

CADERNO DISCENTE ESUDA

Volume 4, Número, 1

A economia criativa no Brasil: emprego e renda

Camila da Silva Pedrosa¹
Brenda Moraes do Amaral²

RESUMO

A economia criativa tem sido uma nova linha de seguimento que desperta olhares de todos os países por sua diferenciação em atuar, utilizando a criatividade para sobrepor, diante de eventos econômicos não favoráveis. O presente artigo, tem por objetivo, compreender a importância da economia criativa, suas áreas de atuação, seus desafios, as perspectivas econômicas que as cercam no Brasil. Foram utilizadas fontes secundárias, no campo da economia criativa, obtendo informações de órgãos governamentais e não governamentais, tendo como base, dados descritivos, com as variáveis emprego e renda, resultantes das Indústrias Criativas do país, partindo de uma observação sistemática, com resultados estatísticos de cada seguimento da economia criativa. O que faz, com que a economia criativa se destaque e que venha a ser um precursor de um novo viés econômico de alta relevância para geração de emprego e renda, com enfoque criativo e tornando-se uma área promissora para a competitividade do país no cenário mundial. Será analisado os diversos seguimentos, a geração de emprego e renda de cada setor, as políticas públicas, desafios enfrentados e perspectivas econômicas da economia criativa no cenário brasileiro.

Palavras-chave: Economia Criativa; Desenvolvimento Econômico; Indústrias Criativas.

1. Introdução

O termo a Economia Criativa é recente, surgiu inicialmente no livro do John Howkins “*The Creative Economy- How People Can Make Money From Ideas*” (Economia Criativa- Como as Pessoas Podem Ganhar Dinheiro a Partir de Ideias, tradução livre) em 2001. A economia criativa tem como ideia principal a utilização da criatividade como principal fonte para o seu diferencial e a formulação das “Indústrias Criativas” que indaga a visão da economia criativa

¹Bacharela em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Humanas Esuda; E-mail: camillapedrosa@hotmail.com

²Docente do curso de Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Humanas Esuda, Mestra pela UFRPE, E-mail: brendaamaral@yahoo.com.br

não só, no âmbito cultural, mas sim, no cenário econômico que vem sendo discutidos em todo o mundo.

Segundo *Howkins*Apud UNCTAD³ (2001, p. 9), “a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza”.

O termo “Indústrias Criativas” teve seu surgimento desde 1994 na Austrália, sendo expostas em 1997 no Relatório Nações Criativas, neste mesmo ano, foi realizado pelo Reino Unido um mapeamento de suas indústrias criativas para fomentar sua economia e desenvolvimento, já levando em consideração, que a economia criativa teria seu potencial comercial e não só, cultural, Segundo o Relatório de Economia Criativa, UNCTAD (2010, p. 36):

Vale observar que a designação “indústrias criativas” que vem se desenvolvendo desde então tem ampliado o escopo das indústrias culturais para além das artes, marcando uma mudança de abordagem às atividades comerciais em potencial que, até recentemente, eram consideradas pura ou predominantemente em termos não econômicos.

A economia criativa se tornava um setor lucrativo para as potências mundiais como, Austrália, Reino Unido, EUA, Europa, entre outros países, no Brasil a economia criativa começou a se destacar, tanto no âmbito social, com a geração de emprego e renda, quanto no âmbito econômico, tendo sua significativa participação no PIB do país que de acordo com a FIRJAN⁴ (2014, p. 10)“a indústria criativa brasileira possui um Produto Interno Brutoequivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004” isso mostra a contribuição econômica que as indústrias criativas geram para o país.

Com foco nas indústrias criativas, o Ministério da Cultura no governo de Dilma Rousseff criou a Federação Nacional de Economia Criativa (FNEC) em 2011 e a Secretaria da Economia Criativa (SEC) em 2012 com intuito de monitorar, formular e implementar as políticas públicas, visando o desenvolvimento brasileiro através de melhores incentivos aos profissionais micro empreendedores criativos do país,

3Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

4Federação das Indústrias do Rio de Janeiro

O objetivo será, analisar as indústrias criativas e sua contribuição para a geração de emprego e renda no Brasil e sua contribuição econômica, identificando as perspectivas econômicas para implantação de políticas públicas e as políticas públicas já implementadas.

São muitos os desafios a serem enfrentados pelo Brasil para que a economia criativa seja vista como uma política de desenvolvimento, foram identificados cinco desafios, segundo o Ministério da Cultura (2011) são eles:

- Levantamento de informações e dados da Economia Criativa;
- Articulação e estímulo ao fomento de empreendedores criativos;
- Educação para competências criativas;
- Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos;
- Criação/Adequação de Marcos Legais para os setores criativos.

Esses desafios foram tidos como base, para implementação de políticas públicas, com isso, o Ministério da Cultura elaborou o Plano da Secretaria da Economia Criativa, com objetivo de estimar as Políticas, Diretrizes e Ações, direcionadas para a economia criativa no país, com vigência de 2011 a 2014 e intervir nesses desafios encontrados pela área tornando-os eficazes.

Ressaltaremos a importância da Economia criativa para somar como um diferencial competitivo para o Brasil, em termos sociais e econômicos, utilizando o Plano elaborado pelo Ministério da Cultura (2011) para fomentar os microempreendedores, os trabalhadores criativos e as indústrias criativas em geral, através de políticas públicas, diretrizes e ações para o setor.

O artigo será composto por cinco seções, à seção a seguir, abordará a metodologia utilizada e fonte de dados, para alcançar as informações prestadas neste artigo, na terceira seção abordará o conceito, surgimento da Economia Criativa no mundo, no Brasil, suas perspectivas, a geração de emprego e renda, as dificuldades enfrentadas por essa área para consolidar-se como um setor da economia brasileira, as políticas públicas implementadas, na quarta seção serão expostos os resultados e discussões e na quinta e última seção, as conclusões.

2. Metodologia

A pesquisa consiste em uma revisão bibliográfica, tendo como tema à economia criativa com abordagem na geração de emprego e renda no Brasil. A economia criativa é uma área de atuação na qual, o seu produto principal é a criatividade, a inovação, a tecnologia, entre outros, isso se tornou um diferencial competitivo em alguns países, com o surgimento das indústrias criativas, os produtos e serviços criativos ganharam aspectos de larga produção e comercialização, isso contribuiu para o desenvolvimento social e econômico dos países que apostaram nessa área, realizando políticas públicas para fomentar essa nova área da economia.

