UFRGS
EDITORA

atlas

ECONÔMICO DA CULTURA BRASILEIRA

GUSTAVO MÖLLER
MARCELO MILAN
PEDRO PERFEITO DA SILVA
LEANDRO VALIATI
(ORGANIZADORES)

atlas

UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor
Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora
Patricia Pranke

FACULDADE DE CIÊNCIAS
ECONÔMICAS

Diretora
Maria de Lurdes Furno da Silva

Vice-Diretor
André Moreira Cunha

NÚCLEO DE ESTUDOS
EM ECONOMIA CRIATIVA
E DA CULTURA

Coordenação
Marcelo Milan

Gerência
Gustavo Möller

Coordenação de Ensino e Pesquisa
Débora Wobeto

MINISTRO DO TURISMO
Gilson Machado

SECRETÁRIO ESPECIAL
DE CULTURA
Mário Frias

SECRETÁRIO NACIONAL
DA ECONOMIA CRIATIVA E
DIVERSIDADE CULTURAL
Rafael Nogueira

DIRETORA DO DEPARTAMENTO
DE EMPREENDEDORISMO
CULTURAL
Jessika Santos

COORDENADOR-GERAL DE
ESTUDOS E MONITORAMENTO
Lucas Silveira

COORDENADOR-GERAL
DE EMPREENDEDORISMO
E INOVAÇÃO
Ricardo Braga

COORDENADOR DE ESTUDOS
E MONITORAMENTO
Marcos Vinícius Rocha

COORDENADOR DE
EMPREENDEDORISMO
Adriana Leite

COORDENADOR DE INOVAÇÃO
Lais Sant'Anna Soares

EQUIPE TÉCNICA
Jessica Afonso e Raihana Faleiros

atlas

UFRGS
UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO GRANDE DO SUL

FCE
UFRGS

NECCULT
NÚCLEO DE ESTUDOS EM ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA

MINISTÉRIO DO
TURISMO

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

© dos autores
1ª edição: 2018
Direitos reservados desta edição:
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira

Revisão
Marcelo Milan e Gustavo Möller

Projeto Gráfico
Alejandro Reyes, Ana Porazzi, Carolina Nobre

Diagramação
Ana Porazzi, Carolina Nobre

Impressão
Apoio: Reitoria UFRGS, Editora UFRGS, Gráfica UFRGS

Os materiais publicados no Atlas Econômico da Cultura Brasileira são de exclusiva responsabilidade dos autores. É permitida a reprodução parcial e total dos trabalhos, desde que citada a fonte.

Associação Brasileira das Editoras Universitárias

A881 Atlas econômico da cultura brasileira [recurso eletrônico] / organizadores Gustavo Möller ... [et al.] . – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022, Edição revisada e ampliada.

Modo de acesso: www.ufrgs.br>obec>neccult

1. Economia. 2. Economia criativa. 3. Economia da cultura. 4. Empreendientos culturais. 5. Indústrias criativas. 6. Cultura - Políticas públicas. I. Möller, Gustavo. II. Milan, Marcelo. III. Silva, Pedro Perfeito da. IV. Valiati, Leandro.

CDU 316.7(81):33

CIP - Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)

ISBN 978-85-386-0503-4

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 16

CAPÍTULO 1
Introdução: A Dimensão Econômica da Cultura 22

CAPÍTULO 2
Metodologia 76

CAPÍTULO 3
EIXO 1: Empreendimentos Culturais e Criativos 102

CAPÍTULO 4
EIXO 2: Mercado de Trabalho 208

CAPÍTULO 5
EIXO 3: Fomento Público Federal e Estadual 326

CAPÍTULO 6
EIXO 4: Comércio Internacional de Bens e Serviços Culturais 428

CAPÍTULO 7
CONCLUSÕES – O Atlas Econômico da Cultura Brasileira e seu Potencial 522

APÊNDICE A
Organização dos dados 548

APÊNDICE B
Delimitação do escopo 576

AUTORES

André Moreira Cunha: Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1992), mestrado e doutorado em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Campinas (1995/2001) e pós-doutorado pela Universidade de Cambridge (2012). Atualmente é professor associado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisador do CNPq (desde 2005) e Coordenador Adjunto da Área de Economia na CAPES (desde 2015). Professor visitante na Universidade de Leiden (Holanda, 2006) e Pesquisador Associado do Centro de Estudios Brasileños del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (Espanha, 2004-2013). Foi professor da Unisinos (1995-2003) e Assessor da Diretoria do BRDE (1999-2003). E-mail: andre.cunha@ufrgs.br.

Artur Waismann: Bacharel em Ciências Econômicas na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Assistente de Pesquisa do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) na mesma universidade. E-mail: arturwaismann@gmail.com.

Camila Cauzzi: Possui graduação em Ciências Econômicas (2017) e mestrado em em Economia (2019) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Economia, com ênfase em Crescimento e Desenvolvimento Econômico, atuando principalmente nos seguintes temas: economia criativa, mercado de trabalho e economia da cultura. E-mail: camilacauzzi@gmail.com.

Eduardo Rodrigues Sanguinet: Doutor em Economia do Desenvolvimento pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e em Economia Aplicada com menção em Estudos Regionais (UCN, Chile) em regime de cotutela com dupla diplomação. É Mestre em Desenvolvimento Rural (UFRGS) e Bacharel em Ciências Econômicas (UFSM).

