse levantamento, duas oficinas específicas, sobre, como montar um *site*, por exemplo, as quais serão ministradas por acadêmicos que possuam conhecimento para ensinar e tirar dúvidas a respeito da atividade que será desenvolvida.

Esse trabalho será iniciado no segundo semestre do ano de 2012, uma vez que o projeto demanda grande atenção na sua estruturação e contato com acadêmicos de diversos cursos, bem como parcerias externas.

Além das oficinas que serão realizadas com os jovens do Ensino Médio, o projeto prevê outras ações de extensão: seminário aberto para estudantes de Instituições de Ensino Superior para difusão de informações sobre Indústria Criativa e Economia Cultural e oficinas de capacitação para os facilitadores das oficinas para jovens sobre Indústria Criativa. A primeira atividade já foi desenvolvida e a segunda está em desenvolvimento, sendo seus resultados apresentados a seguir.

## **Resultados e discussão**

No dia 15 de maio de 2012, foi realizado o seminário intitulado “Indústria Criativa”. Esse seminário teve a duração de quatro horas, foi aberto a toda comunidade e gratuito. Ao total, se inscreveram 180 interessados, os quais eram acadêmicos da Universidade Federal de Santa Maria, acadêmicos de outras Instituições de Ensino Superior da cidade, pessoas já formadas e donos de empreendimentos. No dia, estavam presentes 111 participantes. O grande número de interessados, bem como o grande número de pessoas presentes no seminário demonstra que esse tema possui grande importância econômica e relação com o espírito da época, apesar de seus conceitos ainda serem pouco difundidos.

Os tópicos abordados no seminário foram: compreendendo a Indústria Cultural e a Economia Criativa, ecossistema das Indústrias Criativas e tópicos em Indústria da Cultura e Economia Criativa (cinema, teatro, música, software, moda, indústria do entretenimento móvel e artesanato). Esse seminário teve como objetivo difundir informações sobre o tema e a sensibilização dos estudantes para o projeto de extensão para que, no final, aqueles que se interessarem pudessem se candidatar a facilitadores das oficinas que ocorrerão com os estudantes do Ensino Médio.

Em seguida, foi agendado um encontro com aqueles estudantes que demonstraram interesse em integrar o projeto de extensão. Esses encontros estão acontecendo semanalmente e visam preparar os acadêmicos para o trabalho com jovens do Ensino Médio, o que está sendo feito através da consolidação de conceitos e propostas da Indústria Criativa e o desenvolvimento de material e de uma linguagem adequada para o trabalho com os estudantes.

A primeira oficina para facilitadores está trabalhando o tema da criatividade. A criatividade é a primeira característica da forma de produção das Indústrias Criativas. Ela pode ser definida como a expressão do potencial humano de realização, que se manifesta

mediante atividades geradoras de produtos tangíveis, ou seja, como a capacidade de o indivíduo manipular objetos do mundo externo a partir de um desenvolvimento simultâneo de seus recursos pessoais, suas fantasias e seus desejos (WINNICOTT, 1975). Pode também ser entendida como a capacidade, detida por indivíduos ou grupos, de manipular símbolos e significados com o intuito de gerar algo inovador (HESMONDHALGH, 2002). A criatividade sempre esteve presente nos empreendimentos humanos, variando, entretanto, quanto a suas formas de institucionalização (BOURDIEU, 2002; WILLIAMS, 1983). Em certos momentos, ela é institucionalizada como arte; em outros, ela é institucionalizada como mercado.

No âmbito das indústrias criativas, são os indivíduos criativos que dão origem à concepção e desenvolvimento de produtos criativos. Entretanto, a apropriação da criatividade para a criação de valor de mercado se dá por meio de um quadro socioinstitucional (HARTLEY, 2005), ou seja, o processo acontece no seio de redes sociais, utiliza certos aparatos tecnológicos e emprega recursos de produção, promoção e distribuição (BECKER, 1982; JEFFCUTT; PRATT, 2002).

### Considerações finais

A indústria criativa é um componente importante da economia baseada no conhecimento. Além de envolver a possibilidade de criação de empregos e redes colaborativas, ela é um veículo de identidade, com papel fundamental na diversidade cultural. Associada ao tema da economia criativa, esse tema vem ganhando destaque na mídia e pauta na agenda de políticas públicas de diversos governos.

A partir das ações desenvolvidas até o momento é possível perceber que o projeto de extensão “Indústria Criativa – Oficinas em escolas públicas de Santa Maria” vem atendendo ao seu objetivo principal, uma vez que somente será possível difundir as idéias da Indústria Cultural e Economia Criativa através da sensibilização de acadêmicos para a importância do tema. Assim, será possível não só divulgar informações sobre a indústria criativa, como também sensibilizar os jovens para a produção cultural como alternativa de trabalho e renda, promovendo alternativas de convívio comunitário e articulando redes de sustentabilidade para a promoção de produtos criativos.

### Referências bibliográficas

BECK, U. **The brave new world of work**. Cambridge, UK: Polity, 2000.

BECK, U. **Individualization**. London: Sage, 2002.

BECKER, H. S. **Art Worlds**. Berkeley, CA: University of California Press, 1982.

BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **Journal of Art and Design Education**, v. 20, n. 2, p. 144-150, mai. 2001.

BONNELL, V. E; HUNT, L. (Org.). **Beyond the Cultural Turn**. Berkeley, CA: University of California Press, 1999.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture**. Malden, MA: Blackwell, 2000.

DCMS. Department for Culture, Media and Sport. **Creative industries mapping document**. Londres, 2011. Disponível em: <[http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_1998/Creative\\_Industries\\_Mapping\\_Document\\_1998.htm](http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2011.

GIBSON, C; KLOCKER, N. The ‘Cultural Turn’ in Australian regional economic development discourse: neoliberalising creativity? **Geographical Research**, v.43, n. 1, p. 93-102, mar. 2005.

HARTLEY, J. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005.

HESMONDHALGH, D. **The cultural industries**. London: Sage, 2002.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: how people make money from ideas**. London: Allen Lane, 2001.

HOWKINS, J. The mayor’s commission on the creative industries. In: HARTLEY, J. (Org.), **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005. p. 117-125.

INGLEHART, R. **Culture shift in advanced industrial society**. Princeton: Princeton University Press, 1999.

JEFFCUTT, P; PRATT, A. C. Managing creativity in the cultural industries. **Creativity & Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 225-233, dez. 2002.

LANDRY, C. London as a creative city. In: HARTLEY, J. (Org.), **Creative industries**. London: Blackwell, 2005. p. 233-243.

LASH, S; URRY, J. **Economies of Sign and Space**. London: Sage, 1994.

MITCHELL, W, INOUE, A; BLUMENTHAL, M. **Beyond Productivity: Information Technology, Innovation and Creativity**. Washington: National Academics Press, 2003.

WILLIAMS, R. **Keywords**. London: Fontana Paperbacks, 1983.

WINNICOTT, D. W. **O brincar e a realidade**. Porto Alegre: Artmed, 1975.