Tomaremos como base de estudos alguns teóricos como: *John Howkins* (2001), *Natalie Heinichi* (2007), *John Hartley* (2005), para nortear os conhecimentos do tema abordado, ressaltando sua importância para contribuição social e econômica do país.

Segundo Marconi; Lakatos (2011) a Pesquisa Bibliográfica, em sua forma de procedimento de metodologia ressalta um estudo mais teórico de produções científicas que são realizadas em torno de um determinado tema.

Para desenvolver o estudo, utilizaremos dados secundários, publicados no campo da economia criativa, através de fonte de dados de órgãos governamentais e não governamentais, como o Ministério da Cultura (MinC), a Secretária da Economia Criativa (SEC), a Federação das Indústrias do estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), SEBRAE⁵, UNCTAD⁶, UNESCO⁷, RAIS⁸, entre outros órgãos, bem como, pesquisas em *web*, livros, artigos, revistas e outros.

Será uma pesquisa qualitativa e quantitativa, tendo como base dados descritivos, com as variáveis, emprego e renda, resultantes das Indústrias Criativas no Brasil, partindo de uma observação sistemática, com resultados estatísticos, direcionados para cada seguimento da economia criativa e a atuação das indústrias criativas no país.

⁵Serviço brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

⁶ Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

⁷ Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

⁸ Relação Anual de Informações Anuais

3. Fundamentação Teórica

3.1 Economia Criativa

A Economia Criativa é um novo termo e não se tem uma definição exata, as definições são muito subjetivas e vão se moldando ao longo do tempo. A economia criativa de fato, teve sua consolidação na UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento) a partir da criação de um grupo informal, que abordaria a questão da economia criativa como parâmetro para o desenvolvimento, realizada na conferência UNCTAD XI, após essa conferência, as Nações Unidas emitiu o primeiro Relatório de Economia Criativa 2008 – O desafio de avaliar a economia criativa: em direção à criação de políticas.

Para a Relatório de Economia Criativa, UNCTAD (2010, p. 33) “a compreensão da economia criativa, o que ela compreende e como funciona nas economias dos países desenvolvidos e em desenvolvimento são conceitos de “indústrias culturais” e “indústrias criativas””.

A Criatividade é apontada como uma das características da economia criativa, a UNCTAD (2010) diz que a criatividade é tida como algo muito psicológico e todas as áreas da economia criativa subentendem-se que utiliza um tipo de criatividade diferente, onde temos: a área artística, que se utiliza de uma criatividade mais imaginativa, expressões diferentes, interpretações dos fatos do mundo de forma original; já na área científica, envolve um maior senso de busca, curiosidade, resoluções de problemas existentes ou em que ainda podem surgir; já na área econômica é um pouco mais dinâmico, com utilização de ferramentas que com foco em desenvolvimento, em vantagens competitivas, buscando agregação da tecnologia, da inovação, entre outras práticas empresariais, com foco econômico, portanto, cada área utiliza-se da criatividade para se desenvolver e juntas, formam atividade e produtos denominados “criativos”.

Diante dos pontos supracitados, para se compuser o corpo das indústrias criativas, iniciaremos definindo os produtos e serviços que são denominados criativos.

Antes de abordamos o conceito de “indústrias criativas”, definiremos o que caracteriza um produto ou serviço “criativo”, de acordo com o Relatório de Economia Criativa (2010, p. 35), “produtos e serviços “culturais” podem ser

vistos como um subconjunto de uma categoria maior, que pode ser chamada de “produtos e serviços criativos”, cuja produção exige um nível razoavelmente relevante de criatividade”.

Assim sendo, os produtos e serviços criativos, têm em sua essência a criatividade, e como visto anteriormente, cada área terá sua forma de criatividade abordada. Os produtos e serviços culturais por serem relacionados com cultura, criatividade, inovação, meio artístico, musical, tecnológico, entre outros, e partir do momento em que, se realiza um produto ou serviço cultural e o mesmo passará adiante em algum termo comercial, torna-se o corpo das indústrias criativas, que nessa relação, desencadeia um formato monetário para esses produtos e serviços, portanto, como cita o Relatório de Economia Criativa, UNCTAD⁹ (2010, p. 35) “atividades culturais de vários tipos de produtos e serviços que eles produzem são valorizadas – tanto por aqueles que os fabricam quanto por aqueles que os consomem – por razões sociais e culturais”.

Como visto anteriormente, as indústrias criativas são compostas por algumas áreas, são elas, Tecnológicas, Mídias, Cultura, Consumo, em cada núcleo, desenvolvem-se algumas atividades, segundo o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil realizado pela FIRJAN¹⁰(2014), segue as atividades realizadas a cerca das áreas das indústrias criativas:

- Tecnológica - P&D¹¹: desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto biologia, Biotecnologia: bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais, TIC¹²: desenvolvimento de *softwares*, sistemas, consultoria em TI e robótica.
- Mídias - Editorial: edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital, Audiovisual: desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão;
- Cultura - Artes Cênicas: atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança, Música: gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical, Patrimônio e Artes: produtos criativos, museologia, produção cultural, patrimônio histórico, Expressões Culturais: artesanato; folclore; gastronomia;

9Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

10Federação das Indústrias do Rio de Janeiro

11Pesquisa e Desenvolvimento

12Tecnologia da Informação e Comunicação

- Consumo - Moda: desenho de roupas, acessórios calçados e acessórios; modelistas, *Design: design* gráfico, multimídia e de móveis, Arquitetura: design e projeto de edificações, paisagens e ambientes. Planejamento e conservação, Publicidade: atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos.

Para cada núcleo das indústrias criativas, existem as atividades relacionadas através das indústrias e serviços como: matérias para publicidade, confecção de roupas, equipamentos de informática, registros de marcas e patentes serviços de engenharia, entre outros.

