

ECONOMIA CRIATIVA E TRABALHO NO BRASIL

Anita Kon¹

Texto a ser enviado para o XII Ciclo de Debates EITT, Grupo de Pesquisas EITT/PEPGEP/PUCSP, 12/05/15. – CD-ROM. Publicado nos Anais do Encontro TD - 10/01/2014

"...[a] gama maravilhosa de culturas que já surgiram sobre a terra testemunha o fabuloso potencial da inventividade do homem. Se algo sabemos do processo de criatividade cultural é exatamente que as possibilidades do homem são insondáveis" (Furtado 1978, p. 73).

1. Introdução

A economia criativa tem sido foco de discussões internacionais, sob o estímulo de instituições como a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e a Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Esta nova abordagem serve de eixo estratégico de desenvolvimento para diversos países no século XXI, particularmente após as crises econômicas internacionais, pelo fato de apresentar possibilidades de aproveitamento de recursos específicos das sociedades para a geração de emprego e renda, conduzindo a novas soluções para a retomada do crescimento.

A sociedade brasileira é reconhecida pela sua diversidade cultural e potencial criativo, no entanto sua indústria criativa figura nas pesquisas internacionais como estratégia de planejamento ainda em formação. A preocupação pelo aproveitamento da potencialidade da Economia Criativa no Brasil é muito recente e oficialmente tem sido estimulado pelas políticas públicas, a partir da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC) em 2011, como agência do Ministério da Cultura (MinC), tendo como missão:

“conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro” (Brasil, 2012, p. 39).

O primeiro Plano de Gestão da Economia Criativa da SEC foi lançado para o período de 2001 a 2014 e em fevereiro de 2012 foi instituído o Observatório Brasileiro

¹ Professora Titular da PUC/SP. Coordenadora do Grupo de Pesquisas em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia do Programa de Estudos Pós-Graduados em economia Política da PUC/SP.

da Economia Criativa (OBEC), como instância responsável pela produção e difusão de pesquisas, dados e informações sobre a economia criativa brasileira, e ainda pelo estímulo ao debate. O Plano da SEC visa a implementação de políticas públicas transversais dirigidas a setores do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil, tendo como ponto de partida a construção de marcos conceituais e de princípios norteadores para fundamentar a institucionalização de uma política nacional voltada para o estímulo da indústria criativa no país.

As crises em diversos âmbitos vividas pelo país sejam sociais, econômicas, ambientais e culturais, exprimem a necessidade de rever e reformular o modelo de desenvolvimento até então aplicado. Como já salientava Celso Furtado em seu livro “Criatividade e Dependência na Civilização Ocidental” (1978), desenvolvimento está relacionado à ideia de Criatividade. A saída para problemas estruturais e conjuntais da economia brasileira constitui um desafio para a inventividade que conduza à geração de um excedente econômico que impulse a retomada do desenvolvimento.

Este artigo apresenta uma análise do perfil da Indústria Criativa no Brasil, mostrando seu potencial de desenvolvimento e as possibilidades de aproveitamento para a geração de renda e emprego voltados para o impulso à retomada de crescimento no país.

2. Conceitos e objetivos da Economia Criativa

As crises em diversos âmbitos vividas pelo país sejam sociais, econômicas, ambientais e culturais, exprimem a necessidade de rever e reformular o modelo de desenvolvimento até então aplicado. O surgimento deste novo conceito de Economia Criativa foi usado inicialmente no Relatório Australiano de 1994 *Creative Nation* e a noção de Indústrias Criativas começou a ser discutida em 1997.

Estes conceitos foram posteriormente melhor desenvolvidos na Inglaterra e refletem as mudanças que estão ocorrendo na economia global, como visto anteriormente, em que as economias cujo crescimento é centrado na produção de bens, passam a dar espaço para crescimento impulsionado por setores de serviços. Estas atividades criativas abrangem empresas que exploram a propriedade intelectual originada na criatividade, como motriz para a geração de riqueza e trabalho, ocasionando efeitos em setores correlatos e adquirindo influência como agente de mudanças sociais, políticas e educacionais de sua sociedade.

O termo indústria cultural é muito utilizado como representando a indústria criativa, se refere a indústrias, que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdo criativo que são de natureza cultural e intangível. Seus conteúdos são tipicamente protegidos por *copyright* e podem tomar a forma de um bem material ou um serviço. As indústrias culturais, de uma forma geral, incluem atividades de imprensa, editoras e multimídia, audiovisuais, produções fonográficas e cinematográficas e ainda artes e desenho gráfico. O termo indústrias criativas abrange uma série mais ampla de atividade que inclui não só as indústrias culturais, mas também toda produção cultural e artística produzida por uma unidade individual. Assim, as indústrias criativas são aquelas que o produto ou serviço contem um elemento substancial de conteúdo criativo e inclui também atividades como arquitetura e publicidade (Kon, 2014).

Dessa forma, a diversidade destes segmentos não deve mais ser compreendida apenas em seu contexto de produto a ser valorizado, mas como um ativo econômico tangível ou intangível fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento, que possibilita construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho e para novas formas de produção de riqueza, também através do efeito multiplicador de geração de valor e trabalho que difunde para o resto da economia.

