



INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS

CREATIVE INDUSTRY: AN ANALYSIS OF CHALLENGES AND STRATEGIES FOR SMALL BUSINESSES

INDUSTRIA CREATIVA: UN ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS PARA LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Amanda Vitória da Silva Félix¹, Maria Fernanda Gatto²

e361569

<https://doi.org/10.47820/recima21.v3i6.1569>

PUBLICADO: 06/2022

RESUMO

Este estudo tem como objetivo investigar a atuação dos pequenos negócios na Economia Criativa a partir de uma revisão da literatura disponível e dados do setor. Para isso, foi verificado como essa economia é definida e qual a relevância dos empreendimentos de micro e pequeno porte da economia criativa. Após essa contextualização, este trabalho busca entender os principais desafios e oportunidades para o desenvolvimento do setor criativo no Brasil, com destaque para as questões sociais, econômicas, de inclusão digital e dos impactos da COVID-19. Apontar estratégias alinhadas às características do contexto brasileiro também estão presentes entre os objetivos do estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa. Pequenos Negócios. Desafios e Estratégia

ABSTRACT

This study aims to investigate the role of small businesses in the Creative Economy from a review of the available literature and data from the sector. For this, it was verified how this economy is defined and what is the relevance of micro and small enterprises of the creative economy. After this contextualization, this work seeks to understand the main challenges and opportunities for the development of the creative sector in Brazil, with emphasis on social, economic, digital inclusion issues and the impacts of COVID-19. Point strategies aligned with the characteristics of the Brazilian context are also present among the objectives of the study.

KEYWORDS: Creative Economy; Small Business; Challenges and Strategies

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo investigar el papel de las pequeñas empresas en la Economía Creativa a partir de una revisión de la literatura disponible y los datos del sector. Para ello, se verificó cómo se define esta economía y cuál es la relevancia de las micro y pequeñas empresas de la economía creativa. Después de esta contextualización, este trabajo busca comprender los principales desafíos y oportunidades para el desarrollo del sector creativo en Brasil, con énfasis en las cuestiones sociales, económicas, de inclusión digital y los impactos del COVID-19. Apuntar estrategias alineadas con las características del contexto brasileño también están presentes entre los objetivos del estudio.

PALABRAS CLAVE: Economía creativa. Pequeños negocios. Desafíos y estrategias

¹ Graduação em Ciências Econômicas na Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

² Professora do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

INTRODUÇÃO

O processo de criação e expressão através das artes acompanharam o desenvolvimento e evolução do ser humano. O uso da criatividade foi um importante motor para a evolução do ser humano, estando presente no progresso técnico, produção de utensílios da vida cotidiana, imaginação, comunicação e expressão. No entanto, o estudo da relação entre a criatividade e economia é relativamente recente. Desse modo, se tratando de uma área recente e em expansão, muitos são os desafios para compreender e estabelecer essa indústria, além de desenvolver as bases necessárias para o fortalecimento do potencial socioeconômico.

A cultura é um importante motor na propagação e fortalecimento de ideias. A indústria cultural comunica e une pessoas através das artes, além de ser capaz de representar uma forma de poder, o chamado *Soft Power*. Os impactos do fortalecimento dessas indústrias vão além do econômico, são observáveis os impactos sociais, culturais e políticos. Diante da diversidade de abordagens do tema, o objeto do trabalho está concentrado, principalmente, no potencial econômico da indústria criativa, observando a parcela dos pequenos negócios no setor. Por esses fatores investiga-se o papel que ela possui na inclusão social, sua importância na geração de empregos e os grandes desafios enfrentados nessa indústria.

A economia criativa, principalmente a cultural, possui características diferentes de qualquer outro setor econômico. Segundo Ana Fonseca Reis (2006), desde a forma de precificação da maioria das suas produções até a aplicabilidade de conceitos econômicos como utilidade podem ser diferentes. Apesar disso, sua importância econômica pode ser verificada através de indicadores tais quais a participação no Produto Interno Bruto (PIB) e geração de empregos formais. De acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa (2019), a participação da indústria criativa no PIB brasileiro representou 2,61% em 2017, levando a um resultado de R\$171,5 bilhões, além de empregar formalmente 837,2 mil no mesmo ano.

Entretanto, o ambiente empresarial no Brasil apresenta números que demonstram a dificuldade que as empresas enfrentam para se manterem ativas. Conforme a pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020) divulgada pelo Sebrae, a taxa de mortalidade entre os pequenos negócios considerando empresas criadas em 2018 e 2019 era de 29%, 21,6% e 17% para os microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte, respectivamente.

Ainda na mesma pesquisa é revelado que, na perspectiva dos respondentes, o acesso a crédito facilitado (34%), conquista de mais clientes (25%) e a diminuição de impostos (21%) aparecem como possíveis soluções que poderiam evitar o fechamento dos negócios. A gestão e posicionamento representam alguns dos desafios enfrentados pelas empresas no país, afetando em especial os pequenos negócios. A situação é ainda mais delicada quando falamos da economia criativa. Alguns dos principais obstáculos a serem enfrentados são: alinhamento das parcerias público-privada, continuidade e assertividade das políticas públicas, acesso a crédito, direitos de propriedade intelectual e inovação e inserção no meio digital, principalmente ao falarmos dos pequenos negócios. Diante da ampla lista de desafios, este trabalho volta-se para investigar a



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

Economia Criativa a partir do seu impacto econômico, desafios e estratégias, com enfoque nos pequenos negócios.

O fortalecimento da indústria criativa representa ganhos além do que pode ser mensurado economicamente. Entender seus desafios e contextos é necessário para formular soluções aplicáveis e eficientes, visando construir um ambiente mais favorável ao surgimento e permanência dos negócios.

ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITUAÇÃO E SEU DESENVOLVIMENTO

Diversas são as definições para Economia Criativa, algumas mais abrangentes, outras mais acadêmicas, mas todas buscando expressar o significado desse setor econômico que tem se mostrado tão relevante. Ana Fonseca Reis (2006) descreve que para aproveitar as imensas oportunidades dessa indústria criativa é necessário existir uma definição e um modo de implementação que estejam relacionados às nossas características. No Brasil, um marco relevante para o desenvolvimento do setor criativo foi a criação da Secretaria da Economia Criativa por meio do Ministério da Cultura em 2011. O reconhecimento da importância do setor levou ao desenvolvimento de um Plano de gestão para o período de 2011 a 2014.

Ainda no campo de conceituar a Economia Criativa, a primeira edição do Plano da Secretaria da Economia Criativa coloca como primeiro desafio a pactuação de um conceito para a Economia Criativa. Partindo dos processos de criação e produção, o documento elaborado para a Secretaria da Economia Criativa (MINC, 2011, p. 22) define os setores criativos como “[...] todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”. Assim, o relatório também apresenta um escopo dos Setores Criativos de acordo com o Ministério da Cultura, conforme pode-se observar na figura 1.