3.2 Emprego, Renda e Políticas Públicas

As indústrias criativas vêm se destacando no país, pela geração de emprego e renda, por esse motivo, foram desenvolvidas políticas públicas pelo Ministério da Cultura para fomento ao setor produtivo. Segundo BARROS MOURA (1980, p. 15), “o trabalho é a atividade inteligente do homem em sociedade, preordenada ao objetivo de transformar e adaptar as forças da natureza com vista à satisfação de necessidades”.

A importância do trabalho para o indivíduo, vai além das necessidades de capital e sim de realização individual, desenvolvendo capacidades intelectuais e contribuindo diretamente para o desenvolvimento de um determinado país, com sua força de trabalho para geração de bens e serviços. Como cita GLENDA MENDES (2013):

A importância do trabalho na vida do ser humano vai muito além do fato de que, através dele, satisfazemos nossas necessidades básicas. O trabalho, por si só, é revelador da nossa humanidade, uma vez que possibilita ação transformadora sobre a natureza e si mesmo. Além disso, a nossa capacidade inventiva e criadora é exteriorizada através do ofício que realizamos.

O trabalho sobre a óptica da economia criativa é classificado como atuações criativas, com oportunidades de desenvolver suas capacidades intelectuais, obtendo remuneração para realização do mesmo.

Aos trabalhadores criativos, são traçados alguns perfis profissionais, a primeira, é vista como um grupo de profissionais, em que o trabalhador é mais jovem, que ocupa uma grande parte das oportunidades de emprego da economia criativa, tendo em vista sua maior disponibilidade de horários, porém,

tem um regime de trabalho com uma carga horária menor, por ser uma classe que possuem um grande número de desemprego e se adequar a possuir mais de um emprego, são profissionais que possuem um retorno salarial mais baixo que a maioria dos profissionais criativos, IBGE¹³ (2006).

Na segunda classificação, temos o trabalhador criativo autônomo, que se destacam através de sua arte, seus trabalhos direcionados a uma linha mais cultural, é tido como um profissional que possui “amor” pela arte, mesmo que não possa ter altos retornos financeiros, *FREIDSON* (1986).

Já o último nível do perfil é dedicado aos profissionais com vínculo empregatício, *HEINICH*(1993) defende que esse tipo de profissional é subdividido em três categorias para sua atuação profissional: O primeiro regime é o da vocação, em que profissional é direcionado para determinada função pelo seu grau de percepção e talento, para uma determinada função, o segundo regime se trata do termo “emprego” que será vinculado a uma empresa na qual, aquele profissional se candidata a uma determinada vaga, para conseguir oportunidade de colocação profissional no mercado, e a terceira classificação é do profissional que detém uma profissão por meio de um diploma/formação, regulamentada, para atuação no cargo ofertado pela organização.

Por conseguinte, o trabalho tem suas características para os trabalhadores criativos e possui suas singularidades diante do mercado de trabalho como um todo, atrelando diversos fatores não só profissionais, mas sociais ao país e gerando renda para sua população.

A economia criativa com seu direcionamento para a geração de renda, veio como consequência da geração de empregos, nos setores das indústrias criativas. Segundo *BACHA* (2004) a renda é o que os indivíduos recebem em troca dos serviços prestados para geração de produtos.

A contribuição da renda para o país faz com que ocorra um multiplicador para os demais setores da economia, fazendo assim, a “Roda” da economia girar. Os profissionais criativos tem uma remuneração diferenciada dos demais setores da economia, tendo em vista a utilização de alta capacidade intelectual e criativa.

¹³Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Com a visão de que, a economia criativa tem muito a contribuir para com o país, porém, é uma área de difícil mensuração, por resultar em muitos profissionais informais, o país adota medidas, por meio de políticas públicas, através da Secretaria da Economia Criativa, para contribuir com o setor, visando, uma forma de mensurar o quanto que essa informalidade está deixando de contribuir para a economia brasileira e procurando uma forma de tributar essa área, tendo em vista, a dificuldade de medição da atividade no país.

Com abordagem nas Políticas Públicas, segundo o Ministério da Cultura (2014) a política pública é um sistema explícito e coerente de fins últimos, objetos e meios práticos, perseguidos por um grupo e aplicados por uma autoridade.

Portanto, a política pública é um mecanismo utilizado pelo governo, para controlar um fluxo de decisões públicas, para manter um equilíbrio social ou intervir em desequilíbrios para solucioná-los, em prol da sociedade, com direcionamento para os mais variados setores.

Definindo a política pública de forma mais operacional, Segundo o Ministério da Cultura (2014):

É um sistema de decisões públicas que visa a ações ou omissões, preventivas ou corretivas, destinadas a manter ou modificar a realidade de um ou vários setores da vida social, através da definição de objetivos e estratégias de atuação e da alocação dos recursos necessários para atingir os objetivos estabelecidos.

Logo, as políticas públicas tem um papel relevante para as decisões governamentais de um país, pois se trata de decisões que afetam diretamente a sua população e para contribuir com o setor criativo, foram disponibilizados, vários parâmetros para adoção do profissional criativo, com isso, os mesmos terão auxílio para formalizar seu negócio, terá um fomento para profissionais criativos, criação e adequação de marco legal, entre outros.

4. Resultados e Discussões

Em 2009 a Organização das Nações Unidas criou um escopo dos macrossetores da economia criativa, com intuito de que, os países tomasse referência desses setores e das atividades realizadas em cada um deles, para

que pudessem se organizar e ter um melhor senso de mensuração dessas atividades, como exposto no quadro de número 1.