O Relatório sobre Economia Criativa da ONU mostra que durante a erupção da crise financeira e econômica mundial de 2008, houve uma queda na demanda global e uma contração de 12% do comércio internacional. No entanto, as exportações mundiais de bens e serviços criativos continuaram a crescer em uma taxa média anual de 14% desde 2002. Segundo a publicação, isto é uma confirmação de que as empresas criativas possuem um potencial para os países em desenvolvimento que procuram diversificar suas economias e buscam setores mais dinâmicos para participarem da economia mundial (UN, 2010).

Para a UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*), a economia criativa é um conceito em evolução, baseado em ativos intangíveis que tem o potencial de gerar crescimento e desenvolvimento econômico: pode estimular a geração de renda, criação de empregos e ganhos de exportações, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Compreende aspectos culturais e sociais que interagem com a tecnologia, propriedade intelectual e objetivos de turismo. É um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e de inter-relações em níveis micro e macroeconômicos na economia como um todo. Consiste, dessa forma, em uma

opção factível de desenvolvimento, através da inovação, com respostas de política pública multidisciplinar e ação interministerial. No cerne da economia criativa estão as indústrias criativas (UNCTAD, 2011, pg. xxiv).

A criatividade pode ser definida também como o processo pelo qual as ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas e produtos tangíveis ou intangíveis que possuem valor, ou seja, criatividade é o uso de ideias para produzir novas ideias. A ONU salienta que o debate conceitual não deve confundir criatividade com inovação, pois são dois meios diferentes, no entanto a inovação possui um elemento de criatividade, ou seja, criação ou renovação de algo a partir de nada ou a partir de ideias. Na atualidade o conceito de inovação, como será visto posteriormente, tem sido ampliado para além da natureza científica e tecnológica, envolvendo também mudanças estéticas, artísticas e outras intangíveis (UN, 2010, p.4).

Na atualidade a definição mais citada de economia criativa é a publicada pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) da Inglaterra:

“those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”
(DCMS, 1998, p.3).

Este conceito da DCMS (1998), define as indústrias criativas como as que apresentam requisitos de criatividade, capacitação (*skill*, no conceito de economia evolucionária) e talento com o potencial para a criação de empregos e riqueza, através da exploração de sua propriedade intelectual. Uma complementação deste conceito da DCMS foi elaborada pela *National Endowment for Science, Technology and the Arts* (NESTA) também na Inglaterra, que incorpora a observação das diferenças entre setores e no interior destes, objetivando extrair elementos comuns entre estes, com base na forma em que o valor comercial é criado, onde está alocado este valor e, conseqüentemente, como pode ser ampliado e ressaltado.

A relevância das empresas criativas pode ser visualizada pela capacidade de alguns tipos de capital intelectual que possibilitam a tradução de talento criativo, de informações e outras formas de comunicação em produção efetiva de novos produtos e serviços ou novas formas de tomada de decisão. Embora as tecnologias de informação e comunicação tenham importância em todos os setores econômicos, a forma de sua utilização é dependente da intensidade do capital intelectual de seu operador. A partir disso, estas empresas são muitas vezes definidas como produtoras e distribuidoras de bens e serviços que são centrados em textos, símbolos, imagens ou *softwares*, que

constituem um grupo específico de atividades baseadas em conhecimento, que usualmente combinam talento criativo com tecnologia avançada, cujo produto pode ser protegido por direitos de propriedade. Os melhores exemplos destas atividades são as artes audiovisuais e performáticas, como música, cinema e televisão, videogames, imprensa e rádio (Grefe, 2006).

Uma característica da economia criativa, particularmente em países em desenvolvimento, é a alta predominância de sistemas, processos e instituições culturais informais. Nestes países muitos trabalhadores criativos, incluindo músicos, artesãos, artistas plásticos e outras formas de arte, bem como desenhistas gráficos e outros profissionais trabalham em condições de informalidade. A informalidade dá forma à política econômica das indústrias criativas embora gerem parcela considerável de renda da economia, sua contribuição para a geração de valor adicionado é de difícil mensuração e pode prejudicar o diagnóstico governamental para a criação de políticas públicas adequadas.

Finalmente, é necessário observar-se que durante as duas últimas décadas, as prioridades de crescimento têm mudado da aquisição de propriedades físicas para a propriedade intelectual, ou seja, de ativos tangíveis para intangíveis e com a ajuda da nova atitude em relação à ciência a ecologia criativa está se tornando uma forma moderna de sustentabilidade, desenvolvimento e gerenciamento dos novos conceitos de economia criativa, para a retomada da dinâmica econômica mundial, ou seja, o uso da eco-criatividade trata os recursos naturais de modo diferente de simples consumo mecânico, ao adotar a poupança criativa destes recursos.

A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico, que se alimenta de talentos criativos, organizados individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Esta nova visão da economia possui dinâmica própria e, por isso, requer a elaboração de modelos econômicos diferentes dos tradicionais. Seus novos modelos de negócio ainda se encontram em construção, carecendo de marcos legais e de bases conceituais adequadas e adaptadas à nova situação econômica mundial.

