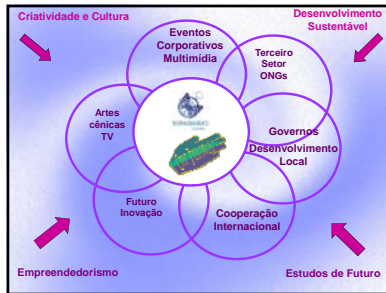


ECONOMIA CRIATIVA, OPORTUNIDADES E FUTURO
Rio Design
São Paulo, 10 de junho de 2011



Lala Deheinzeln
Entusiasmo Cultural
www.laladeheinzeln.com
www.criafuturos.com




“A melhor maneira de prever o futuro é cria-lo” **Peter Drucker**


Visão de FUTUROS

Lala Deheinzeln, 2011


Por que falamos de FUTURO

?

Pois ...
.... ele é fruto dos sonhos do passado e escolhas do futuro...



Lala Deheinzeln, 2011



Home theater ...

France- 1883

1906, o bisavô do twitter ou SMS : “telégrafo wireless, permite declarações de amor à distância...”



Vendo o “passado do Futuro” fica claro que o presente é fruto do que semeamos no imaginário.




Telefone com vídeo, 1912, França

Vendo o “passado do Futuro” fica claro que o presente é fruto do que semeamos no imaginário.



Imaginamos internet, skype , antenas , mega cidades
1921-EUA

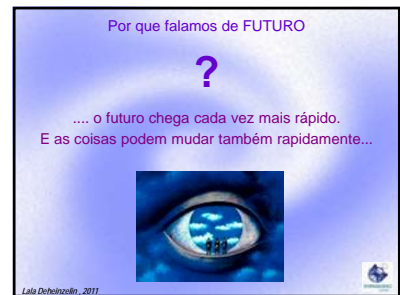
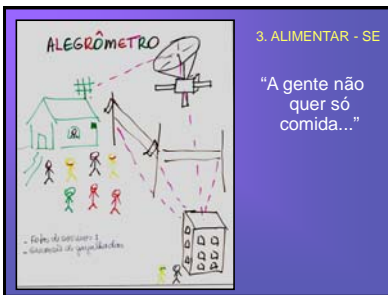
São dezenas de imagens que sonharam as tecnologias atuais



НАША ПЕШАДИЦА НЕ ВОТЪ У ЗАКАД-НУ ДОК ПАКЕТЕ НЕ УРАТКАДУ РОБЪ. МЕДИКА КОСАНА КОМАНДАН-ТЕ!

OSABEUTABARTE MAS O TOKO DREPALUCE, MADOSE I

Flash Gordon
1937



Século XIX – Londres pensa em fraldas como solução para as fezes dos cavalos...

Século XX – Fim do cavalo como meio de transporte (depois de milênios...)

Século XXI – Fim de...?



Lala Deheinzelin, 2010

Por que falamos de futuro

?

.... Uma perna no presente , no que já sabemos e outra perna avançando para o futuro , pensando o que ainda não existe




Lala Deheinzelin, 2011

Por que falamos de futuro

?

.... Estamos numa mudança de era. O que está acontecendo ?



Lala Deheinzelin, 2011

ONDE ESTAMOS

?

INTERDEPENDENCIA
Estamos em um ecossistema SOCIOAMBIENTAL.
Sociedade
+
Ambiente



FASES DA HUMANIDADE

DEPENDÊNCIA

Medo da Natureza




FASES DA HUMANIDADE

INDEPENDÊNCIA

Domínio da Natureza



Tangível – Tsunami Ambiental



Intangível – Tsunami Financeiro- Mercados



FASES DA HUMANIDADE

INTER-INDEPENDÊNCIA

Natureza e Sociedade





AMBIENTAL
Bio Diversidade
TANGÍVEL
"HARDWARE"

ECOLOGIA- VISÃO SISTÊMICA
SISTEMAS INTERDEPENDENTES

SÓCIO-CULTURAL
Diversidade Cultural
INTANGÍVEL
"SOFTWARE"