Quadro 1. Atividades associadas aos setores criativos nucleares, UNESCO (2009)

| Setores Criativos Nucleares | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Macrocategorias | Atividades associadas |
| A. Patrimônio Natural e Cultural | Museus;Sítios históricos e arqueológicos;Paisagens culturais;Patrimônio natural; |
| B. Espetáculos e Celebrações | Artes de espetáculo;Festas e festivais;Feiras. |
| C. Artes visuais e Artesanato | Pintura;Escultura;Fotografia;Artesanato. |
| D. Livros e Periódicos | Livros;Jornais e revistas;Outros materiais impressos;Bibliotecas (incluindo as virtuais);Feiras do livro. |
| E. Audiovisual e Mídias Interativas | Cinema e vídeo;TV e rádio (incluindo <i>internet</i>);Internet podcasting;Videogames (incluindo <i>online</i>). |
| F. Design e Serviços Criativos | Design de moda;Design gráfico;Design de interiores;Design paisagístico;Serviços de arquitetura;Serviços de publicidade. |

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011 a 2014Elaboração Própria

A partir, da classificação das Nações Unidas, o Brasil, instituiu seu próprio escopo da economia criativa, pelo Ministério da Cultura em 2011, como mostra o Quadro de número 2:

Quadro 2. Escopo dos Setores Criativos Ministério da Cultura (2011)

| Categorias | CulturaisSetores |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No campo dasExpressões Culturais | Artesanato; Culturas Populares; Culturas Indígenas; Culturas Afro-brasileiras; Artes Visuais; Arte Digital. |
| No campo dasArtes de Espetáculo | Dança; Música; Circo; Teatro |
| No campo doAudiovisual/do Livro,da Leitura e da Literatura | Cinema e vídeo; Publicações eMídias impressas |
| No campo dasCriações Culturaise Funcionais | Moda; Design; Arquitetura |
| No campo do Patrimônio | Patrimônio Material; Patrimônio Imaterial; Arquivos; Museus |

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011 a 2014) Elaboração Própria

Através desse escopo, o país passou a realizar suas análises a cerca da economia criativa, sobre suas tendências e estimativas.

No Brasil, as indústrias criativas vêm dominando as produções e tendo uma expansão na criação de produtos de cunho criativo, ao longo de uma década, ocorreu o aumento de 69,1% desde 2004, mas as áreas da economia criativa são imensas e de difícil mensuração, para conseguir implantar medidas e englobar as indústrias criativas, como um mecanismo de desenvolvimento econômico e social, o país criou alguns órgãos, como citado anteriormente, para alcançar esses objetivos e ter um enfoque para melhor agregar os setores das indústrias criativas ao seu PIB, e obter formas de tributação na área.

Como evidenciado no quadro de número 3, o país realizou sua análise a cerca da contribuição da economia criativa no Produto Interno Bruto e o crescimento do setor nos últimos 5 anos, tomando como base o ano de 2010 e ressaltando os dados e a análise econômica desses dois fatos analisados.

Quadro 3. Setores Criativos no Brasil: Análise na contribuição no PIB e o seu crescimento (2010)

| Descrição | Dados | Análise Econômica |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Contribuição dos setores criativos ao PIB do Brasil(2010) | R\$ 104,37 bilhões*(2,84% do PIB brasileiro) *** | Trata-se de setores de grande dinamismo econômico cuja participação no PIB supera alguns subsetores tradicionais de atividade econômica (IBGE) como a indústria extrativa(R\$78,77 bilhões) e a produção e distribuição de eletricidade,gás, água, esgoto e limpeza urbana (R\$ 103,24 bilhões) |
| Crescimento anual do setor criativo nos últimos 5 anos (relativo ao PIB) | 6,13% a.a. | Há uma tendência dos setores criativos deganhar maior robustez econômica no Produto Interno Bruto(PIB) com possibilidades reais de ampliar futuramente suaparticipação. O crescimento médio anual dos últimos 5anos do núcleo dos setores criativos (6,13%) foi superior aocrescimento médio anual do PIB brasileiro (4,3%). |

Fonte:Plano da Secretaria da Economia Criativa, (2011 a 2014):* IBGE, ** RAIS, *** FIRJAN, **** UNCTADElaboração Própria

Feita a análise, no ano de 2010, notou-se que a contribuição dos setores criativos para o PIB brasileiro foi R\$ 104,37 bilhões, o que significou 2,84% do PIB brasileiro naquele ano, esses setores são dinâmicos, diante da economia e supera outros setores tradicionais, quanto ao crescimento, tendo como referência os últimos 5 anos em relação ao PIB, mostrou que seu crescimento se deu a 6,13% ao ano, o que supera o crescimento médio anual

do PIB brasileiro e suas tendências mantiveram a elevação no seu crescimento.

Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, elaborado pela FIRJAN, (2014, p. 10) “a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013[...]” isso mostra a contribuição econômica que as indústrias criativas gera para o país, contribuindo para o aumento do PIB, não só fomentando a economia com a produção de produtos criativos, mas afetando diretamente as oportunidades de emprego e a geração de renda para a população de um determinado país.

Como cita o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, FIRJAN, (2014, p. 11):

Em 2013, o Brasil tinha 892,5 mil profissionais criativos, frente a 469,8 mil registrados em 2004. Isso significa que esta indústria foi responsável pela geração de mais de 420 mil empregos nos últimos dez anos, uma alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Dessa forma, o mercado de trabalho criativo se expandiu não apenas em números absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros alcançou 1,8% em 2013, ante 1,5% em 2004.

Esse crescimento se deu, a um grande desenvolvimento tecnológico, conhecimentos e descobertas científicas, que acabam agregando valor aos produtos criativos, que se tornam competitivos pelo grau de criatividade e diferenciação, tornando reflexo de alta demanda nas potências econômicas. Cada área tem seu desenvolvimento individual como um todo, segue quadro de número 4, que expõe o quantitativo em milhares, dos empregados por cada segmento da indústria criativa a nível Brasil.

Quadro4. Referente à quantidade de empregados dos segmentos das indústrias criativas e algumas profissões associadas a cada segmento (2014)