3. A indústria Criativa no Brasil

O Plano de Gestão da Economia Criativa da SEC estabelece algumas categorias culturais e setores selecionados pelo Ministério da Cultura como objetos iniciais de estímulo das políticas públicas, como apresentados no Quadro 1.

| Quadro 1. – Categorias culturais e setores selecionados da Economia Criativa no Brasil | |
|---|--|
| Categorias Culturais | Setores |
| Patrimônio | a) Patrimônio Material b) Patrimônio Imaterial c) Arquivos d) Museus |
| Expressões Culturais | e) Artesanato f) Culturas Populares g) Culturas Indígenas h) Culturas Afro-Brasileiras i) Artes Visuais j) Artes Digitais |
| Artes de Espetáculo | k) Dança l) Música m) Circo n) Teatro |
| Audiovisual, Livro, Leitura e Literatura | o) Cinema e Vídeo p) Publicações e mídias impresas |
| Criações Culturais e Funcionais | q) Moda r) Design t) Arquitetura |

Fonte: Brasil, (2012, p. 30).

No entanto, a indústria criativa não se resume a estes setores culturais selecionados, mas inclui também setores de Software, Computação & Telecom, Pesquisa & Desenvolvimento e Biotecnologia, como relevantes para a criação de renda e emprego a partir de elementos intangíveis intrínsecos a suas atividades.

A mensuração desta indústria no Brasil ainda é incipiente e escassa desde que a produção de dados estatísticos mais específicos ainda está na fase de discussões conceituais e os poucos estudos existentes ainda não definiram uma metodologia que compatibilizasse as visões diversificadas. Ainda não existe uma Conta Satélite específica nos levantamentos do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) para mensurar as atividades e produtos dos setores criativos. Por outro lado, também não foi definida uma diretriz dos órgãos públicos relacionada à uniformização da classificação e enquadramento destas atividades econômicas e da força de trabalho criativas. Algumas instituições empresariais, como a Federação da Indústria do Rio de Janeiro (FIRJAN), ou governamentais específicas como a Fundação de Desenvolvimento Administrativo (FUNDAP), fizeram estudos empíricos específicos

baseados em dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), da quantidade de empreendimentos considerados criativos de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0) do IBGE e informações da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD/ONU, 2012).

As informações empíricas aqui apresentadas foram elaboradas a partir destas fontes de dados disponíveis. No entanto, deve ser destacada que as estimativas e análises apresentadas em sequência não representam a real dimensão, a potencialidade e a relevância da indústria criativa brasileira. Deve ser levado em conta ainda que o alto grau de informalidade destas atividades ainda não foi devidamente estudado e grande parte da produção e circulação doméstica de bens e serviços criativos nacionais não é incorporada de forma explícita nos relatórios estatísticos. Fica em aberto, portanto, um estudo complementar que enfoque estas ocupações e setores informais, através da disponibilidade de dados do IBGE.

Diante do reconhecimento por alguns especialistas de que a cultura também gera um montante não desprezível de renda, emprego e receita de exportações, uma das primeiras estimativas de mensuração da indústria criativa brasileira foi efetuada em 2004, quando o Ministério da Cultura o Ministério da Cultura solicitou um mapeamento nacional para identificar o tamanho do setor cultural do país. Esta pesquisa coletou informações de mais de 320.000 negócios culturais, concluindo que as indústrias culturais eram responsáveis por 1,6 milhão de empregos, 5,7% do total de negócios e 4% da mão de obra do país de 2003-2005. Porém, a pesquisa se ressentiu da falta de indicadores nacionais sobre a oferta, a demanda e o acesso aos produtos e serviços culturais, o que foi uma limitação para a formulação de políticas culturais (UNCTAD, 2014).

A FIRJAN realizou um estudo empírico mais amplo, cujos resultados foram publicados em 2008, para definir a cadeia da Indústria Criativa brasileira, visando estimar sua relevância econômica. Esta cadeia foi definida por três esferas, a saber, o Núcleo, composto por 12 setores líderes, cujo principal insumo é a criatividade; as Atividades Relacionadas, envolvendo segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo, em grande parte formado por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o seu funcionamento; e as Atividades de Apoio, que engloba ofertantes de bens e serviços de forma mais indireta.

O estudo mostrou que em 2006 os 12 setores do Núcleo, juntamente com as Atividades de Apoio foram responsáveis por 21,8% (7,6 milhões de pessoas) do total de

empregos formais do país, contribuindo para 16% do PIB nacional (Tabela 1). Considerando-se apenas as atividades do Núcleo, são empregados 638 mil trabalhadores nas atividades formais, que correspondem a 1,8% do total de trabalhadores. A Indústria de Transformação, fornecedora de insumos e bens finais ao núcleo criativo, empregou 67% dos trabalhadores das Atividades Relacionadas. Por outro lado, os trabalhadores do Núcleo desta cadeia são em média mais bem remunerados que a média nacional, ou seja, 42% superior a esta média.