Gustavo Möller: Bacharel em Relações Internacionais e mestre em Estudos Estratégicos Internacionais na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Gerente executivo no Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT-UFRGS) desde 2016. Possui experiência com análise de redes com ênfase nos Estudos de Inteligência e na área de Economia Criativa e da Cultura. Tem interesse em estudos de Desenvolvimento, Política Internacional e Políticas Públicas. E-mail: gustavo.moller@ufrgs.br.

Joana Búrigo Vaccarezza: Mestre no Programa de Pós-Graduação em Economia da Indústria e da Tecnologia na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Foi Assistente de Pesquisa no Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT-UFRGS), e bolsista de iniciação científica pelo programa CAPES Jovens Talentos (2013-2014) e pelo programa PIBIC CNPq-UFRGS (2014-2015). Tem interesse em estudos de Desenvolvimento e Economia Política Internacional. E-mail:joanavaccarezza@gmail.com.

Larissa Couto da Silva: Mestranda em Economia do Desenvolvimento e Bacharela em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Assistente de pesquisa no Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT-UFRGS). E-mail: larissa.couto@ufrgs.br.

Leandro Valiati: Economista, PhD em Economia do Desenvolvimento (UFRGS) e pós-PhD em Indústrias Criativas (Sorbonne-Paris 13). Professor de Indústrias Criativas e Economia da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor e pesquisador visitante em: Universidade Queen Mary de Londres (Reino Unido); Universidade Paris 13 (Labex /ICCA/ Sorbonne - França) e Universidade de Valência (Espanha). Consultor em

Indústrias Culturais e Criativas do Ministério da Cultura do Brasil, Ministério da Cultura da Argentina, UNESCO e OEI. Criador do Núcleo de Estudos em Economia Cultural e Criativa (NECCULT), tendo liderado, em 4 anos, 6 acordos internacionais (Brasil-Europa); 20 grandes projetos de pesquisa; 7 conferências internacionais; 12 livros e o projeto nacional de grande escala Atlas da Economia da Cultura. Conferencista internacional na Argentina, Brasil, Colômbia, Holanda, França, Itália, Espanha, Suécia e Reino Unido. Principal e co-investigador em pesquisas acadêmicas internacionais financiadas pelo Ministério da Cultura do Brasil, AHRC (Reino Unido), ESCR (Reino Unido), Ministério da Cultura da França e Newton Funding (Reino Unido). Contemplado com o Newton Advanced Fellowship da British Academy (2018-2020). Integrante do Conselho Consultivo do Policy and Evidence Centre para as Indústrias Criativas (UK). E-mail: leandro.valiati@ufrgs.br.

Leandro Vieira: Doutorando em economia pelo Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Ciências Econômicas pelo Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Também graduado em Ciências Econômicas pela UFU. Interesse em pesquisa nas áreas de Macroeconomia, Economia Monetária e Financeira, Economia pós-keynesiana e matemática. Durante a graduação, foi integrante do Programa de Educação Tutorial do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Uberlândia, onde foram realizadas atividades de cunho de ensino, pesquisa e extensão. Em 2017-2018 trabalhou como pesquisador no Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT - UFGRS). E-mail: leanvla@hotmail.com.

Marcelo Milan: Possui graduação em Economia pela Universidade de São Paulo (1998), mestrado em Economia pela Universidade de São Paulo (2002) e doutorado em Economia pela University of Massachusetts Amherst (2008). Atualmente é professor Adjunto II de economia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor visitante na Universidade de Wisconsin (EUA, 2011). Foi professor da University of Rhode Island (2007-2008) e na University of Wisconsin (2008-2010). Tem interesse na área de Macroeconomia Financeira, Economia Política Clássica, Economia Política Internacional e Economia Cultural e Criativa, com ênfase em Moeda e Bancos, Finanças,

Economia política dos EUA e do Brasil, Poder e Dinheiro e Economia Cultural e Criativa. E-mail: marcelo.milan@ufrgs.br.

Pedro Perfeito da Silva: Graduado e Mestre em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutor em Economia no Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGE-UFRGS). Assistente de pesquisa do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: pperfeitodasilva@gmail.com.

Pedro Romero Marques: Doutorando em Economia pela Universidade de São Paulo (USP) na área de Economia do Desenvolvimento. Mestre em Estudos Estratégicos Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), na linha de pesquisa em Economia Política Internacional. Concluiu graduação em Relações Internacionais pela UFRGS no ano de 2014. E-mail: p.romero.marques@gmail.com.

AGRADECIMENTOS

O Atlas Econômico da Cultura Brasileira é resultado da crença do Estado brasileiro no potencial da cultura e da criatividade para gerar conhecimento, inclusão social, inovação e desenvolvimento econômico. Dessa forma, ao Estado brasileiro e às diferentes maneiras como foi representado e incentivou as pesquisas na área de economia da cultura e das indústrias criativas, por meio do Ministério da Cultura, agradecemos. Importante destacar nesse contexto os gestores e servidores públicos dedicados ao tema da cultura e das indústrias criativas que, ao longo dos anos, não só acreditaram em nosso trabalho, mas também foram advogados e co-criadores desta pesquisa de tão suma importância.

Agradecimentos também são necessários à Universidade Federal do Rio Grande do Sul – espaço amplo, plural, diversificado e receptivo. Graças a esse espaço – não só abstrato, mas físico também – foi possível desenvolver este e muitos outros trabalhos com a qualidade e integridade intelectual tradicionais dessa Universidade. Especificamente dentro da Universidade, ressaltamos a importância da Faculdade de Ciências Econômicas (FCE) que acolheu o Núcleo responsável por esta pesquisa e ao Centro de Estudos Internacionais sobre Governo (CEGOV), que gestou, abrigou e deu suporte inicial aos pesquisadores dedicados ao tema da cultura.