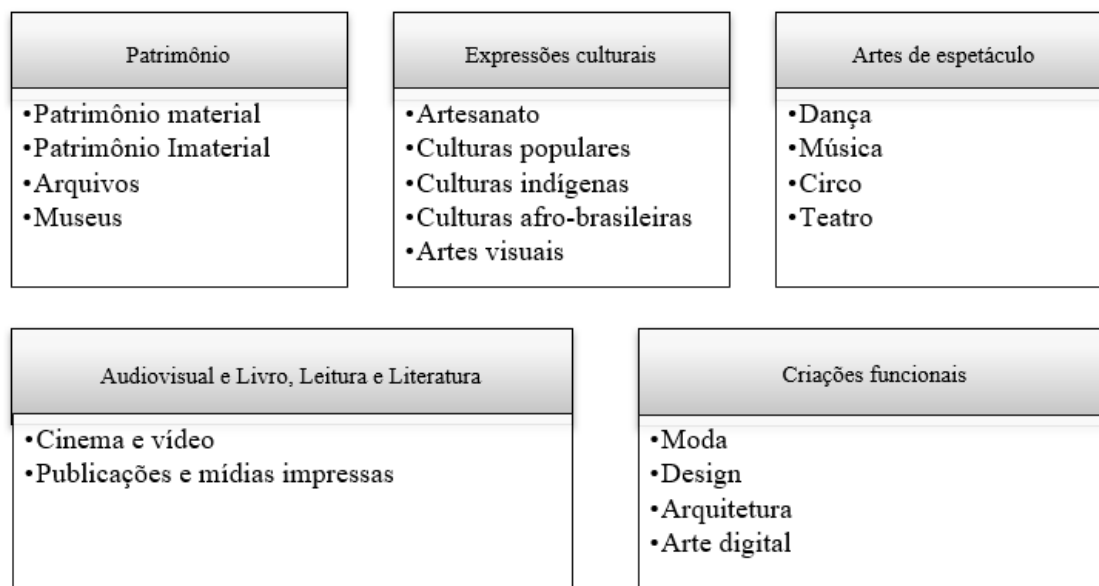
No Brasil, os esforços foram o de, para além de conceituar a Economia Criativa, estabelecer quais princípios iriam nortear as políticas públicas de desenvolvimento do setor criativo. A contextualização do cenário brasileiro foi fundamental para ter clareza dos desafios, do que funcionaria e do que seria preciso. Assim, chegou-se aos quatro princípios que deveriam adequar o setor à realidade nacional, são eles: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social. O país, de proporções continentais, possui uma enorme diversidade cultural que é representada pelas manifestações religiosas, artísticas, culinária e outras mais.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

FIGURA 1 – Escopo dos setores criativos



Fonte: MINC (2011). Elaboração própria.

Tal fato se apresenta como uma imensa vantagem no processo criativo e, portanto, no desenvolvimento da Economia Criativa e da Cultura. A sustentabilidade aparece como outro fator importante e deve ter expressão ao verificar os impactos da Indústria Criativa, indo além dos aspectos econômicos utilizando os indicadores comuns. A Economia Criativa, como também vem sendo cada vez mais exigido dos demais setores da economia, deve ser mensurada além do seu impacto nos agregados econômicos, abordando o ambiental e social, desse modo, verificando se o setor também contribui com o bem-estar e promoção de melhores condições de vida. Outro ponto fundamental do desenvolvimento da indústria criativa no contexto brasileiro é a criação de um ambiente mais inclusivo através da cultura e criatividade, permitindo a produção e geração de renda, como também o acesso da população aos bens e serviços dessa indústria.

A política cultural tem um papel importante para além do desenvolvimento da Economia Criativa e da cultura, a proposta de definição por Teixeira Coelho evidencia que ela é ampla, de fato buscando a resolução de uma problemática por meios além do envolvimento único do Estado, assim, seria entendida:

[...] como programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sob este entendimento imediato, a política cultural apresenta-se assim como o conjunto de iniciativas, tomadas por esses agentes, visando promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável (COELHO, 1997, p. 292).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

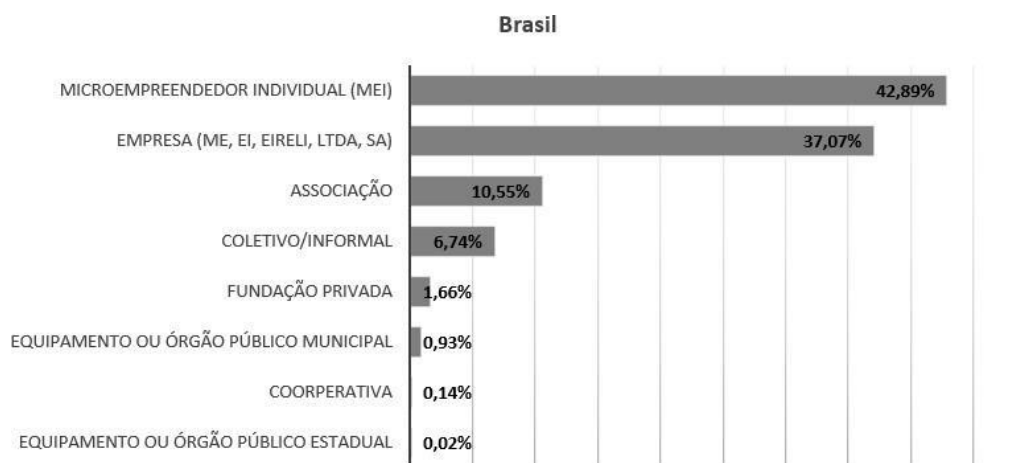
INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

OS PEQUENOS NEGÓCIOS NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA

Visto que esta pesquisa pretende verificar a indústria criativa sob a ótica dos pequenos negócios, é preciso iniciar estabelecendo alguns entendimentos. Primeiramente, ao se referir aos pequenos negócios, estamos direcionando o foco para os microempreendedores individuais (MEI) e as micro e pequenas empresas, mas também considerando a atividade autônoma e informal. O boletim Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE traz em sua edição de novembro de 2012, de acordo com a UNCTAD, a observação que “a estrutura do mercado da Economia Criativa é liderada por micro e pequenas empresas. Este perfil se mantém no Brasil e, em particular, no Rio de Janeiro”.

Foi possível chegar nesse entendimento baseando-se na quantidade de trabalhadores por estabelecimentos, visto a ausência de dados sobre o faturamento desses empreendimentos. Em 2020 foi publicada a Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Culturais e Criativos do Brasil, a qual apresenta dados coletados entre os meses de junho e setembro do mesmo ano. Apesar de estar focada no setor criativo dentro no contexto da pandemia, o estudo revela, entre os participantes, a grande representatividade do Microempreendedor individual, vejamos o resultado na figura 2:

FIGURA 2 – Tipo de organização



Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.