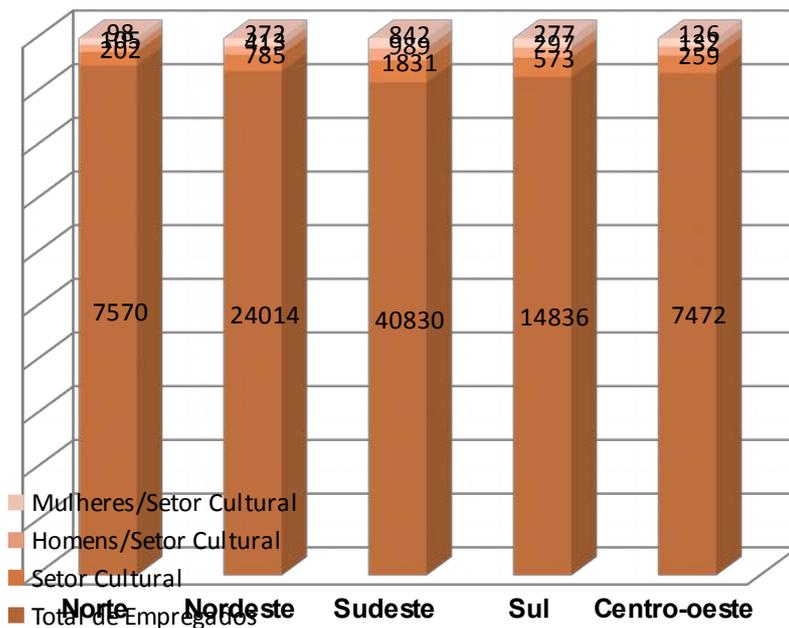
| Profissões criativas mais numerosas na indústria de Transformação | Segmentos | Empregados (em milhares) |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------------|
| 1º Engenheiros | P&D | 60,1 |
| 2º Desenhistas técnicos e projetistas | Design Arquitetura | 32,7 |
| 3º Artesãos de calçados e artesãos de couros e peles | Moda | 16,1 |
| 4º Analistas de Negócios | Publicidade | 9,8 |

| | | |
|--------------------------------------------------------|-------------|-----|
| 5º Programadores | TIC | 8,2 |
| 6º Gerentes de P&D | P&D | 5,9 |
| 7º Artesãos de metais preciosos e semipreciosos | Moda | 6,8 |
| 8º Modelista de roupas | Moda | 6,7 |
| 9º Analista de pesquisa de mercado | Publicidade | 6,1 |
| 10º Gerente de Marketing | Publicidade | 5,8 |

Fonte: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, FIRJAN, 2014Elaboração Própria

Como análise do quadro exposto, verificamos que o segmento das indústrias criativas que emprega é o de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), tendo o profissional de Engenharia com o maior destaque 60,1 milhares de profissionais, em seguida, o segmento de *Design/Arquitetura* com 32,7 milhares, o segmento da Moda com 6,1 milhares, entre os demais segmentos, que possuem números bastante expressivos, o volume de trabalhadores do país, um último estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD, 2007 a 2012) mostram que esses trabalhadores têm por idade média no Brasil, de 25 a 39 anos e idade, que se destacam nas regiões do país, e composto de atuação por gênero da seguinte forma:

Gráfico1. Trabalhadores por gênero nas regiões do Brasil no setor da economia criativa (Recorte de 2012) referência 1.000 pessoas



Fonte: Recorte, IBGE, PNAD (2007 a 2012)Elaboração Própria

É exposto, o quantitativo por gênero dos trabalhadores criativos nas regiões do país, verifica-se que a grande maioria dos profissionais é composta por homens, é uma área que ainda continua nítida, a disparidade entre homens e mulheres em atuação profissional, talvez, devido algumas áreas da economia criativa, como tecnologia, Engenharia, entre outras, possuírem mais atuações masculinas, porém, deveria se ter mais aberturas para atuações femininas, tendo em vista, o número de postos de trabalhos oferecidos pela área.

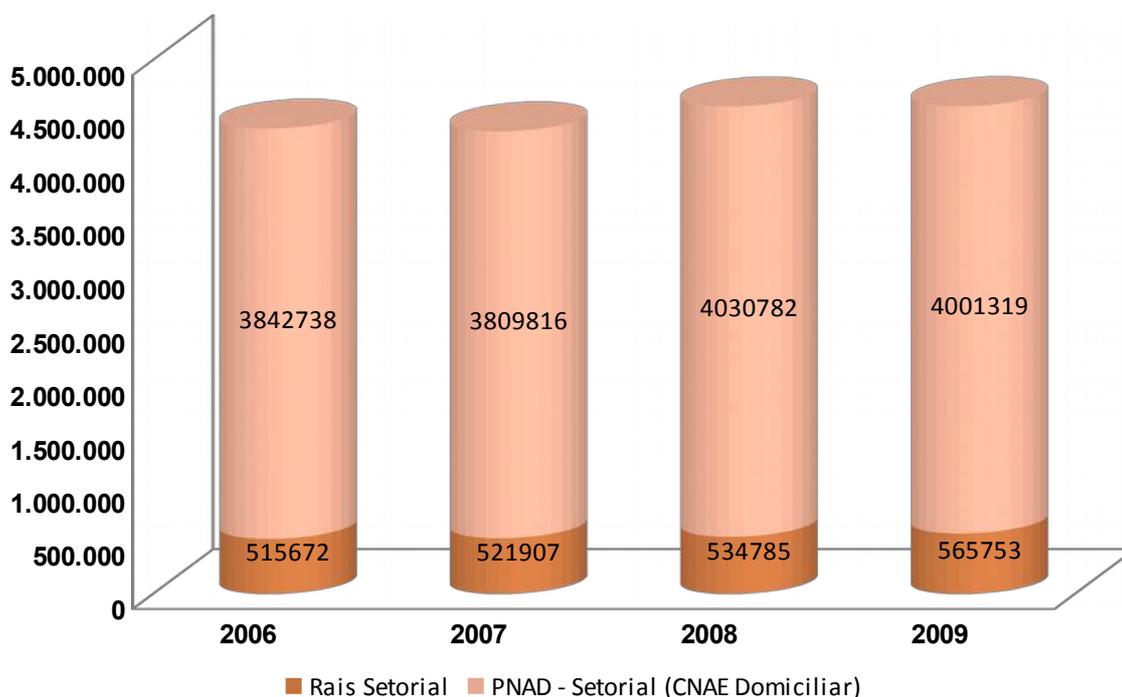
Ao analisarmos as indústrias criativas por estados brasileiros, os estados que mais se destacam por quantitativo de profissionais são: São Paulo e Rio de Janeiro representando 51,1% dos 892,5 mil profissionais criativos no país.

