

MANIFESTAÇÕES DA CRIATIVIDADE E SUA CONDIÇÃO CENTRAL NA ECONOMIA E NA CULTURA

Henrique Muzzio¹

As pessoas inovadoras deixam as considerações práticas de lado porque pensar em logística leva a pensar em lógica, o que freia os saltos que a mente precisa dar para criar algo único.

Rod Judkins

INTRODUÇÃO

O objetivo desse ensaio é ilustrar distintas formas de criatividade e evidenciar a importância da capacidade criativa para suprir a sociedade de demandas econômicas, sociais e culturais. A criatividade é uma característica humana que nos proporcionou benefícios ao longo do tempo nas mais diferentes áreas. Através de novos conhecimentos, foram criados produtos, serviços e processos que estão disponíveis para a sociedade, ainda que existam críticas pertinentes ao que chamamos de progresso. No contexto organizacional, a chamada economia criativa explorou a criatividade, desde sempre presente, e organizou um conceito econômico no qual a

¹ Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas. Professor Adjunto da Universidade Federal de Pernambuco. <http://lattes.cnpq.br/1042906766573631>. <https://orcid.org/0000-0002-9818-5810>. henrique.muzzio@ufpe.br. Endereço para correspondência: Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Administrativas. Av. dos Funcionários, s/n, Cidade Universitária. Recife, PE, Brasil. CEP: 50740-580. Telefone: (55 81) 21268368.

criatividade está no centro do processo produtivo. Nesse sentido, a criatividade passa a ocupar um lugar de destaque no cenário socioeconômico quando a capacidade de criar passa a ser valorizada como uma condição ímpar, capaz de ser mais um tipo de acelerador da inovação e da competitividade organizacional. Esse processo proporcionou a interpretação sobre a criatividade em um novo patamar de protagonismo e valorização que pode ser utilizado por indivíduos, organizações e governos com ganhos para a sociedade em geral, inclusive, como uma forma alternativa de desenvolvimento que possibilite mais inclusão social e menos desigualdade econômica.

D acordo com o British Council (2005, p. 5), as atividades criativas “são aquelas que possuem sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para geração de empregos e riquezas por meio da geração e exploração da propriedade intelectual”.

Embora a criatividade seja uma característica de todos os indivíduos e tenha sido fundamental para todas as criações ao longo da trajetória humana, sob o ponto de vista de uma concepção econômica, podemos considerar que é um campo em formação e, nesse sentido, há ainda muito a ser analisado e compreendido no âmbito produtivo e no domínio acadêmico sob suas nuances e aplicabilidades.

A economia criativa representa atividades produtivas de inúmeros setores econômicos. Artes plásticas, cinema, teatro, música, literatura, jogos eletrônicos, pintura, fotografia, sítios arqueológicos e artesanato são exemplos de atividade classificadas como criativa (UNCTAD, 2010) e nos dão uma ideia das amplas dimensões desse campo e como seu escopo pode ser representativo na sociedade contemporânea.

A classe artística responde por uma significativa produção de bens e serviços simbólicos que expressam valores culturais e difundem distintas formas de arte,

possuidoras de valor econômico e responsáveis pela ocupação e pela renda de milhões de pessoas ao redor do mundo. Esse é um movimento crescente e estimativas apontam uma participação cada vez maior da economia criativa na economia global (UNCTAD, 2010) e brasileira (FIRJAN, 2016).

Uma boa parcela da produção criativa acaba por ser um contraponto à economia de produção fordista, eternizada em sua representação de linha de montagem. Na economia criativa, é significativa a participação da produção artesanal, possuidora de um valor cultural regional, o que lhe confere um contraponto ao modelo industrial massificado.

A economia criativa é um campo que congrega cultura e geração de valor econômico, nesse sentido, deve ser de interesse de vários atores sociais. Deve ser objeto de fomento do poder público em seus diversos níveis no intuito de potencializar ainda mais a força dessas atividades. No âmbito organizacional, os gestores devem buscar melhor compreender como a criatividade pode ser evidenciada para produzir bens e serviços com valor cultural agregado. No nível individual, o uso da criatividade pode ser uma poderosa ferramenta de manifestação da arte, alinhado a uma ocupação econômica.

Essa economia não irá acabar com a economia tradicional de produção de bens. Sempre haverá a demanda por produtos e componentes físicos que permitirão o uso de soft e aplicativos, esses, os grandes protagonistas de uma economia informacional. Porém, a tendência é uma crescente importância da criatividade na economia em geral. Seja por tempo mais livre dos trabalhadores em função da inteligência artificial e robótica no mundo dos negócios, seja pela maior valorização de produtos culturalmente engajados ou, seja pelo comportamento de uma nova classe consumidora que valoriza produtos individualizados, a economia criativa vem demonstrando sua aguda importância socio econômica.



Figura 1. Tradição Cultural

Fonte: Acervo do autor.



Figura 2. Arte Mística

Fonte: Acervo do autor.



Figura 3. Pintura

Fonte: Acervo do autor.



Figura 4. Sons Locais

Fonte: Acervo do autor.



Figura 5. Artesanato Comunitário

Fonte: Acervo do autor.



Figura 6. Tradição Musical

Fonte: Acervo do autor.



Figura 7. Arte Gastronômica

Fonte: Acervo do autor.



Figura 8. Criação Artística

Fonte: Acervo do autor.

