

Editorial

Editorial

Diogo Tavares Robaina¹ 

Estimados leitores,

A tecnologia é um pilar fundamental do progresso humano e que revoluciona a forma como vivemos, trabalhamos e nos comunicamos. Embora seu desenvolvimento propicie avanços notáveis, também suscita questões sobre as implicações éticas, sociais e econômicas que acompanham essas mudanças. Um exemplo histórico dessa tensão é o ludismo, movimento surgido no início do século XIX como reação à mecanização da indústria têxtil. Ele exemplifica a preocupação com o potencial da tecnologia de deslocar o papel central do ser humano na produção, ameaçando meios de subsistência e habilidades artesanais.

Na era digital atual, a Inteligência Artificial (IA) representa o estado da arte da inovação tecnológica, abrindo possibilidades antes inimagináveis para criação e inovação. Contudo, sua adoção sem critérios em contextos criativos renova o debate sobre a relação entre automação e criação humana. Richard Florida (2014) destaca os profissionais inovadores da “classe criativa” como motores do desenvolvimento econômico, apontando que cidades e regiões que fomentam a criatividade, a tecnologia e a tolerância prosperam economicamente. Salienta a necessidade de ambientes que atraiam e, mais importante, sustentem talentos criativos — locais em que a inovação não apenas é possível, mas ativamente encorajada. Para Florida (2014), a criatividade transcende uma mera característica individual, tornando-se um recurso coletivo essencial para o avanço econômico e social. Esse conceito reafirma que, para o desenvolvimento de cidades e economias, é necessário cultivar um ambiente de diversidade e inovação.

À medida que exploramos o potencial da IA, deparamo-nos com os modelos de linguagem de grande escala (em inglês: *large language models* [LLMs], conforme descrito por Zhou et al. [2022]). Esses sistemas de IA são treinados para compreender, gerar conteúdos e interagir com a linguagem humana de maneira natural e coerente. Uma característica notável dos LLMs é sua habilidade de realizar aprendizado com poucos exemplos (*few-shot learning*), permitindo que executem tarefas específicas com mínimas instruções humanas, tornando-se incrivelmente versáteis e valiosos em diferentes campos e indústrias.

Diante do exposto, emergem duas questões cruciais: primeiro, a automação avançada proporcionada pelos LLMs representa uma ameaça à essência da criatividade humana? E, em segundo lugar, como essa onda de inovação tecnológica, especialmente a IA, está impactando a classe criativa e, por extensão, as regiões que são economicamente transformadas por essa classe?

¹Escola Superior de Propaganda e Marketing – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: diogo.robaina@espm.br

Com base no artigo de Zhou et al. (2022), pode-se vislumbrar um novo papel para a IA na vida dos profissionais criativos. O estudo destaca como os LLMs, ao automatizar e otimizar a engenharia de *prompts*, avançam na interação entre inteligência humana e artificial, não apenas melhorando a eficiência na geração de conteúdo criativo, mas também elevando o nível de colaboração entre criativos e máquinas. À medida que os LLMs se tornam capazes de compreender e executar instruções complexas, transformam-se de ferramentas passivas em colaboradores ativos no processo criativo, permitindo novas formas de expressão e descoberta.

Entretanto, a fusão da criatividade humana com a capacidade computacional apresenta desafios, incluindo questões de originalidade, direitos autorais e autenticidade. A dependência excessiva da IA pode, paradoxalmente, limitar a inovação, confinando os criativos às capacidades atuais das máquinas. Assim, é vital desenvolver um entendimento profundo de como essas tecnologias podem ser empregadas de forma ética e produtiva, garantindo que complementem, em vez de substituir, a criatividade humana.

A convergência entre a teoria da classe criativa e os avanços nos LLMs aponta para um futuro promissor para a economia criativa, no qual é fundamental cultivar ambientes que nutram o talento criativo e utilizem a IA para expandir o potencial humano. Isso envolve a criação de políticas e práticas que promovam educação, diversidade, inclusão e acesso à tecnologia, assegurando que a economia criativa continue sendo um vetor de inovação e progresso social.

Em síntese, este editorial destaca a oportunidade de usar o desenvolvimento tecnológico como um meio de alcançar maior criatividade e inovação. À medida que avançamos, é essencial manter uma conscientização sobre as implicações éticas e o impacto dessas tecnologias, assegurando que sirvam para enriquecer, e não limitar, a expressão criativa humana. Assim, caminhamos em direção a uma economia criativa verdadeiramente inovadora e inclusiva, em que a união entre inteligência humana e artificial libera todo o espectro do potencial criativo.

Nesta edição da “Diálogo com a Economia Criativa”, a revista explora a interseção da criatividade, inovação e tecnologia, trazendo luz sobre como esses elementos se entrelaçam para moldar os panoramas atual e futuro da economia criativa. Cada um dos 10 artigos oferece *insights* e análises abrangentes sobre diferentes aspectos dessa dinâmica.