Nesse mesmo contexto, agradecemos a dedicação de mais de duas dezenas de estudantes e professores que integraram o Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) ao longo dos três anos que foram necessários para formatar esta pesquisa. Eles dispuseram de seu tempo e atenção para a pesquisa, análise, escrita e revisão deste volume além do esperado.

APRESENTAÇÃO

A INSTITUCIONALIDADE NA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E O REGISTRO ESTATÍSTICO DA ECONOMIA DA CULTURA NO BRASIL

Gustavo Möller, Marcelo Milan, Pedro Perfeito da Silva, Leandro Valiati

A cultura possui um papel importante em diversas dimensões das relações sociais, o que implica que seus impactos transbordam a esfera econômica. Além disso, o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, as mudanças nesse âmbito particular vêm ocorrendo de maneira rápida e frequente.

Nesse contexto, para um resultado bem-sucedido do ponto de vista específico das políticas públicas relacionada à cultura e à criatividade, é importante que exista um aparato institucional especialmente dedicado à formulação e adoção de medidas de apoio e de fomento, que possa organizar, articular e sistematizar os esforços estatísticos de mensuração, de análise e de fundamentação da execução.

O Ministério da Cultura (MinC) atua como formulador das políticas universais de apoio à cultura, podendo especializar-se, internamente, em linhas de ação mais direcionadas. Atento às discussões contemporâneas e à necessidade de fomentar a produção de dados e informações qualificados pertinentes à esfera econômica da cultura, o MinC, em 2016, instituiu a Secretaria de Economia da Cultura depois transformada em Secretaria da Economia Criativa.

Antes mesmo da institucionalização da secretaria, contudo, já era possível identificar atividades de unificação das ações de cultura por meio da proposição, no Congresso Nacional, do Plano Nacional de Cultura (2000) e da sinalização de um Sistema Nacional de Cultura (2002). Enquanto os esforços de implantação do Plano estabeleceram metas que serviriam para execução posterior de projetos, o Sistema Nacional de Cultura atuou em iniciativas de maneira mais ativa (REIS, 2011).

Quanto ao Plano Nacional de Cultura, oficialmente implantado em 2010 pela Lei nº 12.343, é importante ressaltar que está sistematizado em 53 metas, que perpassam objetivos sociais, educacionais e econômicos. Desse modo, os três eixos norteadores do plano são: a cultura como expressão simbólica; a cultura como direito de cidadania; e a cultura como potencial para desenvolvimento econômico (BRASIL, 2013). A Lei nº 12.343 de 2010 também implantou o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), como indicação de importância da construção de estatísticas sobre a cultura no Brasil, vinculando a adesão de Estados e Municípios ao Plano com a obrigatoriedade de declaração e repasse de dados sobre esses territórios por parte dos governos (BRASIL. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010).

Portanto, as metas do Plano Nacional de Cultura atuam como pontos norteadores que reforçam a necessidade de uma organização governamental empenhada no cumprimento dos objetivos, e a instrumentalização de estatísticas sobre o setor cultural, como as realizadas neste Atlas, contribui de maneira importante para complementar as informações do SNIIC. O Sistema Nacional de Cultura, por sua vez, cuja introdução na Constituição Federal data de 2012, atualmente permite aproximar as relações entre diferentes instâncias federativas (União, Estados e Municípios) por meio da implantação de ferramentas de gestão que podem ser adotadas por qualquer município brasileiro que deseje fortalecer suas políticas culturais e promover sinergia

com os demais entes federativos (BRASIL. MINC, 2011; BRASIL. Emenda Constitucional nº 71, de 29 de novembro de 2012).

O financiamento público à cultura também está abrangido no escopo de atuação do MinC, a partir da Lei 8.313 de 1991, que instituiu o Programa Nacional de Cultura, prevendo abatimento de impostos para pessoas físicas e jurídicas apoiadoras de projetos culturais, bem como instituindo o Fundo Nacional de Cultura, cujos recursos são alocados em projetos selecionados por editais diretos do próprio MinC (BRASIL. Lei n. 8.313 de 23 de dezembro de 1991).

Esse fator também é de suma importância no dinamismo econômico dos SCC, dado que fornece o apoio financeiro necessário para que se mantenha a oferta de serviços culturais de alta qualidade no País, além de permitir que projetos de diversos méritos recebam oportunidades.

Percebe-se assim que a ampla gama de ações desenvolvidas pelo Ministério requer dados e informações que proporcionem fundamentos qualificados para o processo decisório e o planejamento de médio e longo prazo das políticas públicas voltadas à Cultura. À guisa de conclusão, é importante destacar que essa discussão das diferentes classificações possíveis para as atividades culturais com implicações econômicas proporciona um fundamento metodológico para o Atlas Econômico da Cultura Brasileira.

Essa iniciativa, fruto da pareceria entre o Ministério da Cultura, por meio da Secretaria de Economia da Cultura, e o Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é pioneira na implantação de métodos consistentes de mensuração desse grupo de setores econômicos. Neste aspecto, pode-se afirmar que o Brasil se coloca na fronteira da inovação institucional para proporcionar conhecimento e informações qualificadas sobre a dimensão econômica das manifestações culturais.

