



Economia criativa ganha espaço e torna-se alternativa a profissões tradicionais

Especialistas apontam a mudança nos mercados como inevitáveis, mas positivas para os empreendedores

Por Daniel Gois*

04/05/2019 06h22 - Atualizado há 2 dias



Marco Riveiros, sócio e fundador da Zero Treze Innovation Space: economia focada em resultados — Foto: Daniel Gois/Arquivo Pessoal

Daqui a cinco ou dez anos, 80% das profissões que conhecemos não existirão mais. É o que prevê Marco Riveiros, sócio e fundador da Zero Treze Innovation Space. Ele alerta para o crescimento da economia criativa e o impacto das mudanças tecnológicas.

“Nos próximos anos, as pessoas estarão sendo formadas em profissões que hoje não existem. Todos os mercados vão sofrer transformações, umas mais e outras menos agressivas”.



A praticidade é um ponto importante do mercado criativo. As inovações tecnológicas e a criatividade permitem que o negócio possa surgir e crescer dentro da própria residência do empreendedor, por exemplo. “Tem muita gente dentro da economia criativa que não é CNPJ”, aponta Santiago Gonzalez, um dos fundadores do Laboratório de Inovação de Impacto Lab4D. “São artistas, arquitetos, designers, freelancers. O discurso da linha de emprego vai mudando. Você gera valor a partir da criatividade, e isso pode ou não ser empresa”.

Na contramão do mercado convencional, a economia criativa gerou 25.500 postos de trabalho e R\$ 171,5 bilhões em 2017, o que representou 2,61% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, segundo dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), responsável pelos cálculos nesse segmento.

“É uma economia muito focada na entrega de resultados”, aponta Marco Riveiros. “Às vezes, você pode demorar apenas duas horas para desenvolver o necessário. O modelo de oito horas trabalhadas está morrendo. As empresas que continuarem trabalhando dessa forma terão dificuldade para reter talentos”, ressalta.

Há cinco anos, Eduardo Bittencourt tomou a decisão de deixar o emprego com carteira assinada para viver do empreendedorismo. Hoje, CEO e fundador da aceleradora de startups Spacemoon, ele destaca que o trabalho braçal tende a ser substituído ainda mais pelas máquinas, o que deve gerar mais espaço para o mercado criativo. “Vai ter emprego para quem faz o que a máquina não faz. É questão de ideias, de novos modelos de negócio. Quanto mais se inova, maior é a chance de se ter um bom faturamento”.

Os microempreendedores e microempresas são grandes alvos do mercado criativo, mas segundo Riveiros, a decisão de empreender passa por diversos fatores. “Precisa chegar à conclusão de que isso pode gerar valor não só para uma instituição, mas também para um ou mais mercados. A necessidade de renda também é importante, se precisa ser mensal fixa ou uma que o próprio empreendedor possa construir. No começo é um risco, que também pode ser um impulso”.

Santiago Gonzalez também destaca a possibilidade de criar um negócio a partir do talento e criatividade de cada um. “Você, naturalmente, vai fazer aquilo com alegria, alma e prazer. É quando empreender vira algo divertido”.



“O que motiva a economia criativa é a vontade de resolver problemas”, diz Thiago Ferauche — Foto: Daniel Gois/Arquivo Pessoal

Habilidades necessárias

Para Thiago Ferauche, professor de desenvolvimento de aplicativos para mídias digitais, o equilíbrio entre conhecimento técnico e criatividade é fundamental para o profissional de economia criativa. “Não dá para priorizar um ou outro. É preciso enxergar coisas novas, que não estão ali naquele momento, mas também é necessária a capacidade técnica para fazer aquilo acontecer”.

Ferauche destaca, ainda, a capacidade de ser crítico como outra característica relevante. “Precisa ser uma pessoa incomodada com algo e sente a necessidade de inovar. O que motiva a economia criativa é a vontade de resolver problemas. Os grandes aplicativos que deram certo partiram dessa necessidade. Nem sempre é questão de ganhar dinheiro. O modelo de negócio para lucrar vem depois”.

Riveiros aponta o lado emocional e a capacidade de interação social como habilidades necessárias, mas faz uma ressalva quanto à qualificação dos profissionais. “O gargalo ainda é a educação. Todas as empresas do País, mesmo que sejam conservadoras, terão que passar por uma transformação digital. Mas quem são os profissionais que vão proporcionar essa transformação? Eles ainda precisam ser formados, porque não existem. Temos milhões de desempregados por falta de qualificação, ou porque são qualificados em algo que já não está mais em evidência”.

“O mais importante é a resiliência”, aponta Bittencourt. “É preciso continuar batalhando pelo seu propósito. É preciso estar aberto a conhecimentos, partilhar essa ideia para ter novos insights. É preciso se apaixonar pelo problema, não pela solução. Quando você está aberto a novas soluções, tem uma chance maior de dar certo”.

O CEO da Spacemoon lembra que a economia criativa pode ser uma saída para os cerca de 13 milhões de desempregados no Brasil. “Estamos num momento muito propício para o empreendedorismo. Cada vez mais as pessoas perderam os empregos e a criatividade teve que entrar em ação. Por natureza, o povo brasileiro já é muito criativo. A ocasião potencializou ainda mais. A internet ajuda as pessoas informais a alcançarem uma escala maior, antes mesmo de passar para um CNPJ ou sede física própria”.



Santiago Gonzalez, do Lab4D, vê a geração de de valor a partir da criatividade — Foto: Daniel Gois/Arquivo Pessoal

**Sob supervisão de Alexandre Lopes.*