Ainda verificando os dados disponíveis sobre os pequenos negócios, o Balanço Economia Criativa no 4º trimestre de 2021, divulgado pelo Observatório Itaú Cultural, apresenta que os microempreendedores individuais na Economia Criativa somavam cerca de 1.545.929 em todo o país, segundo dados do início de abril de 2022. Os setores mais representativos estão destacados na figura 3.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

FIGURA 3 – Setores representativos do MEI na Economia Criativa



Fonte: Painel de Dados Observatório Itaú Cultural (2022). Elaboração própria.

É permitido inferir que, entre os MEIs, o setor da publicidade e moda representam, juntos, 942.699 dessa figura jurídica, o que representa cerca de 61%. A indústria criativa abrange setores diferentes entre si, com suas características e necessidades particulares. Portanto, acompanhar como esses profissionais estão distribuídos é essencial para pensar sobre estratégias e práticas pertinentes. Ao analisar os microempreendedores individuais por unidade federativa, o boletim revela que a Economia Criativa se concentra na região sul e sudeste do país. Entre as MEIs criativas, a região sudeste representa 53,7% do total, o estado de São Paulo aparece em primeiro lugar (29%) seguido do Rio de Janeiro (11,5%).

A sustentabilidade dos negócios na Economia Criativa é essencial, no sentido de existir um ambiente propício para empreender, que gere segurança para os profissionais criativos produzirem. O objetivo deve ser estruturar negócios que consigam evoluir para uma situação de independência dos recursos e iniciativas do Governo, obtendo a devida orientação de gestão. O Sebrae é uma peça-chave nesse processo, possui um papel importante no estímulo e sustentabilidade das micro e pequenas empresas, divulgando estudos sobre o setor, orientando no que envolve a gestão e formalização dos negócios através de palestras, cursos e até aplicativos que auxiliam o empreendedor. Em seu trabalho de divulgação para promover a formalização dos negócios criativos, o Sebrae listou uma série de atividades que podem ser classificadas como microempreendedor Individual, justamente para afastar esses profissionais da informalidade. Entre as ocupações viáveis para a classificação como MEI encontramos os(as) fotógrafos(as), comerciante de souvenirs, bijuterias e artesanatos, comerciante de instrumentos musicais e acessórios, como também o(a) mágico(a), rendeiro(a), entre outros.

Ademais, o já citado boletim Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE contribui na discussão ao elencar alguns desafios enfrentados no setor. Tais desafios estão associados a ausência de dados e informações, crédito e patrocínio, infraestrutura que atenda a necessidade do setor, observando as diferentes formas de produzir bens e serviços criativos, além da definição de



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

marcos legais. Tratando o caso dos microempreendedores individuais como também das micro e pequenas empresas, é possível inferir que a necessidade de acesso à crédito é um motor importante para iniciar e conseguir se manter no setor, inovando e produzindo.

O fortalecimento dos pequenos negócios representa a oportunidade de promover inclusão social e econômica através da criatividade e cultura. Para exemplificar tamanho impacto, é possível citar o artigo Economia Criativa e Inovação Social: Uma Análise a Partir de uma Comunidade de Artesãos Cearenses (GALLAS *et al.*, 2019). Nele, chama atenção caso de um determinado artesão que, inconformado com a realidade da comunidade que pertencia e com criatividade, buscou empreender a partir das técnicas de produção cultural já utilizadas na comunidade e dos insumos encontrados localmente. Com auxílio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), participou de feiras de artesanato, capacitou-se e adquiriu experiência, assim, gerou um impacto positivo na vida de outros artesãos, visto que a arte ali produzida ficou mais conhecida, expandindo as oportunidades e permitindo que a produção local garantisse renda para os envolvidos.

A ampliação do acesso da população à cultura e busca por desenvolvimento social podem ser obtidas com a promoção da atuação das micro, pequenas e médias empresas. Entretanto, o financiamento é fundamental para que os projetos saiam do papel e promovam a geração de renda, bem-estar e ainda o sentimento de pertencimento, tão importante para a formação da identidade da população. Reis (2006) apresenta alguns dos obstáculos que reduz a participação do setor financeiro tradicional, entre eles, estão a clara dificuldade para mensurar o potencial dessa economia e dos projetos apresentados, além da grande representatividade das micro e pequenas empresas que buscam iniciar suas atividades ou novos projetos.

METODOLOGIA

Através desse trabalho pretende-se examinar a indústria criativa destacando seu papel no desenvolvimento socioeconômico a partir da apresentação de dados do Mapeamento das Indústrias Criativas organizada pelo FIRJAN (2019). Visando apresentar como fortalecer o setor a partir do mapeamento dos desafios enfrentados, principalmente pelos pequenos negócios, serão revisados os principais estudos que abordam o tema, como o relatório A economia criativa brasileira (2018) que foi elaborado em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Outro fator relevante é a crise sanitária que vem sendo enfrentada com profundo impacto - também econômico - a partir de 2020. Apesar de não ser o foco principal do trabalho quanto às barreiras da indústria, é necessário considerá-la nos planos a serem desenvolvidos para o setor, principalmente no curto e médio prazo.

Além disso, será possível contextualizar o cenário enfrentado pela indústria a partir dos estudos elaborados pelo Sebrae. A revisão das publicações da autora Ana Fonseca Reis serão guias relevantes na construção das bases para fortalecimento da indústria, são elas os livros *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento* (2008) e *Economia da Cultura e Desenvolvimento sustentável* (2006).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

SETORES CRIATIVOS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Um grande obstáculo ao estudo e aprofundamento na temática da indústria criativa no Brasil é a ausência de produção de dados estatísticos de forma ampla. Como é abordado na primeira edição do Plano da Secretaria da Economia Criativa, falta uma conta específica para mensurar as atividades e produtos dos setores criativos que façam parte do IBGE, como também uma “diretriz dos órgãos públicos relativa à uniformização da classificação e enquadramento das atividades econômicas e da força de trabalho criativas”. Para além disso, os dados disponíveis são referentes aos empreendimentos e trabalhadores formais, fato que exclui boa parte da produção brasileira dos relatórios elaborados, dado que a economia criativa no país apresenta um elevado grau de informalidade (MINC, 2011, p. 30).

Apesar da dificuldade de dados estatísticos abrangentes, é possível inferir sobre a Economia Criativa e os desafios que a acompanham. Alguns desafios estão relacionados com a implantação da indústria como política de desenvolvimento e, portanto, contempla o que será preciso enfrentar para que o país consiga adotar uma estratégia coerente e particularizada. Outros desafios são próprios das empresas e indivíduos que enxergam potencial no setor e decidem empreender.

Concentrando, inicialmente, no que o Ministério da Cultura mapeou como sendo os desafios da Economia Criativa brasileira, observaremos os cinco desafios definidos. A insuficiência de dados impede que haja análises profundas do impacto da Indústria Criativa na economia e nas demais camadas sociais que pode ter influência, o que pode levar o setor a não ter o devido reconhecimento e atenção das políticas públicas pelo fato de não compreender a dimensão do setor. Tolila (2007) retrata bem a importância do acúmulo de conhecimento sobre o setor para que a tomada de decisão seja assertiva.