FATOS E FOTOS

As fotografias aqui expostas foram produzidas pelo autor desse texto em diferentes viagens no Brasil e no Exterior. Elas complementam e dialogam com as ações de pesquisa vinculadas ao Lócus de Investigação em Economia Criativa (<http://www.locuseconomiacriativa.com.br>), um grupo de pesquisa vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), que tem os professores Henrique Muzzio e Fernando Paiva como líderes. As imagens mostram múltiplas experiências, culturas e manifestações que ilustram o potencial criativo em significar valores, em divulgar a arte local e de gerar riquezas. Em um contexto onde existe real ameaça da inteligência artificial de provocar desemprego ou precariedade das relações de trabalho, a criatividade pode significar

uma alternativa, tanto de enaltecer as manifestações culturais em um movimento de resistência à massificação industrial, como significar uma possibilidade de contrapor às ameaças das transformações do mundo do trabalho, que se tornam cada vez mais presente.

Os registros fotográficos ilustram diferentes manifestações culturais: Dança, artes plásticas, gastronomia, pintura, escultura, grafite, serviços etc. Cada uma delas é dotada de significados, de experiências coletivas, de saberes que são difundidos por gerações, de dons individuais e de oferta de bens e serviços cada vez mais valorizados por parcelas da população que se identificam com essa realidade emergente. Tal condição reforça a importância de valorização da economia criativa e sua preservação.

Essas ilustrações evidenciam também a plural capacidade humana de criar, de se manifestar em função de seus valores, de produzir bens e serviços a partir de suas vocações. Trata-se de uma importante energia coletiva que não pode ser desperdiçada, mas sim, transformada em soluções para o bem-estar social.



Figura 9. Ser Hum(Urb)ano

Fonte: Acervo do autor.



Figura 10. Música Contemporânea

Fonte: Acervo do autor.



Figura 11. Arte Urbana

Fonte: Acervo do autor.



Figura 12. Arte Estética

Fonte: Acervo do autor.



Figura 13. Bricolagens

Fonte: Acervo do autor.



Figura 14. Escultura

Fonte: Acervo do autor.



Figura 15. Saberes Culinários

Fonte: Acervo do autor.

POR FIM

A fotografia tem o poder de registrar uma realidade social, e tem sido um poderoso instrumento de divulgação dos flagranters da sociedade. Aqui, essas imagens ajudam a ilustrar, em diferentes culturas, o poder da criatividade em transformar um contexto local. A propagação desses instantes pode contribuir para um maior interesse na temática criatividade, certamente, com ganhos coletivos.

REFERÊNCIAS

British Council (2005). *Mapping the creative industries: the UK context*. London: British Council.

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2016). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN.

United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD. (2010). *Creative economy report*. New York: UNCTAD.

MANIFESTAÇÕES DA CRIATIVIDADE E SUA CONDIÇÃO CENTRAL NA ECONOMIA E NA CULTURA

Resumo

O objetivo desse ensaio é ilustrar distintas formas de criatividade e evidenciar a importância da capacidade criativa para suprir a sociedade de demandas econômicas, sociais e culturais. A economia criativa é um emergente campo de conhecimento e tem se tornado um importante meio de difusão cultural e de produção econômica. Por meio de fotografias, evidenciamos manifestações de valores culturais que são dotadas de significados, de experiências coletivas, de saberes difundidos por gerações, de dons individuais e de movimentos de resistência a uma massificação impulsionada pela globalização e pela mecanização produtiva. A criatividade se torna um elemento socioeconômico central e deve ser objeto de interesse acadêmico, das organizações e de políticas públicas.

Palavras-chave

Criatividade. Economia Criativa. Cultura.

MANIFESTACIONES DE LA CREATIVIDAD Y SU CONDICIÓN CENTRAL EN LA ECONOMÍA Y LA CULTURA

Resumen

El objetivo de este ensayo es ilustrar distintas formas de creatividad y evidenciar la importancia de la capacidad creativa para suplir la sociedad de demandas económicas, sociales y culturales. La economía creativa es un emergente campo de conocimiento y se ha convertido en un importante medio de difusión cultural y de producción económica. Por medio de fotografías, evidenciamos manifestaciones de valores culturales que están dotadas de significados, de experiencias colectivas, de saberes difundidos por generaciones, de dones individuales y de movimientos de resistencia a una masificación impulsada por la globalización y la mecanización productiva. La creatividad se convierte en un elemento socio económico central y debe ser objeto de interés académico, de las organizaciones y de las políticas públicas.

Palabras clave

Creatividad. Economía Creativa. Cultura.

MANIFESTATIONS OF CREATIVITY AND ITS CENTRAL CONDITION IN THE ECONOMY AND CULTURE

Abstract

The purpose of this essay is to illustrate different forms of creativity and to emphasize the importance of the creative capacity to supply society with economic, social and cultural demands. The creative economy is an emerging field of knowledge and has become an important means of cultural diffusion and economic production. Through photographs, we show manifestations of cultural values that are endowed with meanings, collective experiences, knowledge disseminated by generations, individual gifts and movements of resistance to a massification driven by globalization and productive mechanization. Creativity becomes a central socio-economic element and must be an object of academic interest, of organizations and public policies.

Keywords

Creativity. Creative Economy. Culture.

CONTRIBUIÇÃO

Henrique Muzzio

Elaboração do texto e registro fotográfico.

AGRADECIMENTOS

O autor agradece ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

DECLARAÇÃO DE INEDITISMO

O autor declara que a contribuição é inédita.

CONFLITO DE INTERESSES

O autor declara não haver conflito de interesses.

COMO CITAR ESTA CONTRIBUIÇÃO

Muzzio, Henrique (2019). Manifestações da criatividade e sua condição central na economia e na cultura. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 6(16), 775-798.