Tabela 1 - Indicadores de Trabalho da Economia Criativa - Brasil, 2006

| Setores Criativos | Número de Trabalhadores (em mil) | Número de Estabelecimentos (em mil) | Renda do Trabalho (R\$ milhões) | Renda por Trabalhador (R\$) | Trabalhadores por Estabelecimento |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| Núcleo e Ativ. Apoio | | | | | |
| Arquitetura | 3.305 | 386,5 | 2.642,30 | 799 | 8,6 |
| Moda | 2.320 | 302,6 | 1.513,80 | 652 | 7,7 |
| Design | 704 | 70,8 | 812,1 | 1.154 | 9,9 |
| Software | 431,9 | 48,5 | 695,3 | 1.610 | 8,9 |
| Mercado Editorial | 371,3 | 52,5 | 408,8 | 1.101 | 7,1 |
| Televisão | 127,6 | 9,3 | 210 | 1.646 | 13,7 |
| Filme e Vídeo | 120,4 | 20,4 | 107,8 | 895 | 5,9 |
| Artes Visuais | 82,3 | 2,9 | 132,2 | 1.606 | 28,3 |
| Música | 74,5 | 9,3 | 71,1 | 954 | 8 |
| Publicidade | 54,4 | 6 | 83 | 1.526 | 9 |
| Expressões Culturais | 44,2 | 9,6 | 32,7 | 739 | 4,6 |
| Artes Cênicas | 11,5 | 2,3 | 11,6 | 1.013 | 5 |
| Total | 7.648,40 | 920,8 | 842,68 | 879 | 8,3 |
| Parcela sobre o total da economia nacional (%) | 21,80 | 32,50 | 16,30 | 75,10 | 66,90 |
| Total da Economia Nacional | 35.155 | 2.834 | 41.117 | 1.170 | 12,4 |

FONTE: RAIS 2006. Elaboração da FIRJAN (2008).

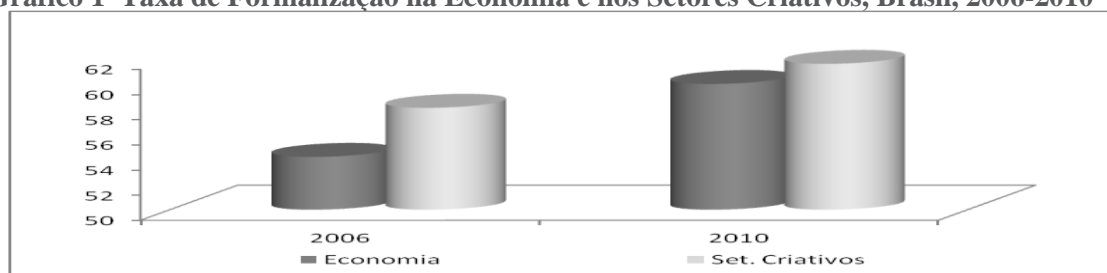
As estimativas mostram que em 2006, a cadeia criativa total brasileira correspondia a cerca de 16,4% do PIB nacional, dos quais o Núcleo correspondeu a 2,6%, as Atividades Relacionadas a 5,4% e as de Apoio a 8,4%. Dos setores líderes, a Arquitetura, Moda e Design juntos representam 82,8% do mercado de trabalho criativo, 82,5% dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial.

A evolução da indústria criativa após 2006 foi superior à da média nacional. Observa-se no Gráfico 1. Com remuneração e empregados crescendo acima da média, as atividades do núcleo criativo ganharam maior representatividade na economia nacional. Enquanto em 2006 respondiam por 2,4% do PIB, em 2009 alcançaram participação de 2,5%. Em termos nominais, o núcleo da indústria criativa movimentou

R\$ 93 bilhões na economia brasileira em 2010.

A renda média dos trabalhadores brasileiros do núcleo da indústria criativa passou de R\$ 1.663 em 2006 para R\$ 2.296 em 2010, o equivalente a um crescimento real de 13%. Para efeito de comparação, a renda média do trabalhador brasileiro cresceu 11% nesse período. As atividades de *Televisão & Rádio* continuaram como as que melhor remuneraram seus empregados, com salário médio de R\$ 2.757 neste último período.

Gráfico 1 Taxa de Formalização na Economia e nos Setores Criativos, Brasil, 2006-2010

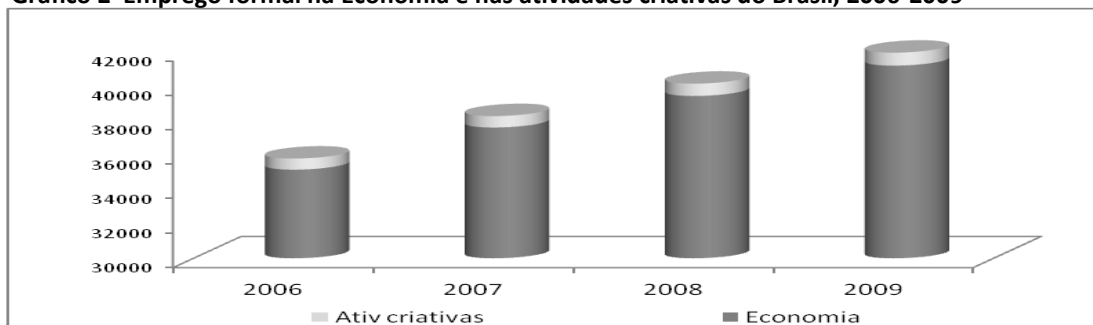


Fonte: FIRJAN (2011). Elaboração própria.