[...] Enquanto um país não tiver desenvolvido um mínimo de ferramentas eficazes de observação (públicas ou privadas, não importa), suas capacidades estratégicas de desenvolvimento cultural ficarão travadas, as decisões serão tomadas em função do momento, ou mesmo de um capricho, e consequências das orientações fixadas serão pouco previstas e fortemente contestadas (TOLILA, 2007, p. 109).

Ainda entre os desafios apresentados no relatório, verifica-se a articulação e estímulo ao fomento de empreendimento criativos, formação e desenvolvimento de competências criativas, infraestrutura para produção e acesso aos bens e serviços criativos e, por último, a criação de adequação de marcos legais que sejam capazes de atender as especificidades do setor (MINC, 2011, p. 35-36). Esses desafios devem estar bem definidos e incorporados nos planos de desenvolvimento, sendo foco nas estratégias e políticas públicas adotadas.

O ambiente digital já é realidade na sociedade atual, sendo, inclusive, parte da estratégia para o crescimento dos diversos negócios, não seria diferente para o setor criativo. Entretanto, ao tratar do meio digital, surge também a necessidade de entender os impactos da exclusão digital no desenvolvimento do país em diversas áreas. Apesar da enorme transformação digital vivenciada atualmente, fortemente impulsionada pela pandemia da COVID-19, ficou evidenciado a desigualdade de acesso existente. O interesse na inclusão digital justifica-se visto que representa um canal relevante no acesso às manifestações culturais, abrindo novas formas de consumo e produção



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

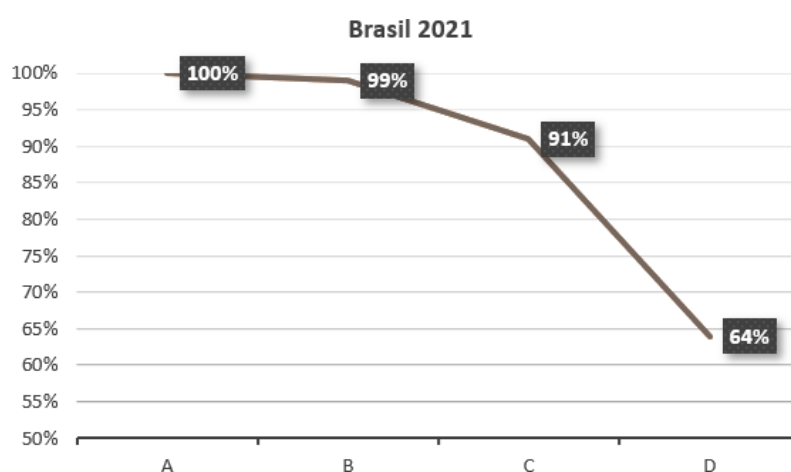
INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

(REIS, 2006, p. 118). Também é possível observar que sua inexistência cria um grande abismo entre os negócios que possuem a rede como canal de expansão e desenvolvimento, conseguindo explorar novas oportunidades, enquanto outros encontram-se totalmente afastados dessa realidade.

As limitações de acesso são várias, as disparidades são visíveis entre as classes de renda, educação e escolaridade, a infraestrutura também impacta na qualidade e distribuição do acesso, além do fator custo. O relatório O abismo digital no Brasil, realizado pelo Instituto Locomotiva e a Consultoria PwC, baseando-se em duas pesquisas feitas em 2021, foi divulgado em 2022 e verifica como a desigualdade se apresenta neste tópico. O estudo ressalta uma grande disparidade no índice de conexão entre classes de renda, raça, escolaridade e rede pública e privada de ensino. A seguir, na figura 4, observa-se o resultado focando na percentagem de pessoas com acesso à internet a partir da ótica da renda.

A figura 4 evidencia a disparidade de acesso à internet com base na renda dos respondentes. Apenas 64% dos pertencentes à classe D possuem acesso à internet. O estudo ainda apresenta os hábitos de acesso, 20% da população se encaixa na categoria de desconectados, isso representa 33,9 milhões de brasileiros. O aprofundamento nessa temática se justifica devido às transformações observadas no mercado, e aceleradas pela pandemia da COVID-19. Muitos negócios tiveram que inovar e se reinventar apostando no comércio *online*, buscando novas oportunidades que foram viáveis devido o acesso às redes.

FIGURA 4 – Percentagem de pessoas com acesso à internet – classe social



Fonte: PwC (2022). Elaboração própria.

O documento A economia criativa brasileira (2018) apresenta uma análise dos pontos fortes, vulnerabilidades, oportunidades e riscos para a Economia Criativa no Brasil. Entre os pontos de vulnerabilidades que precisarão ser enfrentados, destacam-se a pobreza e desigualdade que trata

RECIMA21 - Ciências Exatas e da Terra, Sociais, da Saúde, Humanas e Engenharia/Tecnologia



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

dos talentos existentes que não possuem acesso ao setor, sabemos que as dificuldades são diversas, a vulnerabilidade social dificulta tanto o empreendimento no setor quanto o consumo. Nas oportunidades, a construção de capacidade digital é um dos destaques. A inclusão e o desenvolvimento da capacidade digital representam uma grande oportunidade para expandir o setor criativo, o documento ressalta o foco em plataformas digitais móveis e capacitação dos empreendedores. É importante ressaltar a atenção aos empreendedores rurais e marginais, reduzindo o abismo digital existente.

Por fim, entrando na seara da gestão e posicionamento, é identificado que o setor demanda uma formação empreendedora para se manter no mercado. Já foi posto que o Sebrae possui papel fundamental na sustentabilidade das micro e pequenas empresas a partir dos seus programas, mas essa é apenas uma das possíveis ferramentas para tratar do problema de gestão e manutenção dos negócios. Por isso, a presença de iniciativas que promovam a educação formal, qualificação dos envolvidos no setor, valorização das profissões criativas e inclusão digital são tão importantes para situar esses negócios e promover a sustentabilidade. E claro, tais iniciativas devem estar atentas à questão da pobreza e desigualdade de oportunidade, que representa uma grande vulnerabilidade do país.

OS IMPACTOS DA COVID-19 NA ECONOMIA CRIATIVA

A pandemia da COVID-19 afetou a indústria de maneiras distintas, enquanto alguns setores foram impulsionados pela nova realidade, outros foram impactados negativamente de maneira profunda. Antes, voltemos a atenção para a já mencionada pesquisa Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Culturais e Criativos do Brasil para verificar o perfil dos participantes dessa economia. O documento apresenta dados sobre os trabalhadores do setor criativo que permitem entender e construir um perfil dos integrantes. Ao olhar para o tipo de vínculo no trabalho mais recente dos respondentes (figura 5) já se verifica como esse setor tem uma alta representatividade de autônomos/informais.