Laila Dehnbach - 2011



AMBIENTE
Tangível

Neste contexto, **DESIGN** é planejar produtos e processos para uma melhor relação entre a sociedade e o ambiente

SOCIEDADE/ CULTURA
Intangível



Laila Dehnbach - 2011

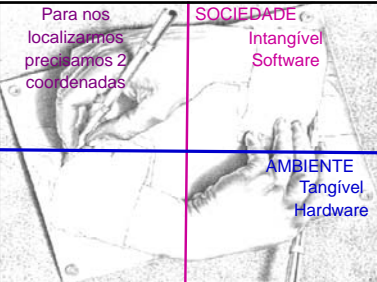
ONDE ESTAMOS ?



INTER-DEPENDÊNCIA
Sociedade + Ambiente
Intangível + Tangível
Hardware + Software

Para nos localizarmos precisamos 2 coordenadas

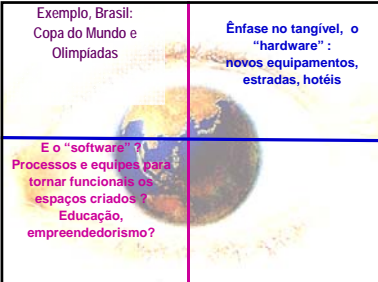
	SOCIEDADE Intangível Software
	AMBIENTE Tangível Hardware




Exemplo, Brasil: Copa do Mundo e Olimpíadas

Ênfase no tangível, o "hardware" : novos equipamentos, estradas, hotéis

E o "software" ?
Processos e equipes para tornar funcionais os espaços criados ?
Educação, empreendedorismo?

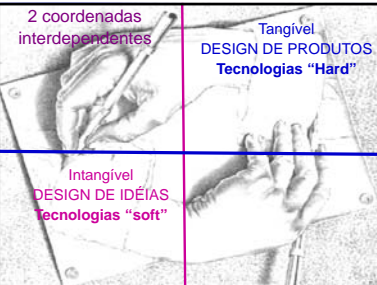


Equilíbrio Considerar ambos os sistemas	SOCIEDADE- Intangível Pessoas Diversidade Cultural Quantidade Software Processos TEMPO
AMBIENTAL - Tangível "Coisas" Biodiversidade Qualidade Hardware Produtos ESPAÇO	



2 coordenadas interdependentes

	Tangível DESIGN DE PRODUTOS Tecnologias "Hard"
	Intangível DESIGN DE IDÉIAS Tecnologias "soft"



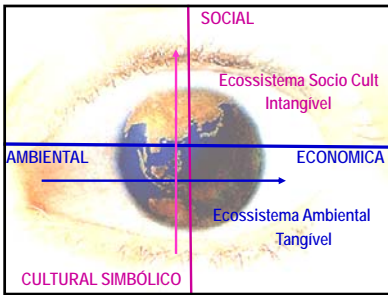

Oportunidades estão em :

- Produtos e processos que considerem:
- tangível (estrutura, hardware) e
- intangível (funcionalidade, software)

ONDE ESTAMOS ?



INTER-DEPENDÊNCIA
Sociedade + Ambiente
Intangível + Tangível
4
DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE



Quatro dimensões da sustentabilidade

Tangibilizar o intangível

- Ampliar formas de medir e avaliar valores e resultados, usando índice multidimensional no social, cultural, econômico e ambiental.

Projetos e processos sustentáveis que trabalhem simultaneamente as 4 dimensões

- Necessitam profissionais, ferramentas e instituições que atuem como MODEM, conectando e traduzindo linguagens, setores e áreas

Lado Deheinezzeln, 2010

ONDE ESTAMOS

?