“Análise compreensiva das contribuições do *design* estratégico para o modelo de gestão em uma empresa da indústria criativa”, por Dusan Schreiber, Débora Koch Berlitz, Franciele Reche, Luciane Pereira Viana e Serje Schmidt, explora as sinergias entre *design* estratégico e gestão estratégica, enfatizando a importância da adaptabilidade e da inovação no modelo de negócios de empresas criativas. O estudo destaca como o *design* estratégico pode servir como um catalisador para alcançar objetivos organizacionais, com base em um estudo de caso e entrevistas com gestores.

“Economia criativa e o comer em modos *slow* e *comfort food*: movimentos de resistência na cidade”, por Daniela Barcellos, Daniela Menezes Neiva Barcellos, Lesly

Fernandes dos Reis e Victor Albuquerque Borges Quaresma Gonçalves, aborda as experiências culinárias que promovem engajamento afetivo e resistência na sociedade acelerada e produtivista de hoje. O trabalho evidencia como práticas alimentares podem ser formas de resistência cultural e social, destacando a relevância desses movimentos durante a pandemia.

“Dinâmicas de desenvolvimento dos modelos de negócios do artesanato do município de Petrolina (PE)”, por Deranor Gomes de Oliveira, mapeia os modelos de negócios colaborativos no artesanato, enfatizando a importância da gestão e do empreendedorismo cultural. O estudo amplia o entendimento sobre como as práticas e os modelos de negócios podem contribuir para a sustentabilidade econômica dos artesãos.

“Rio de imaginários: cidade, imaginários e planejamento estratégico”, por Roberto Vilela Elias, oferece uma análise crítica de como a imagem e o imaginário do Rio de Janeiro foram utilizados e transformados em mercadorias em eventos de grande escala, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. O artigo desvenda as camadas do planejamento urbano e a comercialização da cidade, proporcionando uma perspectiva única sobre governança e estratégia urbana.

“Economia criativa: um olhar cronológico”, por Jefferson Yuji Watanabe, Larissa de Moraes Barbosa Borges e Luciana Guilherme, apresenta uma revisão da literatura que percorre a evolução do campo da economia criativa, oferecendo uma linha do tempo colaborativa dos marcos significativos na área. O artigo serve como uma introdução abrangente ao campo para acadêmicos, profissionais e interessados.

“A produção de *design* nas indústrias criativas: crítica à lógica capitalista neoliberal”, por Camille Vignal Frota e Fabiana Heinrich, examina a prática do *design* dentro do capitalismo contemporâneo, questionando como as indústrias criativas são influenciadas e moldadas por forças mercadológicas. O trabalho, profundamente reflexivo, convida a uma análise crítica sobre o papel do *design* e da criatividade no mercado atual.

“A trajetória de carreira dos influenciadores digitais”, por Paula Furtado Hartmann de Queiroz Monteiro e Ana Heloísa da Costa Lemos, investiga as etapas constitutivas das carreiras de influenciadores digitais, revelando os desafios e as oportunidades nessa profissão emergente. O estudo oferece *insights* valiosos sobre o desenvolvimento profissional no cenário digital.

“Mercado de vestuário litúrgico afro-brasileiro na região Sul do Brasil: um comparativo entre três empresas”, por Angele Maine Rhoden, Fernanda Hänsch Beuren, Icleia Silveira e Lucas da Rosa, faz uma análise comparativa do mercado de vestuário litúrgico afro-brasileiro, explorando as nuances de *marketing* e produto entre diferentes empresas. O artigo destaca a diversidade e riqueza cultural dentro do setor da moda.

“Um estudo sobre percepção e práticas de *user experience design* (UX Design) por jovens usuários cariocas de iPhone”, por João Renato de Souza Coelho Benazzi e Sabrina Uderman, foca na importância da experiência do usuário na percepção de produtos tecnológicos, utilizando o iPhone como estudo de caso. O trabalho

contribui para o entendimento de como o *design* de UX influencia o comportamento do consumidor.

“Destinos turísticos inteligentes: uma análise da governança turística de Búzios”, por Liana Cid Bácia, Carlyle Tadeu Falcão de Oliveira e Tânia Almeida Gouveia, explora o conceito de destinos turísticos inteligentes por meio do caso de Búzios, discutindo o papel da governança na transformação de destinos turísticos. O estudo ilumina os desafios e as estratégias para o desenvolvimento turístico sustentável.

Boa leitura!

REFERÊNCIAS

FLORIDA, Richard. The creative class and economic development. *Economic Development Quarterly*, v. 28, n. 3, p. 196-205, 2014. <https://doi.org/10.1177/08912424145416>

ZHOU, Yongchao; MURESANU, Andrei Ioan; HAN, Ziwen; PASTER, Keiran; PITIS, Silviu; CHAN, Harris; BA, Jimmy. Large language models are human-level prompt engineers. *ArXiv*, arXiv:2211.01910, 2022. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2211.01910>

Sobre o autor

Diogo Tavares Robaina: Doutor em Computação pela Universidade Federal Fluminense.