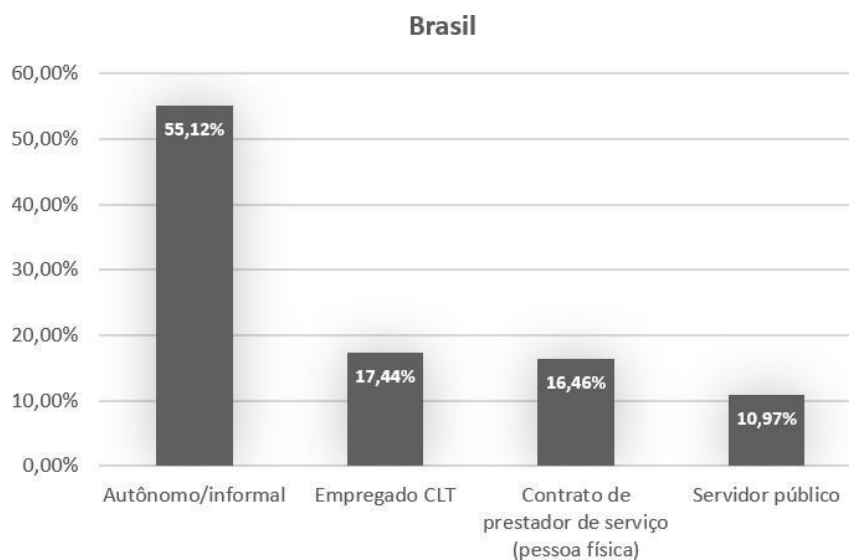
Observamos que 55,12% respondem como autônomo/informal, fato que corrobora com a constatação feita anteriormente referente à abrangência dos dados do setor criativo por ser investigado baseando-se no setor formal da economia. No que diz respeito à renda mensal, as faixas de renda com maior concentração dos respondentes são de 2 a 3 salários-mínimos, de 1 a 2 e até um salário-mínimo, respectivamente (ver figura 6).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

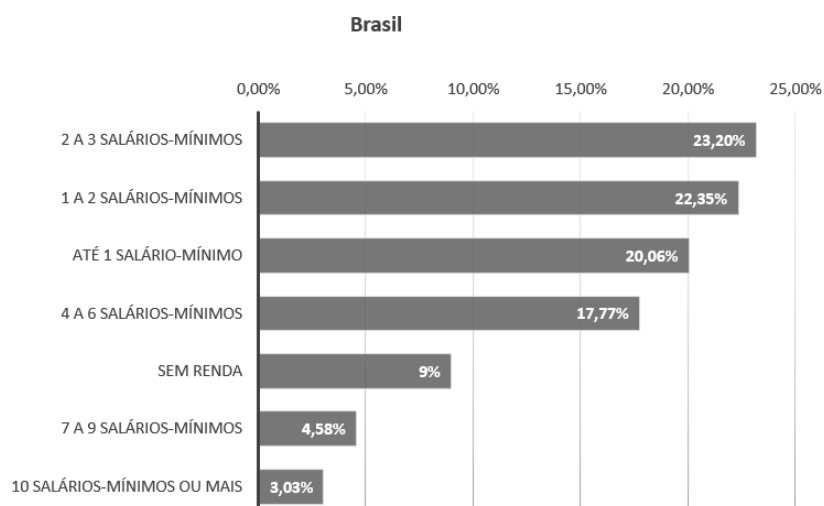
INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

FIGURA 5 – Tipo de vínculo no trabalho mais recente



Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.

FIGURA 6 – Renda mensal no Brasil com base na pesquisa da UNESCO



Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.



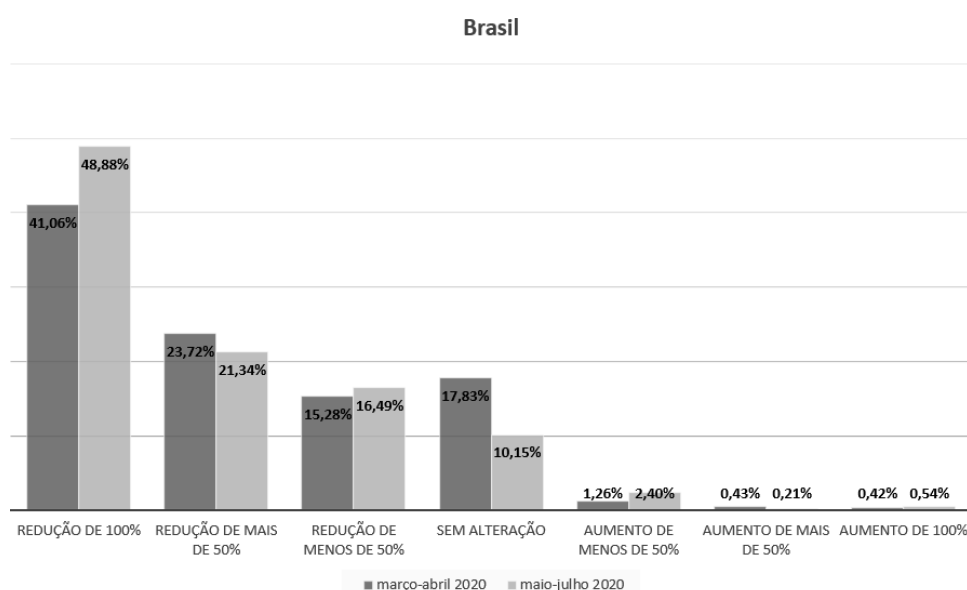
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

O isolamento social, medida adotada durante a pandemia da COVID-19 no intuito de controlar a contaminação da doença, teve efeitos no setor criativo e cultural. O período foi marcado por comércios, cinemas e teatros fechados, shows cancelados ou adiados, observou-se também uma crescente no uso das redes e procura por atividades realizadas de forma que não infringisse a recomendação de ficar em casa durante o período. A exemplo de setor que manifestou crescimento durante o período pandêmico, os jogos eletrônicos apresentaram no ano de 2020 crescimento de 20%, movimentando US\$ 165,9 bilhões mundialmente, como destacado em matéria pelo jornal Valor (2021).

Entretanto, é inegável os efeitos negativos da pandemia da COVID-19 para alguns setores e seus profissionais. Tanto foi o impacto, que o Governo Federal regulamentou a Lei Aldir Blanc que destina recursos ao setor cultural, buscando apoiar os profissionais afetados. As perdas de receita também foram foco da pesquisa da UNESCO que mostra os resultados para os meses de março a julho de 2020. Para os meses de março e abril, 41% dos respondentes relatam uma redução integral da receita, o número ainda é maior para os meses de maio a julho, subindo para quase 49%. Para redução de mais de 50%, os números foram de 23,72% seguido de 21,34% entre maio e julho. Uma parcela muito pequena, 17,83% relatam não ter alteração na receita para os meses de março e abril, essa parcela é ainda menor, sendo 10,15%, para os meses de maio a julho. Verifica-se então que, em alguma medida, a redução da receita foi realidade para a maioria dos profissionais desse setor (figura 7).