Centralidade do Intangível

Lado Deheinezzeln, 2010

Século XXI

O Intangível vale mais que o Tangível

Ex: Marca

Marca mais valiosa: Google : US\$ 66,3 bilhões

Folha de SP, 23/04/08

75% DO VALOR DE UM PRODUTO ESTÁ EM SEUS INTANGÍVEIS

Ladislav Dowbor

Lado Deheinezzeln, 2010

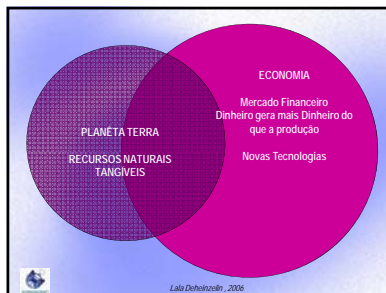
Século XXI- Pós Industrial


MATÉRIA PRIMA , PRODUTOS , SERVIÇOS
Tangível, Finito, Inelástico
QUANTITATIVO
Economia da Escassez

↓

CONHECIMENTO, CULTURA, EXPERIÊNCIA
Intangível, Infinito, Elástico
QUALITATIVO
Economia da Abundância

Lado Deheinezzeln, 2010





Oportunidades estão em :

- Perceber que a Economia Criativa, os recursos intangíveis podem ser uma solução de desenvolvimento e sustentabilidade para todos os setores da economia.
- Diferenciar e valorizar a partir de intangíveis



Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... inclui (mas vai além) o Setor Cultural e Criativo , que tem crescente importância...

Indústria Criativa –Conceito Inglês

O núcleo das artes: música, artes cênicas, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo arte, multimídia, arte digital

Josephine Burns
Burns Owens

Indústria Criativa –Conceito Inglês

Indústria de conteúdo: mercado editorial, TV, rádio, cinema, vídeo.

O núcleo das artes: música, artes cênicas, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo arte, multimídia, arte digital

Josephine Burns
Burns Owens

Indústria Criativa –Conceito Inglês

Serviços Criativos: publicidade, design, software, arquitetura, novas mídias.

Indústria de conteúdo: mercado editorial, TV, rádio, cinema, vídeo.

O núcleo das artes: música, artes cênicas, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo arte, multimídia, arte digital

Josephine Burns
Burns Owens Partnership

Economia Criativa

Além do setores ...Ativos Intangíveis , Experiência, Valores, Vida Comunitária, Novas Tecnologias

Serviços Criativos: publicidade, design, software, arquitetura, novas mídias.

Indústria de conteúdo: mercado editorial, TV, rádio, cinema, vídeo.

O núcleo das artes: música, artes cênicas, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo arte, multimídia, arte digital



Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... inclui (mas vai além...) a Sociedade em Rede, os mundos intangíveis e novos modelos de negócio que as novas tecnologias propiciam

CONHECIMENTO, CULTURA, CRIATIVIDADE

+

NOVAS TECNOLOGIAS (bits são infinitos) :

+

SOLIDARIEDADE, COOPERAÇÃO, REDES (infinitas formas de organização humana)

=

3 INFINITOS....

Leão Delencastre, 2011



NOVAS TECNOLOGIAS

- Sociedade em Rede
- De consumidores a "Prosumers"
- Colaborativo, participativo
- Design para um mundo pro-ativo...

Por que ECONOMIA CRIATIVA ?

.... é uma nova economia baseada em recursos intangíveis, infinitos e abundantes .. Chave para Sustentabilidade..



Sustentabilidade não é mais adjetivo opcional
É um modus operandi a ser adotado



Criatividade, Conhecimento e Cultura
RECURSOS QUE SE RENOVAM E MULTIPLICAM COM O USO


SÓ ESTE FATO JÁ DEVERIA FAZER COM QUE FOSSEM PRIORIDADE ESTRATÉGICA E CHAVE PARA A SUSTENTABILIDADE




Lula Dehnenstein, 2011

Economia Criativa e Sustentabilidade- Por quê ?

- Crise
- Necessidade de modelos de desenvolvimento que considerem nossa interdependência
- Recurso que não se esgota e é abundante nos países emergentes
- Atividade que tem – simultaneamente – impactos simbólicos, econômicos, sociais e ambientais.
- Tem interface com todos os Objetivos do Milênio



<p>SUSTENTABILIDADE:</p> <p>Ecosistema sociocultural</p> <p>2 sistemas interdependentes</p>	<p>Sócio Cultural</p> <p>ECONOMIA CRIATIVA</p> <p>Recursos intangíveis</p> <p>Sociedade</p> <p>Software</p>
<p>Ambiental</p> <p>ECONOMIA VERDE</p> <p>Recursos naturais renováveis</p> <p>Ambiente</p> <p>Hardware</p>	

Oportunidades estão em :

- Produtos e processos que sejam desenhados a partir do uso sustentável de recursos naturais e ênfase no uso dos abundantes recursos intangíveis .