Segundo dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, FIRJAN (2014) com a área da economia criativa mais característica, que é a do mercado de consumidor, no ramo de publicidade, existe a região Sul que também possui um grande volume de profissionais criativos com ênfase na área de *Design*, segundo a FIRJAN (2014), em Santa Catarina (16,9%), Rio Grande do Sul (13,7%) e Paraná (13,6%), para efeitos de comparação, no Brasil como um todo, o segmento de *Design* emprega 9,7% de todos os profissionais criativos e na região Nordeste, quem se destaca é o Ceará, com

1,4% da força de profissionais criativos no ramo da Moda, com o percentual maior que a da média nacional e Pernambuco por ter um dos principais parques tecnológicos, o Porto Digital, atuando no eixo *software*, serviços de tecnologia da informação (TIC) e Economia Criativa, dando ênfase no ramo digital, *design*, multimídias, entre outros fatores tecnológicos, possuindo aproximadamente 8.500 trabalhadores.

Isso mostra, que os estados, cada um com o seu diferenciação de atuação na economia criativa, vêm se destacando com atuação profissional, tendouma distribuição nacional de trabalhadores criativos, que contribui para a economia do seu estado, porém, ainda existe uma dificuldade para se mensurar em sua totalidade, os trabalhadores criativos, tendo em vista, o trabalho informal, como não existe essa formalidade, será recorrida a pesquisa PNAD (Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílios) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e RAIS¹⁴ levando em consideração, a análise dos dados mediante, a RAIS Setorial e a PNAD Setorial.

Gráfico2. Número de Trabalhadores Informais, a partir da RAIS e PNAD (2006-2009)

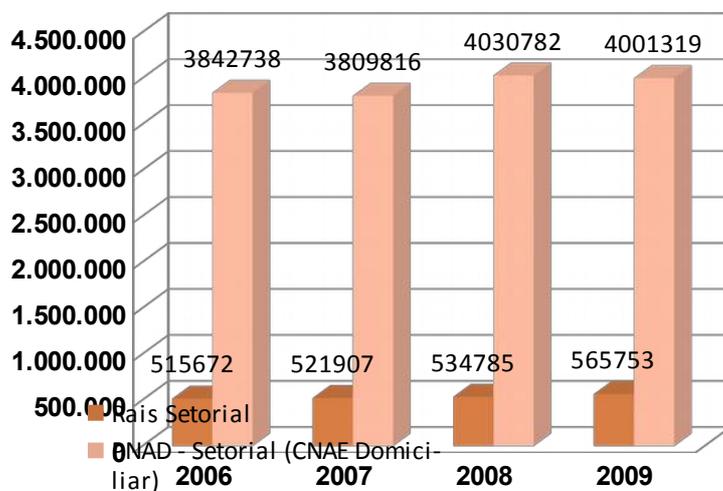


Fonte: RAIS e PNAD – IBGE. Elaboração Própria

14 RAIS – Relação Anual de Informações Sociais - Ressalvas da análise: a pesquisa é feita por respostas dos moradores dos domicílios e tem como características dados amostrais que se expandem a medida do peso das amostras, outra dificuldade é que não se consegue separar os trabalhadores por ocupação criativa e não criativa, mesmo aplicando a ferramenta de análise da RAIS, já no campo setorial foi bem-sucedida, feito os esclarecimentos supracitados.

Com isso, podemos identificar, diante dos dados expostos, que existe um elevado número de trabalhadores informais na economia criativa. Essa informalidade dificulta na remuneração desses profissionais, pois, na comparação PNAD (2006 a 2009) o trabalhador formal tem uma remuneração mais elevada do que o informal, como mostra gráfico3:

Gráfico 3. Salário Médio dos trabalhadores em economia criativa, a partir da RAIS (formais) e PNAD (Informais) (2006 a 2009)



Fonte: RAIS e PNAD – IBGE. Elaboração Própria

Levando em consideração as remunerações dos trabalhadores formais, segundo o Mapeamento da Economia Criativa no Brasil, FIRJAN (2014) a análise realizada de 2004 a 2013, tense as remunerações médias dos trabalhadores criativos por área da economiacriativa e o seu crescimento ao longo dos anos.

Quadro5. Seguimentos da Economia Criativa: Remuneração Média da Indústria Criativa o Brasil 2004 a 2013 (a preços de 2013)

| Seguimentos | 2004 | 2013 | Crescimento |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Consumo | R\$3.619 | R\$4.653 | 28,6% |
| Arquitetura | R\$5.354 | R\$6.927 | 29,4% |
| Publicidade | R\$5.701 | 5.075 | -11,0% |
| Desing | R\$2.556 | R\$2.760 | 8,0% |
| Moda | R\$993 | R\$1.412 | 42,1% |
| Cultura | R\$1.962 | R\$2.527 | 28,8% |
| Patrimônio e Artes | R\$2.880 | R\$3.721 | 29,2% |
| Artes Cênicas | R\$3.047 | R\$3.157 | 3,6% |
| Músicas | R\$1.662 | R\$2.216 | 33,3% |
| Expressões Culturais | R\$1.146 | R\$1.508 | 31,6% |
| Mídias | R\$2.670 | R\$3.080 | 15,4% |

| | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Editorial | R\$3.829 | R\$3.794 | -0,9% |
| Audiovisual | R\$1.782 | 2.364 | 32,7% |
| Tecnologia | R\$6.688 | R\$7.848 | 17,3% |
| Biotecnologia | R\$3.791 | R\$4.911 | 29,6% |
| P&D | R\$8.344 | R\$9.990 | 19,7% |
| TIC | R\$4.926 | R\$5.393 | 9,5% |
| Indústria Criativa | R\$4.323 | R\$5.422 | 25,4% |

Fonte: Mapeamento da Economia Criativa no Brasil, FIRJAN, 2014 Elaboração Própria

O seguimento com maior crescimento de remuneração, como exposto, foi o da Moda com 42,1% no qual, se destaca o Nordeste, com o estado do Ceará, em seguida o segmento da Música com 33,3%, Audiovisual com 32,7%, Expressões Culturais com 31,6%, a área de tecnologia um aumento de 29,6%, entre os demais números por segmentos apresentados.

Diante dos dados exibidos, verificamos que além de proporcionar uma elevação no grau de oportunidades de trabalho, as remunerações são elevadas para os profissionais criativos, mantendo-se essa elevação ao longo dos anos, independente do setor de atuação.

