

RIO DESIGN INDÚSTRIA

APOIO

SEBRAE
RJ



Município do Rio de Janeiro

2011
RIO DE JANEIRO ANOS

REALIZAÇÃO

Movimento
Sindical
FIRJAN

Sistema
FIRJAN

FIRJAN
CIRJ
SESI
SENAI
SEL
SISTEMA FIRJAN

INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

ECONOMIA CRIATIVA, FUTUROS E INOVAÇÃO

É uma honra enorme estar no Rio de Janeiro, o estado brasileiro mais avançado na integração e articulação institucional da economia criativa, e com a Federação das Indústrias mais inovadora e aberta à discussão deste tema, tão relevante para a indústria.

Vivemos uma mudança de era, que passa primeiro pela percepção da interdependência, de que nosso ecossistema não é apenas ambiental e sim socioambiental, somos sociedade e natureza articulados. Precisamos então pensar a sustentabilidade, através dessa visão sistêmica integrada, que mede e leva em consideração duas coordenadas equivalentes: a tangível (estrutural, produtos) e a intangível (funcional, processos). Em uma visão de futuro, percebemos que os dois caminhos que vão nortear o redesenho do mundo são de um lado a economia verde e do outro lado a economia criativa, um lidando de forma limpa e renovável com o *hardware* – o ambiente e as estruturas – e outro priorizando como estratégia o *software* – a diversidade cultural e a inteligência criativa.

Neste contexto, design é planejar e criar a interface entre sociedade e ambiente; tangível e intangível. Além de desenhar produtos e processos, os designers, antes de mais nada, projetam sonhos e o futuro e, conseqüentemente, mudanças de modelo e de mentalidade.

Gosto do conceito do designer Bruce Mau (massivechangenetwork.com) de que a questão não é falar do mundo do design, mas do design do mundo. Ele considera designer todo aquele que pensa produtos e processos para melhorar a relação sociedade e ambiente, nessa ideia de interdependência.

Neste ponto de vista, design é mais do que design de produto, é design de ideias, levando a uma ampliação muito grande do conceito de design, no campo de atuação do designer e da própria percepção do que é tecnologia. Na China, eles adotam o conceito de inovação e tecnologia *soft*, dos ativos intangíveis e da inteligência e, ao perceber o quanto isso é estratégico fizeram da economia criativa umas das prioridades de desenvolvimento do país. As oportunidades estarão cada vez mais em criar produtos e processos que levem em consideração, simultaneamente, as duas visões: o *hard* (a estrutura) e a *soft* (o processo, a ideia).

O que está por trás disso tudo é a centralidade do intangível. Uma das marcas de maior valor, o Google, produz intangíveis, 75% do valor de um produto está no seu intangível, como a marca e o design. O valor das grandes empresas de capital aberto é composto também por ativos intangíveis, já que são eles que garantem sua longevidade.

LALA DEHEINZELIN

ESPECIALISTA EM ECONOMIA CRIATIVA

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E FUTUROS

DIRETORA DA ENTHUSIASMO CULTURAL



“A ECONOMIA CRIATIVA É UMA DAS GRANDES ESTRATÉGIAS DE FUTURO E DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, MAS PARA QUE ELA POSSA CUMPRIR SEU PAPEL O MAIOR DESAFIO SERÁ AMPLIAR AS FORMAS DE MEDIR E DE TRABALHAR COM A IDEIA DE VALOR.”

Isto dá uma pista do que está acontecendo, nós estamos saindo de milênios onde tudo se organizou no que era tangível - como terra, ouro e petróleo - recursos que se consomem com o uso e resultam numa economia que é a gestão dos recursos escassos. Cultura, criatividade e experiência são recursos infinitos, elásticos, ou seja, não se consomem, mas se multiplicam com o uso. Assim, o modelo não precisa mais ser de competição, pode ser de colaboração. Isso é uma mudança extraordinária.

Um das questões que vai produzir um redesenho na indústria, no comércio, nos serviços e que está ligada ao experiência. Experiências geram economia através do "usufruir" e não do "ter" e apontam a possibilidade de inovação e de geração de novos modelos de negócios para todas as áreas. Isso fica claro com o turismo e o entretenimento, que crescem seis vezes mais que os outros setores. A qualidade das experiências oferecidas por qualquer produto ou processo dependem da diversidade cultural, e esta será a chave de longevidade e o diferencial de todo tipo de negócio.

A economia criativa é uma das grandes estratégias de futuro e do desenvolvimento sustentável, mas para que ela possa cumprir seu papel o maior desafio será ampliar as formas de medir e de trabalhar com a ideia de valor. Nós temos métodos e dados para medir apenas setores formais, e que tem resultado econômico e precisamos desenvolver métricas para medir resultado e valor também nas outras dimensões: cultural, social e ambiental.

Nesse sentido a pesquisa da FIRJAN sobre as indústrias criativas é fundamental ao levantar não apenas as atividades nucleares mas também as atividades de apoio e relacionadas, chegando a números próximos do real.

Uma das chaves da economia criativa é a ação concertada, a governança, mas para conseguir atuar multisetorialmente precisamos ter pessoas, entidades e instrumentos que atuem como *modem*, como um *hub* que conecta e integra o setor público e o setor privado. Por isso eu sou fã do Sistema S, formado pelo SENAI, SENAC, Sesi, SEBRAE e outras instituições/organizações do setor produtivo, que tem esse papel de ativadores dos setores que representam. O designer é por natureza um *modem*, um conector, porque precisa pensar sistemicamente, considerar os resultados econômicos, sociais, ambientais e culturais do que produz. Um exemplo é o urbanismo, que combina o tangível do ambiente e economia, com o intangível do social e cultural.

Pensar em cidades criativas e territórios criativos é uma questão chave neste momento único para o Rio de Janeiro, com a Rio+20, a Copa do Mundo e as Olimpíadas. A grande maioria dos investimentos está sendo feita em estrutura, *hardware*, mas só teremos sucesso nestes eventos se investirmos no *software*: criatividade e inteligência para que as estruturas criadas funcionem. Depois, temos que aproveitar nossos patrimônios intangíveis para gerar novas oportunidades nestes eventos, principalmente, com o foco em novos modelos colaborativos e verdes.

Concordo com o economista Sérgio Besserman, que a maior marca que o Rio pode deixar para o mundo, pós grandes eventos de 2012 a 2016, é a da sustentabilidade. Deveríamos desenhar estes eventos com a nossa cara e técnica: ao invés de mais um evento *high tech* e deficitário, podemos mostrar ao mundo que coisas próprias do Brasil como as tecnologias *soft* do terceiro setor; a criatividade que é o lado bom do jeitinho brasileiro; nossa natureza cooperativa, na verdade são um jeito de fazer absolutamente eficiente e de futuro. A economia criativa, por lidar com atributos e recursos intangíveis abundantes e renováveis, é uma das chaves para o desenvolvimento percepção entre nossas lideranças do quanto ela é importante. O resultado é que nos falta aquilo que têm os que avançaram com o tema, como o Reino Unido, a China ou Barcelona: faltam as políticas de fomento, instituições gestoras e ação convergente entre setores para que ela avance. Por isso afirmo, mais uma vez, que é um privilégio estar na FIRJAN, que tem como meta informar, formar e transformar. Uma instituição que investe nos ativos intangíveis, criando novos processos eficazes e produtivos e que poderá levar ao setor industrial a percepção que a economia criativa é a chave para que os setores tradicionais deixem de ser tradicionais e possam ter longevidade no século XXI.

www.laladeheinzelin.com.br