FIGURA 7 – Impacto da COVID -19 sobre a receita



Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.



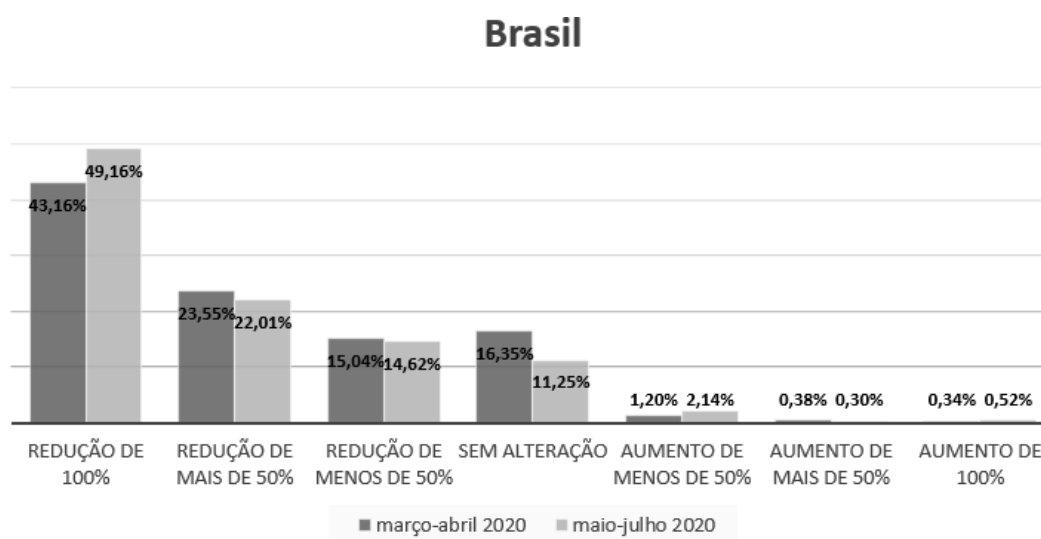
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

No que se refere aos impactos na cadeia produtiva, a pesquisa investigou como as contratações no setor criativo se comportaram entre os meses de março e julho de 2020. O resultado mostra que as contratações de serviço de terceiros tiveram uma redução muito significativa, 43,16% das respostas obtidas retratam a redução de 100% entre os meses de março e abril, porém, o número é ainda maior de maio a julho, indo para 49,16% (figura 8).

Entretanto, o ano de 2021 representou um alívio para o setor que começou a verificar números mais animadores. O já citado Balanço Economia Criativa no 4º trimestre de 2021, apresentou dados sobre o desenvolvimento do setor criativo que, entre outros destaques, indicam a recuperação da Economia Criativa. Concentrando-se na evolução dos postos de trabalho do setor, expostos da figura 9, houve a criação de quase 856 mil postos de trabalho no quarto trimestre de 2021 em relação ao mesmo período de 2020. Esse crescimento, representado por uma taxa de 13%, é expressivo e um tanto maior, em termos percentuais, que o crescimento da economia brasileira no mesmo intervalo de tempo.

FIGURA 8 – Impacto da COVID -19 na cadeia produtiva em contratação de serviços de terceiros



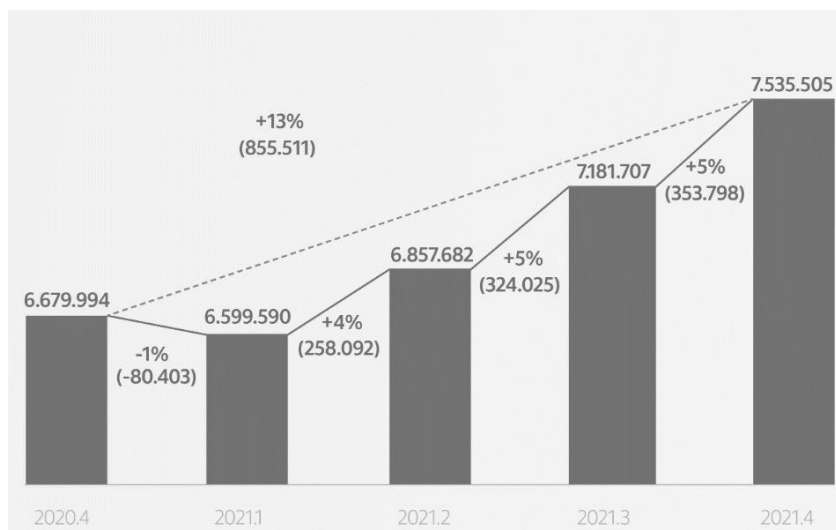
Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

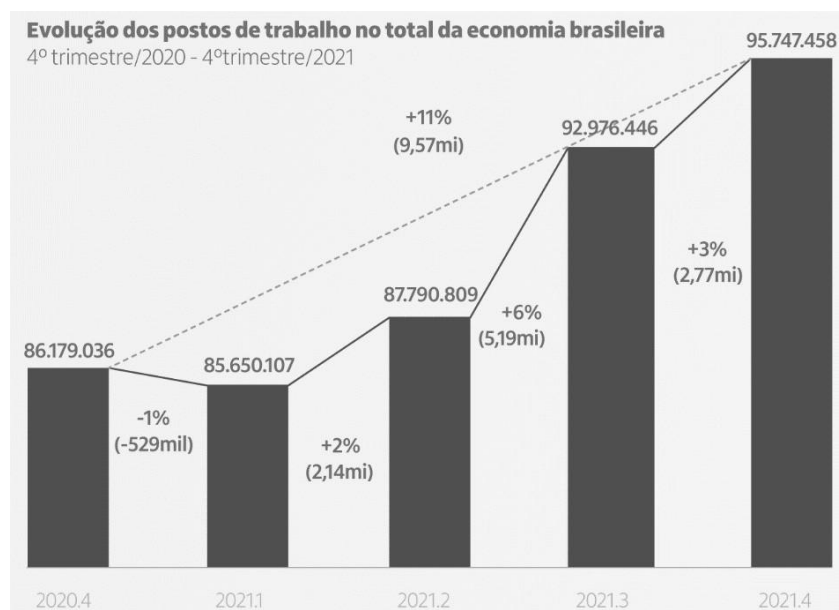
FIGURA 9 – Evolução dos postos de trabalho na economia criativa



Fonte: Painel de Dados Observatório Itaú Cultural.

Apesar dos efeitos negativos da pandemia da COVID-19 na economia mundial, com destaque para o setor criativo, é observada uma retomada do crescimento, aqui representado pelo emprego (figura 10). A retomada do setor criativo apresenta taxas semelhantes ao da economia do país, ambas apresentam uma queda de 1% entre o quarto trimestre de 2020 e o primeiro de 2021, com recuperação logo em seguida.