Para melhor mensurar e fomentar a economia criativa no país, foram realizados planos de políticas públicas com o Ministério da Cultura em 2011, para fomentar o setor criativo e os profissionais que neles atuam, partindo dos desafios encontrados pelo setor, como estipulado no Plano da Secretaria da Economia Criativa, foi analisado cada desafio e proposto as possíveis soluções para aplicação das políticas públicas, sendo realizados encontros com entidades governamentais, não governamentais, ministérios e parceiros, para formular esses plano de ações para as políticas, foram descritos cada etapa, de acordo com sua abordagem e participantes de cada tomada de decisão, como será mostrado no quadro de número 6:

Quadro 6. Etapas das estratégias para tomada de decisão para as Políticas Públicas para a Economia Criativa no Brasil, Objetivos e Participantes do processo, realização no período de maio a junho de 2011.

| Etapas | Objetivos | Participantes |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Etapa I – Encontro com <i>Experts</i> | Tinha como objetivo ter marcos teóricos para ponto de partida da formulação da política pública, eficiente, que fossem eficazes e aplicáveis | Tânia Bacelar, Isaura Botelho, Paulo Miguez, César Bolaño, Henrique Saraiva, Ana Carla Fonseca; Frederico Barbosa, Cristina Lins, Jurema Machado, Adolfo Melito, Lala |

| | | Deheinzelin e Lia Calabre. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Levantamento de demandas dos setores criativos brasileiros | Participação social, mediante abertura criada pelo MinC, tomando referência para diagnosticar o campo criativo brasileiro os relatórios das câmaras e colegiados setoriais (2005 a 2010) e os planos setoriais existentes e as estratégias setoriais da II Conferência Nacional de Cultura (2010), demandas por aplicação de questionários aos representantes setoriais do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) | Equipe da SEC (levantamento de fontes secundárias) e representantes dos setores no Conselho Nacional de Políticas Culturais – CNPC (aplicação de questionários) |
| Encontro com parceiros institucionais: agências de fomento e de desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais internacionais | A identificação de parcerias e de fonte de recursos voltados à promoção e ao fomento da economia criativa brasileira pautou essa etapa do planejamento. A SEC contou com a contribuição de representantes de parceiros institucionais na proposição de estratégias e de ações estruturantes para a superação dos principais desafios definidos pela SEC. | BNDES, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, Petrobras, Eletrobrás, Correios, Furnas, CHESF, SEBRAE/ NA, SEBRAE/RJ, SENAC/NA CNI/SESI/NA, SESC/SP, UNESCO, UNITAR, OEI, FINEP, CNPq e APEX. |
| Encontros com os ministérios parceiros | Com o propósito de promover a intersetorialidade de programas e ações no âmbito do Governo Federal em torno das políticas para a economia criativa, a SEC buscou alinhar programas e articular parcerias com 16 ministérios que participaram do seu processo de planejamento. O encontro permitiu a identificação de interfaces existentes entre as políticas dos ministérios parceiros com o eixo de atuação da SEC no sentido do empreendimento de ações conjuntas. | Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério da Justiça, Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Turismo, Ministério dos Esportes, Ministério das Comunicações, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério |
| Encontros com órgãos do Sistema MinC | Após as etapas de construção com parceiros externos, buscou-se o alinhamento de programas e articulação de parcerias no âmbito do próprio Sistema MinC ¹⁵ . O planejamento dessa etapa foi realizado por meio de reuniões bilaterais entre a SEC e demais secretarias, vinculadas e representações regionais para a proposição de ações conjuntas. | Secretaria de Políticas Culturais (SPC), Secretaria do Audiovisual (SAV), Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural (SCDC), Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC), FUNARTE - Fundação Nacional das Artes, IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus, Fundação Cultural Palmares Fundação Casa de Rui Barbosa, Diretoria de Relações Internacionais (DRI) e Representações Regionais |

Com isso, analisa-se cada ponto das estratégias criadas pelo Ministério da Cultura/Secretaria da Economia Criativa, para definir as políticas públicas, para implementação, tendo em vista, cada etapa realizada para chegar a este propósito, os objetivos traçados para cada etapa e seus respectivos participantes deste consenso.

Diante de cada objetivo traçado, na etapa III, na qual, tratou-se do encontro com parceiros institucionais, agências de fomento e desenvolvimento, órgãos bilaterais e multilaterais internacionais, chegou-se as soluções para cada desafio enfrentado pela economia criativa no país e foram descritas as soluções, como mostrado no quadro:

Quadro7. Soluções para os desafios encontrados na Economia Criativa Brasileira

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1º Desafio</p> <p>Levantamento de informações e dados sobre a Economia Criativa brasileira</p> | <p>Levantamento dados primários da Economia da Cultura/Criativa através do MinC/IBGE; Estudo e levantamentos (quantitativos, qualitativos, indicadores, setores, competitividade) das áreas através da FIRJAN, APEX, IPEA, IBGE, pesquisas de atuação da E.C.¹⁶ informal, etc....</p> |
| <p>2º Desafio</p> <p>Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos.</p> | <p>Orientação para solicitação de microcrédito disponível para o trabalhador criativo; retomar a articulação do MinC com os bancos oficiais para geração de alternativas de financiamento na cadeia produtiva da cultura, articulação das instituições financeiras estatais para elaboração de estudos de riscos para as áreas da E.C para facilitar a retirada de crédito, tomar como referência outras linhas de crédito diferenciadas para aplicar na E.C, se adequar as linhas de financiamento as demandas do setor criativo, articular as secretarias estaduais e municipais ao fomento de cooperativas, redes e coletivos por meio de fundo de cultura, facilitar os mecanismos de prestação de contas para microempreendedores e pequenas empresas sem intermediação de contadores, articular agências de fomento a financiamento de projetos voltado para a disseminação do conhecimento do processo e produtos criativos e inovadores, etc..</p> |
| <p>3º Desafio</p> <p>Educação para competências criativas.</p> | <p>Adequar curso a E.C, incorporar cursos sobre E.C ao MEC, fomentar capacitação de profissionais e gestores de empreendimento criativos, incentivar conteúdos relacionados a competências criativas através de programas do MEC, nas escolas, cursos rápidos, etc..</p> |
| | <p>Retomar parcerias com Secom, SESC, MinC,</p> |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;">4º Desafio</p> <p style="text-align: center;">Produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos.</p> | <p>para realização de cursos, eventos, voltados para a E.C, articular e integrar a rede de equipamentos pelo sistema S¹⁷ para visibilidade de produtos e serviços criativos, apoio a circulação/distribuição de bens criativos, etc..</p> |
| <p style="text-align: center;">5º Desafio</p> <p style="text-align: center;">Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativo</p> | <p>Efetivar mecanismos direcionados à consolidação institucional de instrumentos regulatórios (direitos intelectuais, direitos trabalhistas, direitos previdenciários, direitos tributários, direitos administrativos e constitucionais).</p> |