Além disso, o Atlas proporciona parâmetros sólidos para auxiliar na formulação de políticas públicas para os SCC, além de proporcionar condições para o aprofundamento dos estudos e pesquisas setoriais, bem como fundamentos para profissionais e demais interessados pelo impacto econômico da cultura brasileira.

Finalmente, o Atlas constitui-se um marco analítico importante no sentido de estimular e renovar a necessária discussão sobre o desenvolvimento de

uma Conta Satélite da Cultura (CSC) no Brasil. Ao mapear de forma detalhada a distribuição territorial dos SCC no Brasil, bem como suas principais características econômicas, identificando desafios e potencialidades, o Atlas constitui-se em um ponto de partida metodológico e informacional que pode contribuir para a construção da CSC.

Nos capítulos que seguem discutiremos de maneira aprofundada em termos de dados econômicos os Setores Culturais e Criativos no Brasil. Essa discussão é fruto de trabalho contínuo de pesquisados da Universidade com os órgãos federais nos últimos anos e reflete a formação de massa crítica de professores e estudantes de graduação e pós-graduação. Assim, o primeiro capítulo trata da discussão de cunho teórico em que busca-se reunir estudos referentes a três aspectos principais: (i) discussão teórica e metodológica ligada às contribuições da Ciência Econômica para a compreensão do impacto da cultura; (ii) a dinâmica atual e as tendências recentes, dada a reconfiguração das indústrias criativas; (iii) a consolidação do papel estratégico de instituições ligadas ao fortalecimento da cultura na dinâmica econômica e social. Evidencia-se o papel das diferentes correntes teóricas de forma a explicitar as contribuições teóricos da economia diante da realidade e das peculiaridades das indústrias criativas e da relevância econômica e social da cultura e seus diversos setores. O capítulo avança na discussão sobre o papel e importância dos setores criativos e culturais na economia global, apresentando suas tendências recentes, em que se destacam novos setores e atividades ligadas à disseminação cultural como a digitalização e a nova dinâmica econômica internacional com a participação dos países do hemisfério sul como potencializadores de cultura.

O segundo capítulo é um breve descritivo da metodologia de mensuração utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa. Avança-se na apresentação do trajeto conceitual da Conta Satélite da Cultura, bem como da construção teórica atrelada à definição dos dez setores culturais e criativos e suas respectivas atividades econômicas (CNAEs). Além disso, apresentam-se as variáveis e os eixos trabalhados. Ele é complementado por uma explicação detalhada de todos os conceitos nos apêndices deste livro.

Os capítulos de 3 a 6, por sua vez, analisam por diferentes vieses os SCC. O capítulo 3 avança na compreensão empírica do primeiro eixo temático do Atlas. Compreende-se, neste sentido, a análise da trajetória dos empreendi-

mentos culturais e criativas instalados no Brasil, destacando suas principais estatísticas ao longo do período. Discute-se, em suma, o impacto econômico das firmas dos empreendimentos culturais, bem como esforços empíricos a respeito de aspectos relevantes ligados aos mesmos. O capítulo 4 centra-se na avaliação da evolução do mercado de trabalho da cultura a partir da lógica tanto das atividades quanto das ocupações. Abre-se margem para discussão sobre a comparação da dinâmica do mercado de trabalho cultural no Brasil com outras realidades empíricas e enaltece-se como as indústrias criativas podem contribuir para o nível de emprego da economia. O capítulo 5 direciona a atenção para o impacto econômico de políticas públicas de fomento à cultura na economia brasileira. Amplia-se a discussão iniciada no capítulo 1 relacionada à importância de instituições ligadas ao fortalecimento dos setores culturais e criativos no país. O capítulo 6 relaciona-se ao quarto eixo temático do Atlas, em que se evidencia a contribuição dos setores culturais e criativos na consolidação da pauta exportadora e importadora da economia brasileira.

Por fim, o capítulo 7 visa contribuir para a visão global do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, diante da evidência relacional dos quatro eixos temáticos, inserindo-os na recente evolução da economia brasileira. Neste sentido, discute-se a presença dos aspectos relevantes de cada um dos eixos em um capítulo único, evidenciando a forma como os setores culturais e criativos comportam-se ao longo do tempo diante das mudanças em estatísticas nacionais. Isso permite destacar a importância relativa da cultura na dinâmica econômica no país, bem como a interação entre os eixos que compõem o Atlas Econômico da Cultura Brasileira. Aborda-se também um breve resumo e reflexões a respeito dos principais resultados extraídos pela publicação.

Cap. 1

A DIMENSÃO ECONÔMICA DA CULTURA

Marcelo Milan, Gustavo Möller, Pedro Perfeito da Silva, Leandro Valiati

A presença do tema da cultura nas discussões econômicas ganhou ímpeto ao longo das últimas décadas, refletindo a entrada de novos paradigmas tecnológicos que levaram a mudanças na produção e no consumo de bens dotados de valor simbólico, isto é, de bens culturais. Tal processo teve como seu ponto de partida as preocupações acerca da influência da cultura nas decisões de consumo, e logo dos produtores dos bens e serviços culturais, abrangendo, mais recentemente, estudos relacionados à valoração de atividades culturais específicas, com a aplicação da análise até então restrita aos processos econômicos tradicionais.