No núcleo da economia criativa formal, o número de trabalhadores no total no Brasil saltou de 599 mil para 771 mil entre 2006 e 2010, se elevando em média, 8,5% ao ano nesse período (ou 29% em quatro anos), ritmo mais acelerado que o mercado de trabalho brasileiro em geral (5,8% a.a. ou 25% no período). No contexto global, os empregados no núcleo criativo representaram em 2009 1,75% do total dos trabalhadores brasileiros, ante 1,70% em 2006, elevação que pode não ser considerada significativa ante as potencialidades da força de trabalho brasileira, porém é necessário salientar-se que correspondeu ao período de crise mundial, quando no Brasil em 2009 verificou-se decréscimo da evolução da economia (Gráfico 2).

Por sua vez, a contribuição ao PIB dos setores criativos no Brasil em 2010 correspondia 2,84% do PIB global, um valor não desprezível de R\$ 104,37 bilhões, compreendendo setores de grande dinamismo econômico que geram um valor adicionado superior a algumas atividades econômicas, como a indústria extrativa e a indústria de produção e distribuição de energia elétrica, água, esgoto e limpeza urbana.

Gráfico 2 Emprego formal na Economia e nas atividades criativas do Brasil, 2006-2009

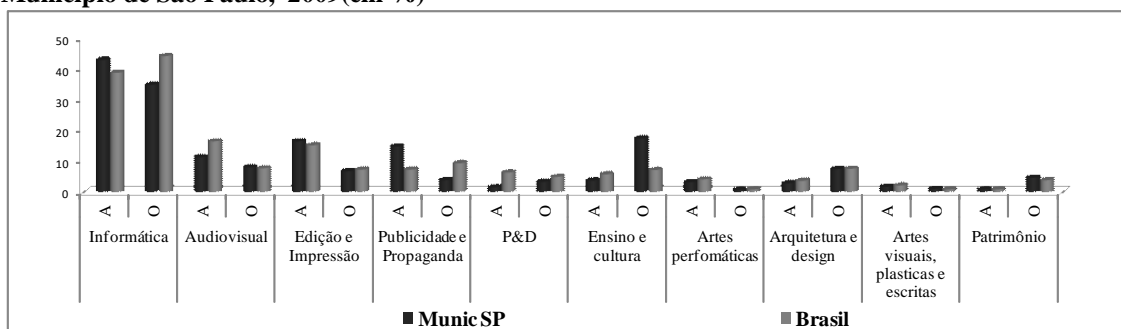


Fonte: : FIRJAN (2011). Elaboração própria.

O crescimento anual do setor criativo nos anos de 2006 a 2010 não foi baixo (6,13% ao ano) sendo maior que o crescimento médio anual do PIB (4,3%), evidenciando a necessidade de melhor exploração de suas possibilidades, desde que existe uma tendência deste setor ganhar maior relevância econômica na geração do PIB (FIRJAN, 2012 p.30).

Pesquisa da FUNDAP (2011) para diagnosticar a economia criativa no Município de São Paulo, para dados de 2009, permitiu visualizar-se primeiramente quais atividades se destacam no núcleo de emprego formal no país e na cidade, com base nas informações da Relação Anual de Informações Sociais – Rais do Ministério do Trabalho e Emprego. Mostrou que algumas atividades apresentam relativamente localmente maior concentração de emprego do que o país (Gráfico 3).

Gráfico 3 Distribuição Setorial do Trabalho Formal em Atividades e Ocupações Criativas - Brasil e Município de São Paulo, 2009(em %)

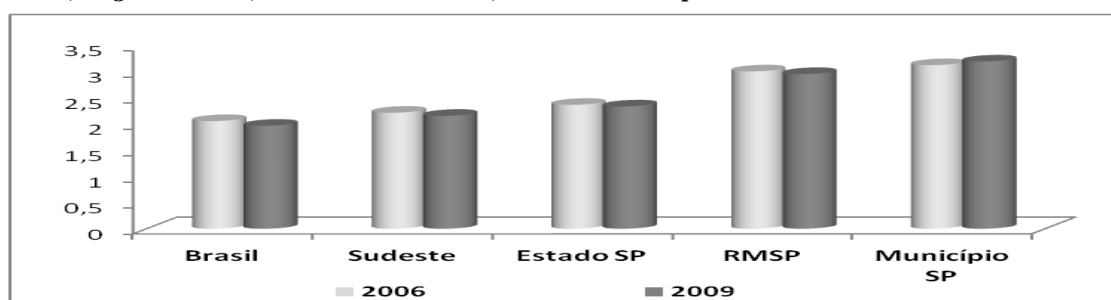


Fonte FUNDAP (2011). Elaboração própria. Nota: A = atividades criativas; O = ocupações criativas.