FIGURA 10 – Evolução dos postos de trabalho no total da economia



Fonte: Painel de Dados Observatório Itaú Cultural.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

A crise sanitária da COVID-19 trouxe uma série de obstáculos para a Economia Criativa que demandam estudos acerca do tema. Nesse contexto, é clara a necessidade de obter dados macro e microeconômicos para orientar as análises, estabelecer um consenso a respeito dos conceitos e metodologia para a realização dos estudos. Além disso, o setor deve estar ciente e preparado para enfrentar os desafios, já existentes e atuais, desenvolvendo novos procedimentos para a gestão dos negócios, utilizando e expandindo novas formas de produção, estratégias de posicionamento e atendendo as transformações impulsionadas pela pandemia.

DESENVOLVIMENTO A ECONOMIA CRIATIVA E CULTURAL

O Brasil possui um gigantesco potencial de desenvolvimento da indústria criativa devido a diversas características que o favorece, dentre elas está sua diversidade cultural. Essa é tão grande que percorre as diferentes regiões do país, até permitindo observar em diferentes localidades de um mesmo estado, profusas diferenças culturais. Por esse motivo, qualquer iniciativa deve estar fortemente alinhada com o contexto e características da localidade.

Conforme demonstra Reis (2006), ao relatar o caso da França na década de 1950, precisa existir clareza entre a democracia das manifestações culturais e a democracia cultural, termos aparentemente semelhantes, mas com significados práticos diversos. A democracia das manifestações culturais aborda o acesso à cultura de forma ampla, permitindo a liberdade de escolha, seja de produção ou consumo, dos diferentes tipos de expressões culturais. É possível ligar esse estudo de caso ao Brasil, como já abordado, a diversidade do país é gigantesca, como também são as manifestações culturais. As manifestações culturais e a forma de produzir devem ser respeitadas e entendidas dentro do seu lugar de existência para que a inclusão social e a política cultural sejam efetuadas de maneira competente. Assim, a autora aborda os conceitos da seguinte maneira:

Ao passo que a diversidade cultural contempla a existência de uma pluralidade de culturas, em oposição a uma cultura monolítica, a democracia cultural pressupõe a existência não apenas de um público, mas de vários públicos dentro dele. Não se trata de induzir as pessoas a aceitarem ou apreciarem um determinado tipo de cultura, mas de permitir-lhes conhecer todo o repertório possível e ampliar com isso suas opções de escolha. (REIS, 2006, p. 117).

Sabemos que a economia criativa e cultural representa uma oportunidade de desenvolvimento socioeconômico com valor expressivo. Considerando a importância que o setor possui, a estratégia de desenvolvimento deve ser pautada em impactar para além dos principais indicadores econômicos (REIS, 2006).

Qualquer política pública precisa estar alinhada com as demandas do mercado e comprometida com a geração de impactos positivos na sociedade. Para isso, diversas estratégias se formam, mas para a prática é indispensável a análise de contexto e aplicação das devidas adaptações. É o que afirma ainda a autora Ana Fonseca Reis (2006), a implementação de qualquer estratégia passa por viabilizar o atendimento das características de onde será introduzida, conduzindo a um desenvolvimento sustentável que aproveita o potencial interno. No momento, as estratégias devem ir além do foco no crescimento do setor, mas sim vislumbrar uma retomada



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

sustentável com o devido entendimento do impacto causado pela crise sanitária da COVID-19 na economia.

Um exemplo de projeto que engloba alguns desses aspectos importantes para o desenvolvimento estratégico é o Criado em Samba, um dos estudos de caso que o relatório A economia criativa brasileira (2018) aborda. Financiado pelo Conselho Britânico, o projeto tem como objetivo criar condições para que jovens das periferias de São Paulo empreendam negócios culturais e criativos. Assim, busca fornecer treinamentos para habilitar os participantes para empreender no setor criativo, promovendo o desenvolvimento social e redução da desigualdade econômica. O projeto envolve parcerias local e internacional, ferramenta importante na promoção do desenvolvimento e trocas de conhecimento. Localmente, o projeto conta com a parceria da ADESAMPA, que como o relatório descreve:

[...] Tem como foco o crescimento econômico, atraindo investimento interno, reduzindo desigualdades regionais, aumentando a competitividade econômica e apoiando a criação de postos de trabalho e renda pelo empreendedorismo, economia social e inovação tecnológica. (TOM FLEMING CREATIVE CONSULTANCY, 2018, p. 41).

O projeto nasceu com objetivos que conversam com o contexto brasileiro, atingindo os pontos que o país tem de vulnerabilidade e oportunidade. A inclusão social e a formação por meio de treinamentos e prática empreendedora são exemplos de direcionamento que as iniciativas públicas e privadas devem ter.

A INCLUSÃO DIGITAL COMO ESTRATÉGIA

A inclusão digital pode impulsionar a geração de riqueza, representar uma excelente forma de expandir o posicionamento no mercado dos diversos negócios e outros tantos benefícios. A análise realizada pela PwC presente no documento O abismo digital no Brasil relata uma injeção de pelo menos US\$ 6,5 trilhões ao PIB global até 2030 e criação de 5,3 milhões de empregos (líquidos), sendo isso possível a partir de investimento acelerado na qualificação e requalificação de trabalhadores. Entende-se que a inclusão digital é relevante e impacta de diferentes formas os setores da economia.

A pesquisa de percepção dos impactos da COVID-19 nos setores cultural e criativo do Brasil (UNESCO, 2020) revela a visão dos profissionais da Economia Criativa quando questionados sobre o setor e a inserção no meio digital. Sobre a percepção dos indivíduos de fornecer seu produto/serviço por meio digital, 60,76% afirmam que é parcialmente possível, 24,86% afirmam que é totalmente possível e apenas 14,38% afirmam não ser possível utilizar o formato. Entretanto, mesmo que o produto/serviço possa ser fornecido por meio digital, existem outras variáveis em torno dessa questão que também precisam ser avaliadas.

No que concerne aos custos para ter acesso à internet, 49,40% dos respondentes percebem os custos como elevados (figura 11). O alto custo é um fator expressivo na explicação da ausência de acesso à internet. Dos domicílios sem acesso à essa tecnologia, 68% apontam o alto preço como razão para não efetuar a contratação do serviço (PwC, 2022). Outro ponto relevante é a qualidade do

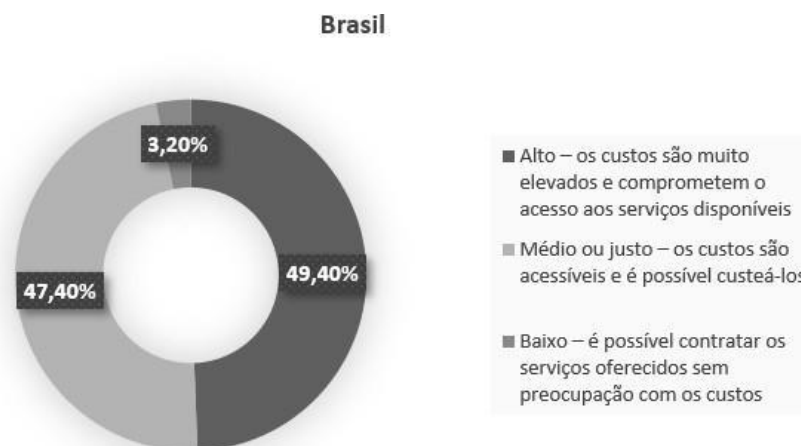


RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

acesso, 29,2% respondem ter oferta, mas sem qualidade e 8,2% afirmam que não há oferta do serviço, limitando a oferta a lugares específicos no município ou, de fato, a não disponibilidade (UNESCO, 2020).