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011 a 2014) Elaboração Própria

Como apresentado, cada desafio encontrado pela Economia Criativa no país, foi estrategicamente solucionado, através da elaboração de plano de ação para cada dificuldade encontrada, levando em consideração, cada detalhe para seu fomento na produção, marco legal, na educação e desenvolvimento desses trabalhadores, no levantamento de informações sobre os setores, facilidade para os informais tornarem regulares, entre outros.

5. Conclusões

Com o intuito de expor, a importância da economia criativa para a geração de emprego e renda do país e a contribuição econômica e social que a mesma promove para os cidadãos, que dos seus meios e áreas se utilizam.

O presente artigo observou que, a economia criativa contribui economicamente para com, o país, em participação para aumento do PIB, com números crescentes, independente da situação econômica na qual, o país se encontrar.

Tendo um número de profissionais criativos elevados, em todas as suas áreas de atuação, em todas as regiões do país, cada um em sua forma de atuação, uns com vínculo direto com empresas, outros trabalhando informalmente como apontado na Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílios(PNAD, 2006 a 2009), os números da informalidade na economia criativa ainda são elevados, dificultando a mensuração da atividade para a

¹⁷ SESC, SENAI, SESI, SENAR, SESCOOP, SEST, SENAT, SEBRAE

economia como um todo, por isso, a importância de estratégias para fomento a formalização desses profissionais, tendo em vista, o quanto não está sendo mensurado economicamente e socialmente, vindo deste mercado informal.

Quando falamos de profissionais atuando na economia criativa, resulta em renda para esses trabalhadores. Como apresentado, a remuneração desses profissionais é mais elevada que a média nacional, independente do setor de atuação, pois sua remuneração provém da geração de produtos e serviços criativos, que requer um grau de inovação, tecnologia, diferenciação, fazendo a diferença no mercado, tornando-se uma área na qual, outros profissionais, cada dia mais, almeja, por seus ganhos e diferenciações na forma de se trabalhar.

Quanto às políticas públicas, foram traçados os desafios que a economia criativa encontra no país, traçaram-se estratégias para realização de planos de ação, até chegar às soluções, vale a pena ressaltar que, com surgimento de novas atuações, novos conceitos, novos mercados, haverá novos desafios, que a economia criativa encontrará, no qual o governo irá se adequar, procurando soluções, tendo em vista, seu objetivo de mensurar ao máximo a área, com intuito de se obter o seu extremo, através de tributações e retorno econômico para o país, porém, os desafios iniciais já foram encarados e a área já foi consolidada e bem exposta à sociedade.

Portanto, o proposto é que a economia criativa seja tratada como mais um setor econômico no país, de cunho diferenciado, tido como um “braço forte”, quando a economia não estiver indo bem, possuindo como mais uma alternativa, um setor que prospera independente de crises econômicas, por sua contribuição para o lado socioeconômico, com a geração de emprego e renda, que se faz uma poderosa arma contra as crises econômicas que o país possa a vir, enfrentar, pois é algo independente de diversos processos externos, é algo contido em cada indivíduo, que se perpetua na sociedade.

Tendo todo o aparato legal, de políticas públicas, de fomentos a produção, a educação criativa, a desenvolvimento e fomento as suas indústrias, para que a mesma seja levada em consideração na economia brasileira.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: **Apresentação de Trabalhos Acadêmicos**. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.ufjf.br/ppgsaude/files/2008/10/nbr_14724_apresentacao_de_trabalhos.pdf>; Acesso em 04 Novembro 2016, às 13h30min.
- BACHA, C.J.C. **Macroeconomia aplicada a análise da economia brasileira**, Ed. EDUSP – Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004, 264 p.
- FIRJAN, **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**, Sistema FIRJAN, 2011. Disponível em <<http://publicacoes.firjan.org.br/economiacriativa/mapeamento2014/>>; Acesso em 04 Novembro, 2016, às 12h32min
- FREIDSON, E. **Labors of love**: a prospectus. In: Erikson, K. T; Vallas, S. P. (Eds). *The nature of work: sociological perspectives*. Ed. Yale University Press, New Haven, 1990. p. 149-161.
- HEINICH, N. **Du peintre à l'artiste**. Ed. Minuit, Paris, 1993
- HOWKINS, John. **The Creative Economy** – How People Make Money from Ideas. Londres: Ed. Penguin Books, 2007.
- HOWKINS, John. The mayor's commission on the creative industries. In: HARTLEY, J. Ed. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005. p.117-125
- IBGE, PNAD - **Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio**, Outubro de 2013. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?i_d_pesquisa=40>; Acesso em 20 de Janeiro de 2017, às 19h
- IPEA, OLIVEIRA, ARAÚJO E SILVA, João Maria, Bruno César, Leandro Valério, 1880: Texto para Discussão: **Panorama da Economia Criativa**, Rio de Janeiro, Outubro 2013, 54 p.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia do Trabalho Científico**. 7. Ed. Ed. Atlas, São Paulo, 2009.
- MINISTERIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: Política, diretrizes e ações 2011-2014. 2. Ed. Brasília, DF, 2011. 156 p. O trabalho dignifica o homem. O Nacional, Rio Grande do Sul, por Glenda Mendes , Publicado em 01 de Maio de 2013. Disponível em: <<http://www.onacional.com.br/geral/cidade/37224/0+trabalho+dignifica+o+homem>>; Acesso em 13 de Novembro 2016, às 19h40min
- UNCTAD, **Relatório de Economia**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento, Brasília, DF, 2012, 424 p.