A crescente preocupação com a – até então ignorada – importância econômica da atividade cultural se justificava pela perda de importância das indústrias tradicionais e do antigo paradigma tecnológico, o consequente desemprego em antigas áreas industriais e o marcado declínio do crescimento econômico (OAKLEY, 2004). A

cultura passava assim a ser vista como uma forma importante para a geração de renda, riqueza e empregos. Esse potencial econômico da cultura passou a atrair rapidamente a atenção de pesquisadores e formuladores de política (HEILBURN; GRAY, 2001; TOWSE, 2010; TOWSE; KHAKEE, 1992). Nesse sentido, a economia da cultura é uma importante fonte intelectual para a análise do impacto de fatores culturais no comportamento econômico dos indivíduos e no resultado econômico das sociedades (GUISO ET AL., 2006; CASSON, 2006). É nesse contexto que surge a necessidade de proporcionar medidas mais precisas da contribuição econômica, em suas múltiplas dimensões, da cultura. No Brasil, o **Atlas Econômico da Cultura Brasileira** se apresenta como um esforço pioneiro nesse sentido, proporcionando indicadores setoriais e regionais da atividade econômica cultural e criativa.

Como indicação da vitalidade e dinamismo desse campo de estudo, a cada ano a economia da cultura registra a publicação de novos estudos acerca de diferentes temas econômicos associados à atividade cultural, como são os casos do mercado de trabalho (BAKHSHIR; WINDSOR, 2015), do valor adicionado (renda gerada em cada etapa da cadeia de produção) (JAUNEAU, 2013), do comércio internacional (UNESCO, 2016), dentre outros. Tais pesquisas baseiam-se na aplicação de conceitos como indústrias culturais, indústrias criativas e setores culturais e criativos (SCC), os quais procuram, em termos gerais, agregar atividades e ocupações culturais e criativas para avaliar sua contribuição econômica.

Ao mesmo tempo, os agentes que atuam na academia, nos governos e em outras instituições públicas e privadas têm apresentado diferentes metodologias de classificação, com o objetivo de consolidar bases de dados que sirvam à formulação de políticas públicas e estratégias empresariais. Na ausência de um critério universal e consensualmente aceito de classificação, as diferentes atividades econômicas culturais podem ser agregadas em setores mais amplos segundo regras e percepções distintas. As diferenças se devem ao elemento mais importante a ser considerado no tratamento da atividade: a natureza dos insumos criativos e culturais empregados na produção, principalmente o trabalho; a natureza do bem ou serviço final produzido; as características do processo produtivo; a metodologia mais apropriada para a mensuração das mesmas; além das próprias discordâncias acerca do que se entende por atividade cultural e criativa em primeiro lugar.

As divergências metodológicas podem ser explicadas em torno do objeto, das diferentes definições do que se constitui em atividade econômica cultural e do ente formulador da política pública ou do empreendedor da estratégia em questão. O termo "indústrias culturais", por exemplo, implica políticas centradas na geração de valor cultural em escala industrial ou não, perseguida quase exclusivamente por entes que tenham a cultura como responsabilidade principal, seja na forma de objeto de promoção, seja de geração de renda. Já o conceito "indústrias criativas" permite uma abordagem centrada na promoção de políticas ou na adoção de estratégias baseadas na criatividade e da inovação enquanto insumos e enquanto produtos, o que transcende os setores culturais tradicionais, demandando políticas e estratégias de promoção com características industriais, tecnológicas e de comércio exterior. Todos esses elementos convergem para a necessidade de justificar o emprego de uma proposta de agregação das diferentes atividades culturais e criativas em face das alternativas existentes.

No mesmo sentido, o conceito de SCC adotado por órgãos multilaterais, como a UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (2008, 2010) e a UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2013, 2015), representa um esforço de síntese, o qual contribui para definir o escopo de um dos temas centrais na economia da cultura, que é a contribuição das expressões culturais para a materialização de resultados econômicos. Por ser derivado de múltiplas abordagens, esse conceito é consequentemente mais completo, permitindo assim uma análise econômica mais bem delimitada. Essa característica se sobressai em, pelo menos, duas dimensões. Em primeiro lugar, ela permite a comparação de políticas e estratégias econômicas culturais em termos de alcance, foco e resultados. Em segundo lugar, e mais especificamente, ele reitera a ênfase dada pelo Plano Nacional de Cultura (BRASIL, 2010) ao protagonismo setorial das políticas culturais, seja na forma dos planos setoriais nacionais, seja na forma de metas e ações. Ou seja, ainda que as políticas culturais devam manter um foco no fomento à geração de valor cultural, elas não podem ignorar a contribuição econômica da cultura, enquanto setor composto de diferentes segmentos, à geração de renda, à inovação tecnológica e ao comércio internacional, por exemplo. Isto é, essa contribuição tem

uma dimensão agregada na forma de SCC e uma dimensão desagregada em seus segmentos.

Apesar das diferenças metodológicas e conceituais, as propostas classificatórias são convergentes em termos das discussões sobre o aparecimento de uma economia baseada no conhecimento, no pensamento econômico em particular, mas igualmente em outras áreas de pesquisa. Essa mudança requer um aprofundamento analítico para identificar os impactos comportamentais, estruturais e setoriais dessas transformações, o que acaba por se refletir também nas definições e nas propostas de agregação setorial das diferentes atividades econômicas. As características intrínsecas da atividade cultural, que tem no conhecimento um insumo importante, a torna um objeto propício à investigação e de fomento por meio de políticas públicas focadas.