Figura 11 – Classificação do custo dos serviços de acesso à internet



Fonte: UNESCO (2020). Elaboração própria.

Tolila (2007) menciona a vantagem competitiva que o mercado cultural pode ter ao impulsionar seu poder de distribuição fazendo uso da tecnologia digital e internet. A indústria cultural vem passando por uma profunda transformação no modo que produz e fornece seus bens e serviços por causa do avanço da tecnologia e mudanças no hábito de consumo, surgidas pelo advento das mídias digitais. É fácil identificar que a forma de ouvir música, assistir um filme e ler um livro mudou para grande parte da população. Um exemplo interessante abordado por Ana Fonseca Reis (2006) é a visita à museus digitais. O formato proporciona uma experiência diferente, além de conseguir ampliar o acesso das pessoas que possuem interesse, mas que, por algum motivo, não conseguiria vivenciar. A indústria teve que se adaptar e entender como utilizar as novas ferramentas de forma positiva para o próprio negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É indiscutível a relevância da economia criativa para o desenvolvimento econômico, tanto pela ótica da indústria no cenário brasileiro quanto para os pequenos empreendimentos. A economia criativa não pode ser desvinculada da cultura, ao passo que a cultura influencia como os indivíduos se comportam e como funciona seu processo de criação, dada a sua bagagem de experiência.

Foi necessário ter clareza quanto ao entendimento da Economia Criativa como ponto de partida para definir as estratégias vindas da esfera governamental para com o setor. Definir quais atividades fazem parte e o que se encaixam em qual setor é imprescindível pois altera a percepção da sociedade sobre o setor, altera os marcos legais a que pertence, entre outras consequências.

RECIMA21 - Ciências Exatas e da Terra, Sociais, da Saúde, Humanas e Engenharia/Tecnologia



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

Para além disso, foi exposto que no início das discussões internacionais sobre Economia Criativa, os países estabeleceram definições e entendimentos particulares para a sua realidade. Por esses fatores é tão relevante começar a análise do setor criativo tendo em mente o seu significado e abrangência.

O setor criativo não pode estar afastado das políticas pública pois precisa de fôlego para que se desenvolva e, eventualmente, torne-se independente, o que levará tempo tendo em vista os desafios enfrentados. O acesso à crédito, inclusão digital, dados periódicos e amplos para a tomada de decisão representam alguns dos tópicos a serem tratados com atenção pois são obstáculos atuais, mas que representam, também, grande oportunidade de investimento.

Fica claro, a partir dos dados expostos, que os pequenos negócios representam a fatia dominante na Economia Criativa. Tal fato, justifica uma análise profunda dos desafios particulares desse recorte do setor que compartilha com os demais profissionais e empreendedores desafios comuns, mas que também possui necessidades particulares. A pandemia da COVID-19 representa um ponto de virada grande, não só no setor criativo, mas na economia inteira. Foi possível verificar que, mesmo sendo um dos setores mais impactados com o distanciamento social, a Economia Criativa tem se recuperado em passos semelhantes aos demais setores da economia brasileira. A pandemia pode ser observada como um motor de transformação, abriu caminhos para novos negócios e reinvenção dos já consolidados.

Ademais, tendo em vista a importância do setor tecnológico e seu potencial de crescimento e geração de riqueza, seu estudo atrelado ao setor criativo parece um campo promissor para pesquisas futuras. Assim sendo, uma proposta de estudo adicional poderia ser a verificação de como a Economia Criativa pode se beneficiar dos avanços tecnológicos e quais as estratégias possíveis para preparar o país para essa realidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <https://garimposolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em 15 maio 2022

COELHO NETTO, José Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: FAPESP/Iluminuras, 1997. Disponível em: <https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Coelho-Dicionario-critico-de-politica-cultural.pdf>. Acesso em 15 maio 2022.

FIRJAN. Mapeamento da Indústria **Criativa no Brasil**, Rio de Janeiro, fev. 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2022.

GALLAS, J. C.; PIMENTA, A. A.; GONÇALO, C. R.; RODRIGUES, R. B. Economia Criativa e Inovação Social: uma análise a partir de uma comunidade de artesãos cearenses. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 17, n. 49, p. 176–190, 2019. DOI: 10.21527/2237-6453.2019.49.176-190.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS
Amanda Vitória da Silva Félix, Maria Fernanda Gatto

ITAÚ CULTURAL. **Balço Economia Criativa no 4º Trimestre de 2021**. São Paulo: Itaú Cultural, 2022. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/balanco-economia-criativa-no-4o-trimestre-de-2021>. Acesso em: 18 maio 2022.

MINC – Ministério da Cultura. **Plano da Secretária da economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília: MINC, 2011.

PWC. **O abismo digital no Brasil**: como a desigualdade de acesso à internet, a infraestrutura inadequada e a educação deficitária limitam nossas opções para o futuro. São Paulo: PwC, 2022. Disponível em: https://www.pwc.com.br/pt/estudos/preocupacoes-ceos/maistemas/2022/O_Abismo_Digital.pdf. Acesso em: 20 maio 2022.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. Barueri: Manole, 2006.

SEBRAE. **Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE**. Rio de Janeiro: Sebrae: 2012. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_nov12_ec_crtv.pdf. Acesso em: 12 maio 2022.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas**. Rio de Janeiro: Sebrae: 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2022.

SOUSA, Ana Pula. Distanciamento na pandemia impulsiona indústria de games no Brasil. **Jornal Valor**, 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/04/16/distanciamento-na-pandemia-impulsiona-industria-de-games-no-brasil.html>. Acesso em: 20 maio 2022.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia**: Problemas, Hipóteses, Pistas. São Paulo: Iluminuras Itaú Cultural, 2007.

TOM FLEMING CREATIVE CONSULTANCY. **A economia criativa brasileira**, [S. l.]: British Council, 2018. Disponível em: https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil_economia_criativa_online2-fg.pdf. Acesso em 18 mar. 2022.

UNESCO. **Pesquisa de percepção dos impactos da COVID-19 nos setores cultural e criativo do Brasil**: resumo. [S. l.]: UNESCO, 2020. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375069?posInSet=13&queryId=341e9048-f941-45cf8445-efdb43251ed0>. Acesso em: 15 maio 2022.