Observe-se que o segmento de *Informática* (*Software* e *Computação*) apresentou o maior saldo de contratações formais no período (86 mil novos empregados), situando-se como maior empregador do país dentre as atividades do núcleo criativo (328 mil empregados em 2010). Por outro lado, o segmento de *Música* apresentou saldo de demissões nesse período (1.300 postos de trabalho fechados), sobretudo nas atividades de gravação de som e edição de música.

A pesquisa mostrou ainda que a queda da representatividade no número de unidades criativas em relação ao total de unidades locais no período de crise de 2009, se verificou no Brasil e em quase todas as agregações regionais de São Paulo, com exceção do Município de São Paulo (Gráfico 4).

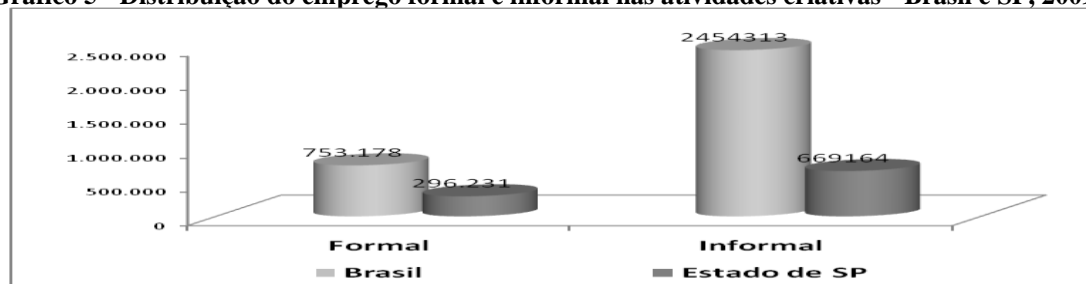
Gráfico 4 - Participação do Número de Unidades Locais Criativas no Total das Unidades Locais Brasil, Região Sudeste, Estado de São Paulo, RMSP e Município de São Paulo - 2006-2009



Fonte: FUNDAP (2011). Elaboração própria.

No que se refere ao trabalho informal, a FUNDAP, fez estimativas a partir das informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), observando que no Brasil, o número de empregos formais e informais nas atividades criativas, entre 2006 e 2009 passou de 87,2 milhões para 91,6 milhões, uma variação de 5% e corresponde em 2009 a cerca de 3,5% do total do trabalho formal e informal do país, 4,7% na região Sudeste e 5,2% no Estado de São Paulo.

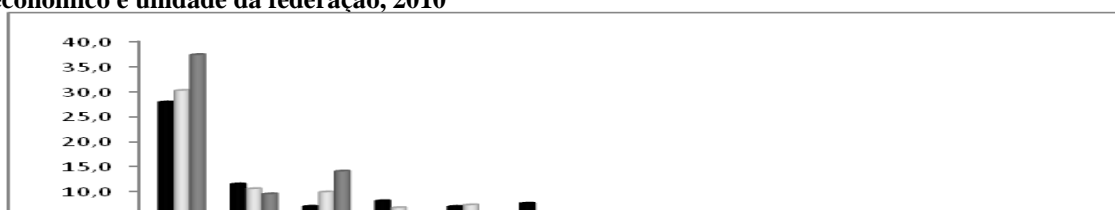
Gráfico 5 - Distribuição do emprego formal e informal nas atividades criativas - Brasil e SP, 2009



Fonte: FUNDAP (2011). Elaboração própria.

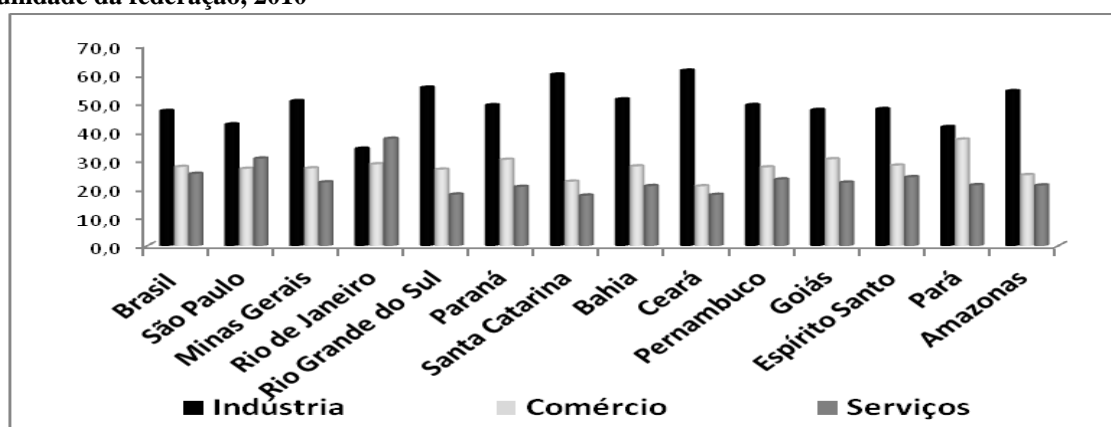
O Gráfico 5 permite observar adicionalmente que a representatividade do setor Informal no Brasil é relativamente superior à de São Paulo do que nas atividades formais reafirmando a forte concentração de trabalhadores criativos nesta região. A análise segundo unidades da federação confirma esta concentração do Estado em relação aos demais pesquisados (Gráfico 6). Em São Paulo a participação do trabalho