O debate sobre essas transformações é amplo e foge ao escopo do Atlas, mas cabe lembrar que foram essas mudanças que motivaram as preocupações recentes da economia da cultura. Para mencionar algumas reflexões importantes provocadas pelas modificações referidas, pode-se apontar a contribuição de estudos mais amplos, que não remetem apenas ao debate dentro da economia da cultura, mas que os influenciam, dada a profundidade dos mesmos.

Alguns estudos foram prescientes e já na década de 1970 apontaram as transformações que teriam impactos consideráveis sobre a economia em geral e sobre a economia da cultura em particular. Por exemplo, Bell (1974) ressalta o advento da sociedade do conhecimento em uma economia pós-industrial. A contribuição suscita o questionamento de como a atividade econômica se organizaria com o declínio da centralidade da indústria como força motriz na geração de renda, riqueza e empregos. Sendo a cultura uma atividade intensiva em conhecimento, ela se posiciona estrategicamente para assumir um papel econômico relevante. Lipietz (1991) enfatiza as mudanças no modo de produção e de consumo após a crise do modelo fordista de produção, caracterizado pela produção massificada e padronizada, que justificava o emprego do termo 'indústrias culturais' no caso da produção e consumo de bens e serviços culturais. E existem interpretações críticas a respeito dessa terminologia, baseadas justamente na crítica à lógica de reprodução massiva de bens culturais, em que o quantitativo deixa o qualitativo em segundo plano. Essas críticas refletem obras da chamada Escola de Frankfurt, cujos principais representantes são Adorno e Horkheimer (2002). Ainda, a

contribuição de Lipietz (1991) aponta para como as mudanças tecnológicas permitiram ampliar o acesso ao consumo daqueles bens e serviços, mas de forma menos massificada em função da redução dos custos de distribuição. Esse trabalho guarda semelhanças com o de Bell do ponto de vista de centrar os questionamentos no papel da indústria, mas enfatizando a indústria como método de produção, não como um setor econômico em si. Contudo, ele não realça a centralidade do conhecimento no período que se seguiria ao fordismo. Um terceiro trabalho que ajuda a lançar luz sobre as transformações socioeconômicas é De Masi (2001). Ele sublinha as novas formas de trabalho, mais voltadas à criatividade e menos rotinizadas e padronizadas. Para que esse trabalho se efetive, contudo, o conhecimento se torna central, e o modo de produção industrial precisa ser substituído por estratégias mais flexíveis.

Ainda, o trabalho criativo tem sido defendido por diversos autores para caracterizar uma forma nova de trabalho que é demandada a partir de uma nova lógica de produção e consumo (SELTZER, BENTLEY, 1999; BANKS, 2007; FLORIDA, 2012; BAKHSHI; FREEMAN; HIGGS, 2013). Essas transformações permitem inferir que o número de empreendimentos voltados à produção de bens e serviços culturais e criativos deve se expandir mais rapidamente que o declínio dos empreendimentos industriais tradicionais, ao mesmo tempo que a composição do comércio internacional deve refletir uma maior presença desses bens e serviços, o mesmo se passando com o emprego cultural e criativo frente aos empregos tradicionais.

Da mesma forma, as abordagens baseadas no conceito de 'indústrias criativas', em contraposição ao conceito de 'indústria cultural' e em si já um reflexo de transformações na estrutura econômica, centram-se primordialmente nas mudanças tecnológicas que ocorreram nos últimos anos, especialmente a expansão das tecnologias de informação e comunicação, e seu impacto em novas formas de consumo e de produção de bens e serviços culturais e criativos. Retoma-se assim a ênfase no aspecto setorial embutido no conceito de indústria, com a agregação de atividades econômicas que compartilham da criatividade como insumo estratégico, e não na escala 'industrial' da produção. As novas tecnologias permitem mudar o modo de fazer e consumir do ponto de vista da escala e também do papel desempenhado pelo conhecimento nos processos produtivos e de consumo (UNCTAD, 2010; OMPI, 2015; DCMS, 2016).

Como exemplos dessas transformações na produção e no consumo por meio de mudanças tecnológicas e seus impactos especificamente sobre a atividade econômica cultural, podem-se mencionar as formas emergentes de reprodução como o *streaming* de músicas e vídeos (este último chamado popularmente de *Video on Demand* – VoD), bem como para a inclusão de setores intensivos em conhecimento tecnológico como *software* e jogos digitais entre as atividades culturais.

Feita essa contextualização, disponibilizamos para os leitores e leitoras o Atlas Econômico da Cultura Brasileira. Trata-se de um esforço pioneiro da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura e do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul em disponibilizar e sistematizar de forma inédita os dados estatísticos sobre a dimensão econômica da cultura no território nacional e no exterior (comércio internacional). O Atlas apresenta dados e informações sobre a Economia da Cultura no Brasil, mapeando a distribuição setorial e geográfica da produção econômica cultural no País em quatro grandes eixos temáticos: empreendimentos, mercado de trabalho, fomento público e comércio internacional.

Nesse primeiro capítulo, três aspectos principais são desenvolvidos:

- A discussão conceitual e metodológica ligada às contribuições do conhecimento econômico para a compreensão da importância relativa dos setores culturais e criativos;
- As tendências recentes, dada a reconfiguração técnica e econômica dos setores culturais e criativos; e
- A consolidação do papel estratégico de instituições ligadas ao fortalecimento da cultura na dinâmica econômica e social.

Tais aspectos constituem o referencial analítico no qual se baseia a formulação da metodologia desenvolvida para a prospecção e sistematização dos dados econômicos da cultura no Brasil do Atlas Econômico da Cultura Brasileira.