Economia Verde
+
Economia Criativa



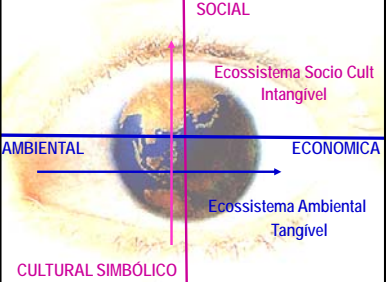
Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis ?

.... os valores e resultados vão além do quantitativo e econômico ...



VALOR AGREGADO

<p>Algodão</p> <p>1kg= 1U\$</p> 	<p>Confecção</p> <p>1kg= 20U\$</p> 	<p>Moda</p> <p>1kg= 80 U\$</p> 
---	--	--



SOB O PUNTO DE VISTA DO VALOR AGREGADO:

SOCIAL

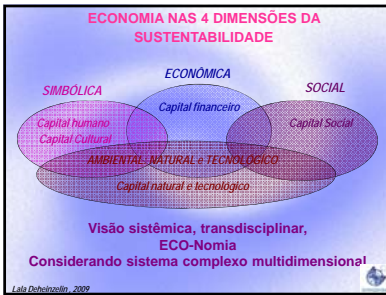
Ecosistema Socio Cult Intangível

AMBIENTAL

ECONOMICA

Ecosistema Ambiental Tangível

CULTURAL SIMBÓLICO



... desde que tenhamos indicadores e formas de mensurar impacto e resultado também nas dimensões social, ambiental e simbólica.

Se não, é como tentar medir litros utilizando uma régua....

Oportunidades estão em :

- Criar novas métricas para medir valor e resultados nas quatro dimensões da sustentabilidade. Se temos os capitais, onde estão as "moedas" ?
- Valor de produtos e processos nas quatro dimensões

Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... a história traz casos de sucesso...

Pequeno Histórico

Surge na Austrália, mas desenvolve-se no Reino Unido

1997- Tony Blair, crescer como?

- Concebido por força Tarefa Multisetorial: Governo + Empresas + Criadores
- Adotado por outros países
- Incipiente na América Latina e África (que tem enorme patrimônio cultural e natural...)
- Cidades Criativas: Barcelona: quase 25% do PIB
- Brasil:
 - 2004, UNCTAD XI – traz para o centro da discussão
 - 2005 – Início das discussões e atividades (SU-SSC)

Lula Dehnenzeller, 2011

ECONOMIA CRIATIVA

Crescimento anual previsto em torno de 10%

2 X o da indústria

4 X o da manufatura

Turismo e entretenimento: 6 X mais

Creative Economy Report, UNCTAD

Crescimento do setor na Europa, 1999 a 2003

19,7%

(12,3% + que o geral da economia)

Dossier Economia Criativa, Inova Forum

Lula Dehnenzeller, 2011

Pesquisa FIRJAN

Indústria Criativa

R\$ 381 bilhões , 16,4% PIB Brasileiro

Empregam 35,2 milhões de pessoas

- 2,6 % PIB - 12 áreas principais (artes visuais, publicidade, expressões culturais, televisão, música, artes cênicas, filme e vídeo, mercado editorial, software, moda, arquitetura e design)
- 5,4% - atividades relacionadas a estas áreas (material de artesanato, publicidade, instrumentos musicais, registro de marcas e patentes, dentre outras)
- 8,4% - atividades de apoio (consultoria especializada, insumos, maquinários)

Fonte: Agência Estado, Economia E Negócios , 21/05/08

Lula Dehnenzeller, 2011

Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... inclui (mas vai além...) o Valor dos Intangíveis



AVALIAÇÃO DE INTANGÍVEIS
Valor de mercado das Empresas

Ano	Intangíveis	Tangíveis
1981	17%	86%
1998	71%	29%

Mensuração de Intangíveis exigida por lei em empresas baseadas em sociedades por ações e de capital fechado com ativos acima de R\$ 240 milhões ou receita bruta superior a R\$ 300 milhões