Gráfico 6 Participação de trabalhadores da indústria criativa no total do Brasil, segundo setor econômico e unidade da federação, 2010



FUNDAP (2011). Elaboração própria.
 criativo na Indústria corresponde a 27,5% do total do Brasil nestas atividades, enquanto no comércio é de 29,8% e nos serviços de 37%. Apenas no Rio de Janeiro parcela do trabalho industrial também é relativamente inferior à dos demais setores, respectivamente de 6%, 9,5% e 13,7% 3 o contrários ocorrendo nas demais regiões. Por sua vez, observando-se separadamente a distribuição do trabalho entre setores no total destas atividades do país, a indústria participa com 47,1%, o comércio com 27,6% e os serviços com 25,2% (Gráfico 7).

Gráfico 7 Participação de trabalhadores da economia criativa segundo setor econômico por unidade da federação, 2010



FUNDAP (2011). Elaboração própria.

Esta distribuição apresenta um padrão semelhante em todas as regiões pesquisadas, verificando-se no Ceará e em Santa Catarina a maior concentração na Indústria.

Os dados recentes mostram que as pessoas que exerciam ocupações formais nos setores criativos em 2010 correspondiam a 8,54% dos empregos formais no Brasil, considerando-se toda a cadeia produtiva e as ocupações formais no Núcleo dos setores criativos correspondiam a 1,96% do total de trabalhadores formais. Por sua vez a renda média destes trabalhadores formais no Núcleo foi de R\$ 2.293,64, que situou-se 44% acima da média da renda dos trabalhadores formais do Brasil (R\$ 1.588,42). Note-se

que, para cada emprego gerado neste Núcleo há um efeito multiplicador para os outros segmentos econômicos da cadeia produtiva., ou seja para cada emprego gerado no núcleo, há 4 empregos em atividades relacionadas² ao setor. No entanto este efeito pode ser ainda maior caso se considere o setor informal que não entra no cômputo destas estatísticas (FIRJAN, 2011).

A pesquisa da FINJAN mostra que o número de empresas que atuam no núcleo dos setores criativos corresponde a 1,88% do total do país e se caracterizam pela prevalência de empresas de pequeno porte, com uma média de empregado por setor de 13,7, superior à média de 2006 que era de 8,3. O país tem exportado a produção da economia criativa e as exportações de bens e de serviços criativos em 2010 foram respectivamente de US\$ 1,222 milhões e de US\$ 6.331 milhões, que embora em relação ao resto do mundo represente valores pequenos, estes não são desprezíveis para o país e existe um espaço considerável para a ampliação destas vendas ao exterior.

As estimativas mais recentes sobre o panorama do trabalho formal na economia criativa brasileira em 2011, como visualizado na Tabela 2, mostram crescimento considerável no número de trabalhadores e na remuneração média do trabalhador em relação a 2006. Paralelamente ao crescimento anual do PIB do setor criativo de 2006 a 2011 de 6,13% ao ano, observa-se que o trabalho nas atividades criativas também registrou uma evolução considerável no período, tanto no número de trabalhadores quando na remuneração média recebida. Observa-se inicialmente que no ano de 2011, duas novas modalidades de atividades, antes não mensuradas, foram incorporadas ao Núcleo criativo: Biotecnologia e Pesquisa e Desenvolvimento, cuja remuneração média é considerável, particularmente nesta última modalidade que se situa no topo dos ganhos do trabalho. Por outro lado, a distribuição de trabalhadores entre os segmentos teve uma transformação relevante, desde que no ano de 2006 mais de 43% dos trabalhadores formais se incorporavam ao grupo de serviços de Arquitetura e Engenharia e 30% em Moda, e no período final observado, os demais serviços aumentaram relativamente sua representatividade, ultrapassando mesmo a participação deste último grupo.