O restante do capítulo trata das diferentes formas de relação entre cultura e economia investigadas na academia, avançando na discussão sobre o papel e a importância dos setores culturais e criativos na economia global. Além disso, discute as abordagens existentes de classificação das indústrias

culturais e das indústrias criativas, apresentando, nesse contexto, as tendências recentes de esforço conceitual.

A ECONOMIA E A CULTURA: A EVOLUÇÃO DAS ABORDAGENS

A cultura é expressão maior da singularidade de um povo e fundamento simbólico de uma sociedade, influenciando, portanto, as diversas dimensões das relações sociais constituídas em um território. Por isso, não é surpresa que a cultura tenha sido fundamental objeto de estudo no processo de construção das ciências sociais contemporâneas, aparecendo nas principais discussões propostas, entre outras, pela antropologia, pela sociologia e pela economia. Especificamente no que diz respeito ao campo econômico, vale notar que esse debate é considerado recente, oriundo do processo de consolidação das economias industriais modernas e da evolução do modelo econômico de produção e consumo das sociedades que caracterizou a segunda metade do século XX.

É importante reconhecer, assim, que a percepção da cultura enquanto um setor econômico distinto, integrado ao funcionamento das economias de mercado, foi primeiramente concebida a partir de uma perspectiva crítica, expressa pela tradição da Escola de Frankfurt em meados dos anos 1940. De acordo com essa abordagem, a existência de uma indústria cultural – evidenciada à época pela era do rádio, pela popularização da televisão e pela padronização da produção e do consumo cinematográfico – foi interpretada enquanto um fenômeno associado à transformação das manifestações culturais em mercadorias a serem comercializadas. Essa realidade ilustraria a expansão da lógica mercantil para o campo de produção artística, servindo ao fortalecimento dos instrumentos de domínio econômico dos detentores de riqueza, sustentados a partir da busca pelo lucro (ADORNO; HORKHEIMER, 2002).

A partir da década de 1950, a visão negativa acerca da relação entre cultura e economia foi criticada e reconsiderada por concepções teóricas alternativas. Essas novas abordagens partiram do entendimento de que era possível uma harmonia entre o funcionamento dos mercados e a produção de expressões artísticas e culturais. De maneira geral, o mercado passou a ser uma forma de garantir a preservação de expressões culturais particulares,

bem como de instrumentalizar tais expressões de forma a gerar renda, crescimento e bem-estar. Tal processo aconteceu paralelamente à consolidação das economias de bem-estar social e foi beneficiado pelos avanços obtidos das formulações em teoria econômica. A Economia da Cultura, assim, tornou-se um eixo funcional dos estudos econômicos, uma tradição acadêmica em consolidação e, justamente por isso, possibilitou a incorporação de diferentes interpretações, fundamentadas nas mais diversas premissas teóricas (VALIATI e al, 2017).

Os primeiros trabalhos que procuraram investigar os efeitos econômicos da produção cultural remontam, portanto, às décadas de 1950 e 1960. Nesse contexto, ainda não era institucionalizada a existência do campo de estudo da Economia da Cultura, mas os estudos realizados serviriam como inspiração para a consolidação da área, ocorrida no fim do século. Especificamente com relação a essas obras, três trabalhos seminais merecem destaque.

Em primeiro lugar, menciona-se a abordagem de Musgrave (1959), para quem os bens culturais seriam entendidos como bens de mérito, isto é, produtos cujas vantagens não são percebidas pelos consumidores, e que, por isso, não são demandados de forma adequada. Para o autor, esse tipo de produto só seria adquirido a partir de incentivos e ações no sentido de promover seu consumo, o que condicionaria o papel das políticas governamentais sob tais circunstâncias.

Em seguida, destaca-se a abordagem de Becker (1964), para quem a cultura estaria inserida no contexto de geração de capital humano. O investimento na formação e no conhecimento dos indivíduos teria influência sobre seus padrões de preferência e sobre seus valores, os quais determinariam o nível de consumo de certos tipos de produtos, como os bens e serviços culturais. Ademais, o incremento no consumo de cultura seria dependente desse próprio consumo, ou seja, quanto mais um indivíduo usufruísse de atividades culturais, maior seria sua demanda por essas atividades.

Por fim, ressalta-se o estudo acerca da produtividade das atividades artísticas realizado por Baumol e Bowen (1966). De acordo com os autores, os ganhos de produtividade inéditos adquiridos pelas indústrias tradicionais à época não trariam o mesmo benefício, em termos de aumento de receitas e redução de custos, às atividades especificamente associadas à cultura e às artes. Essa relação diferenciada da indústria cultural com a inovação tecno-

lógica seria responsável por um crescente prejuízo financeiro para os grupos artísticos, o que traria importantes considerações acerca das possibilidades, em termos de políticas públicas, de reverter essa situação.

Nota-se que, apesar de suas orientações distintas, as abordagens anteriores podem ser sintetizadas pela tentativa de responder a duas questões:

- De que forma as atividades culturais contribuem para a geração de riqueza nas sociedades?
- Como a interação entre governo e empreendimentos culturais pode trazer os maiores benefícios em termos de bem-estar?

A resposta para essas perguntas, como se percebe, precisa considerar não apenas os efeitos sobre os custos e as receitas, mas também o impacto sobre os indivíduos e sobre a sociedade em termos gerais.