Gazeta Mercantil 10/06/08

Reino Unido:
Investimento em intangíveis (P&D, marca, design, gestão conhecimento, etc) X investido em tangíveis (plantas, máquinas, etc)

Anos 70 - 40%
2004 - 130%

Empresas modernas precisam investir pesadamente em Intangíveis

- **Necessidade de uma nova contabilidade**

Lilia Goldenstein, economista

Por que **ECONOMIA CRIATIVA** essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... inclui (mas vai além...) o conjunto de atributos que caracteriza, diferencia e valoriza

- profissionais
- produtos
- empresas
- território

ATRIBUTOS MARCA BRASIL

ESPORTE JOVEM CARNAVAL
MÚSICA DANÇA ALEGRIA
TOQUE NOVELAS PRAIA
NATUREZA AMAZÔNIA
MODERNIDADE ESTILO



Leão Daltrozan, 2007



Por que **ECONOMIA CRIATIVA** essa nova economia baseada em intangíveis

?

.... inclui (mas vai além...) a Economia da Experiência

Século XXI- Pós Industrial

Economia da Experiência

Ramos da Atividade Econômica:

- **Matéria Prima – Sociedade Agrícola**
- **Produtos – Sociedade Industrial**
- **Serviços- Sociedade da Informação**
- **Experiências – Sociedade da Emoção**

Valor agregado por intangíveis

Matéria Prima :
 Grão de Café : US\$ 0, 1
 Produto:
 Po de Café:US\$ 0, 3

A qualidade Da EXPERIÊNCIA muda o valor

Serviço:
 Na lanchonete: US\$ 1
 Experiência:
 No restaurante 5 * : US\$ 5
 No Café Florian, Praça São Marcos, Veneza: US\$ 15
 Diversidade é a chave



ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA CRESCE 6 X MAIS QUE OUTRO SETORES. Exemplos:

TURISMO
 ENTRETENIMENTO

Mais do que produtos, oferecer experiências

- Diferenciadas (valor simbólico agregado)
- Qualidade
- Criadas de forma interativa (prosumer)

Labo Deheineisen, 2011

Produtos e Serviços hoje: experiências

Você escolhe um tema para presentear. Quem ganha escolhe uma entre 18 experiências.



Labo Deheineisen, 2011

No século XXI, os patrimônios culturais, tangíveis + Intangíveis são estratégicos

Dependem da diversidade cultural

=

Diversidade de experiências



Produtos e Serviços hoje: experiências

Possibilidade de mudar consumo: em vez do ter, o desfrutar, o interagir.

Crie Futuros: Empório de experiências



Labo Deheineisen, 2011

Por que ECONOMIA CRIATIVA essa nova economia baseada em intangíveis

?

Portanto ela pode ser uma solução de futuro para desenvolvimento, e sustentabilidade dos vários setores da economia .



INOVAÇÃO

• Culturalização da Economia

Exemplo: NATURA

Valor do sabonete: 10x mais...



Labo Deheineisen, 2011

ECONOMIA CRIATIVA, CHAVE PARA SOBREVIVÊNCIA INDUSTRIAL

A maneira como a indústria tradicional pode deixar de ser tradicional ...

Consumidores mais exigentes...
 ...exigem produtos mais sofisticados ...
 ...e portanto se necessita funcionários mais bem preparados

Gera mais empregos ⇒ mão de obra mais qualificada
 ⇒ ganha mais ⇒ aquece economia

Lidia Goldenstein, economista


Labo Deheineisen, 2011

Se o grande problema é ser achado e desejado num mar de produtos e serviços semelhantes.


A escolha é a chave

A escolha depende do que sentimos.

Escolhamos o que nos afeta



Labo Deheineisen, 2011



Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades ?



Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades ?
Diversidade , Economia de Nicho, Economia da Experiência



SEC XX - Economia de Escala GERA DIVISAS
De poucos para muitos
Reprodução em massa
Crescimento Econômico
Coorporações

SEC XXI= Economia de Nicho GERA TRABALHO E RENDA
De muitos para muitos
Diversificado
Desenvolvimento Sustentável
MPes e novos modelos

<p>MPEs, Sebrae , 2010 99% dos negócios formais no Brasil 79,8% vagas de trabalho com carteira assinada , Brasil , janeiro 2011</p>	<p>ECONOMIA DE ESCALA Grandes Empresas Geram Divisas Aumenta PIB</p>
<p>ECONOMIA DE NICHU / Micro e Pequenas Empresas Geram emprego e trabalho Aumenta qualidade de vida</p>	

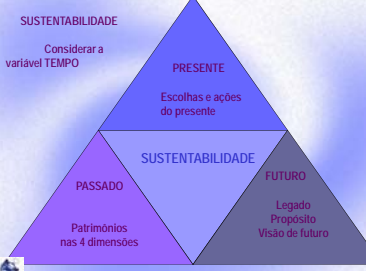


A diversidade de forma, função, maneiras de produzir, distribuir, fazer negocio, criar é cada vez mais o futuro.
Design de ideias e produtos para o futuro.

Labo DeInovazio, 2011



Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades ?
Sustentabilidade



SUSTENTABILIDADE

Considerar a variável TEMPO

PRESENTE
Escolhas e ações do presente

PASSADO
Patrimônios nas 4 dimensões

FUTURO
Legado
Propósito
Visão de futuro

SUSTENTABILIDADE

Labo DeInovazio, 2011



SUSTENTABILIDADE

TENDÊNCIAS DE FUTURO

INOVAÇÃO

Labo DeInovazio, 2011



Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades ?
Tempo, o único recurso não renovável

Ecosistema ambiental

ESPAÇO
Quantidade
Ganhamos o espaço...

Viver = TER

+

Ecosistema sócio cultural

TEMPO
Qualidade
Perdemos o tempo...
Viver = Desfrutar

Para Ganhar Tempo...
Para ganhar Tudo...

TEMPO
único recurso não renovável

Colaboração
Produção Colaborativa
Novos Modelos
Novas Tecnologias

Produção Colaborativa

"excedente cognitivo"

100 milhões de horas para fazer a wikipédia...

1 Trilhão de horas vendo TV/ ano , no mundo

Oportunidades estão em :

- Produtos e processos que otimizem tempo, espaço, recursos
- Onde tudo possa acontecer junto

Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades

?

Produção colaborativa
Negócios "software"

Novos negócios "software": usam estruturas ou materiais existentes e entram com a "inteligência"

Negócios Mesh
Árvores de Natal
Uso compartilhado de automóveis

Luís Dehaene - 2011

Quais as forças moldando o futuro, gerando inovação e revelando oportunidades

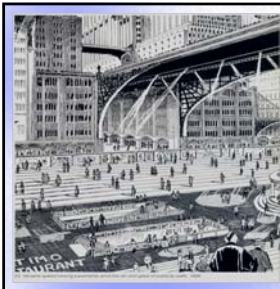
?

Cidades, Territórios e empreendimentos Criativos

ESPAÇO QUE 60 PESSOAS OCUPAM NO TRÂNSITO:

ÔNIBUS **BICICLETA** **CARRO**

POSTER DO DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DE MUNIQUE, 2001



Calkadas rolantes
1929



São Paulo: fluvial, Alexandre de Gusmão



- Oportunidades estão em :
- Barcelona: 25% PIB Economia Criativa
 - 22@ - Revitalização Bairro TIC + Economia Criativa
 - Rio de Janeiro
 - Marca da Sustentabilidade associada à Copa e Olimpíada ?

As coisas podem mudar muito rápido
 Século XX – Fim do cavalo como meio de transporte (depois de milênios...)
 Século XXI – O que vai mudar ?



Lala Deheinzeln, 2005

MUNDO no século XXI:
Um outro mundo é possível:
Temos recursos, conhecimento e pessoas



UNESCO



Entusiasmo Cultural
www.entusiasmo.com.br
www.criefuturos.com



Lala Deheinzeln
lala@entusiasmo.com.br