Tabela 2 Indicadores de Trabalho formal da Economia criativa do Brasil, 2006 e 2011

| Segmentos | Trabalhadores | | Remuneração média | |
|-----------|---------------|------------------|-------------------|----------------------|
| | Número | Participação (%) | R\$ | Índice de Dispersão* |

| | 2011 | 2006 | 2011 | 2011 | 2006 | 2011 |
|-----------------------------|---------|-------|--------|----------|------|------|
| Arquitetura & Engenharia | 230.258 | 43,2 | 28,4 | 7.518 | 3,13 | 1,60 |
| Publicidade | 116.425 | 0,7 | 14,4 | 4.462 | 0,10 | 0,95 |
| Design | 103.191 | 9,2 | 12,7 | 2.363 | 0,96 | 0,50 |
| Software, Comput. e Telecom | 97.241 | 5,6 | 12,0 | 4.536 | 0,82 | 0,97 |
| Mercado Editorial | 49.661 | 4,9 | 6,1 | 3.324 | 0,48 | 0,71 |
| Moda | 44.062 | 30,3 | 5,4 | 1.193 | 1,80 | 0,25 |
| Pesquisa & Desenvolvimento | 37.251 | - | 4,6 | 8.885 | - | 1,89 |
| Artes Visuais | 32.930 | 1,1 | 4,1 | 2.195 | 0,16 | 0,47 |
| Televisão & Rádio | 26.004 | 1,7 | 3,2 | 2.015 | 0,25 | 0,43 |
| Biociência | 23.273 | - | 2,9 | 4.258 | - | 0,91 |
| Filme & Vídeo | 20.693 | 1,6 | 2,6 | 1.661 | 0,13 | 0,35 |
| Música | 11.878 | 1,0 | 1,5 | 1.944 | 0,08 | 0,41 |
| Artes Cênicas | 9.853 | 0,2 | 1,2 | 2.767 | 0,04 | 0,59 |
| Expressões Culturais | 6.813 | 0,6 | 0,8 | 939 | 0,01 | 0,20 |
| Total | 809.533 | 100,0 | 100,00 | 2.234,00 | 1,00 | 1,00 |

Fonte: FIRJAN (2008 e 2012). Elaboração própria. *Dispersão em relação à média anual que corresponde à unidade.

Com relação à remuneração dos trabalhadores, além do aumento da remuneração em termos reais para todas as modalidades, observa-se pelo Índice de Dispersão em relação à média global destas atividades criativas, uma maior convergência em relação à média, e as atividades de Arquitetura & Engenharia e Pesquisa & Desenvolvimento auferem remunerações respectivamente 60% e 89% acima da média. Os serviços relacionados à Moda, que em 2006 registravam remunerações 80% acima da média, em 2011 mostraram relativamente uma queda considerável na média, tendo em vista que o aumento considerável de atividades e trabalhadores neste segmento se verificou de maneira a expandir as empresas menores que produzem artigos mais populares em regiões mais afastadas dos polos econômicos. Estes resultados revelam a dinâmica favorável da economia criativa e as potencialidades de aumento da contribuição dos segmentos criativos à geração de trabalho, bem como a incorporação de outros setores criativos à cadeia criativa.

4. Considerações finais: desafios para as políticas públicas

A preocupação com o desenvolvimento de uma economia criativa mais dinâmica no país é bem recente e as políticas públicas voltadas para o estímulo destas atividades são bem recentes, com a criação da SEC e ainda em formulação. A contribuição da economia criativa à geração de trabalho é patente pelas estimativas analisadas e os desafios da dinamização destes segmentos se colocam para os formuladores das políticas de apoio.

Inicialmente, para o efetivo conhecimento da realidade e das potencialidades desta economia, uma das primeiras ações públicas se refere ao levantamento de dados e outras informações da Economia Criativa no país, de modo a propiciar conhecimento mais específico e confiável para o diagnóstico da situação e das potencialidades brasileiras, bem como da adoção de medidas específicas de apoio. Com esta base faz-se premente a articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos, que inclui prioritariamente a Educação para competências criativas, além da criação de uma infraestrutura física e regulatória que possibilite a criação, produção, distribuição, consumo e exportação de bens e serviços criativos. Se dúvida, aspecto determinante será a criação e adequação de marcos legais para estes setores criativos que permitam o aproveitamento das potencialidades regionais em espaços mais afastados dos polos econômicos do país, possibilitando maior convergência regional.

Bibliografia

BRASIL, *Plano da Secretaria de Economia Criativa. Políticas diretrizes e ações, 2011 a 2014*, Ministério da Cultura, Brasília, 2012.

FIRJAN, *A cadeia da Indústria Criativa no Brasil*, DECON/ FIRJAN, Rio de Janeiro, 2008.

FIRJAN, *Indústria Criativa. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*, FIRJAN, Rio de Janeiro, 2012.

FUNDAP, *Economia criativa*, FUNDAP. São Paulo, **2011**.

FURTADO, C. , *Pequena introdução ao desenvolvimento: um enfoque interdisciplinar*, Editora Nacional (2ª edição), São Paulo, 1981.

FURTADO, Celso, *Criatividade e Dependência na Civilização Industrial*, Paz e Terra, RJ, 1978.

GREFFE, Xavier, *Creative industries*, UN / World Intellectual Property Organization (WIPO), Booklet No. 3, Geneva, 2006.

KON, Anita, *A Nova Economia Política dos Serviços*, Editora Perspectiva, São Paulo, 2014 (no prelo).

UNCTAD, *Creative Economy a feasible development option*, CREATIVE ECONOMY REPORT 2010, Geneve, 2011.

UNCTAD, *Widening Local Development Pathways*, CREATIVE ECONOMY REPORT 2013, Geneve, 2014.