É seguindo nessa direção que, a partir dos anos 1980, verifica-se uma retomada da discussão acadêmica sobre a indústria cultural em um contexto já diferenciado, marcado pelo despontar da tecnologia da informação e das transformações que pautaram a transição para o século XXI. Esse debate, condicionado pela importância da transição tecnológica, persiste até os dias atuais, incorporando à análise econômica da indústria cultural o papel da criatividade. Apesar de adaptada ao contexto contemporâneo, essa discussão ainda guarda a semelhança de tentar responder, de forma geral, à mesma questão endereçada pelos autores na década de 1950 e 1960, o que permite delinear uma continuidade da produção acadêmica. Nesse contexto, a depender da visão teórica que se leva em consideração, as conclusões se aproximam ou se afastam, portanto, daquelas obtidas pelos autores mencionados.

De forma a apresentar os principais pontos do debate corrente, deve-se considerar quatro abordagens teóricas principais. A primeira abordagem é a neoclássica, que enxerga a produção de bens culturais sob um foco microeconômico, atentando para o papel da cultura enquanto fonte de bem-estar social. Essa corrente, cuja influência de Baumol e Bowen (1966) se mostra fundamental, fica expressa na obra de Towse (1992; 2003; 2010), por exemplo. O princípio geral utilizado pela abordagem neoclássica é que a teoria das falhas de mercado pode fornecer substrato para avaliar os impactos econômicos das atividades culturais, que são principalmente enxergadas enquanto

externalidades positivas, objeto de políticas públicas de compensação. Sob essa ótica, valoriza-se o papel dos direitos de propriedade como reguladores dessas externalidades, considerando a relação entre preço e quantidade produzida de forma a atingir o equilíbrio entre oferta e demanda de bens culturais. A questão das externalidades é melhor explorada abaixo.

De forma crítica à perspectiva neoclássica, consideram-se os trabalhos de orientação pós-keynesiana, os quais levantam proposições acerca dos efeitos das atividades culturais na promoção do crescimento econômico. A principal diferença com relação à primeira abordagem mencionada é que, para a orientação pós-keynesiana, a indústria cultural é capaz de gerar efeitos econômicos diretos, além daqueles relacionados às atividades econômicas associadas, como o turismo. Nesse sentido, altera-se o foco da análise, que deixa de lado a questão das falhas de mercado (como as externalidades) para considerar o impacto das atividades culturais na geração de emprego e renda, na criação de novos setores e nichos de mercado e, finalmente, na instauração de ciclos de inovação. Essas abordagens estendem-se para considerar a importância da cultura no combate à desigualdade social e na construção de novos modelos de crescimento econômico de caráter sustentável, em especial para países em desenvolvimento (UNCTAD, 2008; 2010).

Em terceiro lugar, é possível mencionar a abordagem associada à Nova Economia Institucional, que procura expandir o arcabouço neoclássico de forma a considerar elementos particulares derivados da ciência política, da sociologia e da psicologia. Frey (1994, 2003) é o principal expoente dessa corrente na Economia da Cultura, tendo seu trabalho direcionado para as questões comportamentais referentes ao consumo e à produção de bens e serviços culturais, em especial com relação às instituições como os museus, que cumprem um papel fundamental na definição dos padrões de consumo cultural. A concepção institucionalista aproxima-se da abordagem neoclássica, uma vez que reconhece no consumidor de bens e serviços culturais um indivíduo que busca maximizar seus benefícios líquidos, isso é, ajustado pelos custos. Entretanto, procura considerar as nuances específicas dos ambientes em que se manifestam a produção e o consumo de cultura, avaliando de que maneira as práticas e os comportamentos definem os resultados econômicos dessas instituições.

Por fim, vale mencionar a tradição neoschumpeteriana, que enfatiza a importância das atividades culturais e criativas na construção de sistemas nacionais de inovação, fomentando a incorporação das novas práticas produtivas nos demais setores das economias. Sob essa perspectiva, as indústrias culturais e criativas estariam no centro de um complexo promotor de inovação e gerador de valor, constituindo elementos importantes em um contexto de alteração da forma de organização da produção expressa na ideia de sociedade pós-industrial (POTTS; CUNNINGHAM, 2008).

A breve apresentação das correntes teóricas selecionadas traz reflexões acerca da importância da produção acadêmica na tentativa conceber as atividades culturais enquanto geradoras de valor econômico e simbólico. De certa maneira, os questionamentos que movem a pesquisa na área de Economia da Cultura não apresentam respostas prontas e acabadas, mas se encontram abertos e sujeitos às especificidades próprias às diferentes estruturas econômicas e sociais. Por isso, há a possibilidade de explorar os diferentes modelos e instrumentais teóricos no sentido de não apenas obter uma compreensão mais detalhada da dimensão econômica dos fenômenos culturais, mas também de propor maneiras de ampliar esses resultados em termos de ganhos para a sociedade. Nesse sentido, pode-se enfatizar a importância de se construir metodologias específicas de coleta e análise de dados referentes aos setores culturais e criativos, de forma que seja possível obter o máximo de informação acerca dos impactos dessas atividades na economia como um todo. Na seção a seguir, são discutidas algumas abordagens que procuraram realizar uma mensuração desse impacto econômico da cultura, as quais se encontram fundamentadas nas premissas apresentadas pelas diferentes correntes teóricas aqui apresentadas.

A ECONOMIA NOS ESFORÇOS DE VALORAÇÃO DE ATIVIDADES CULTURAIS ESPECÍFICAS

Dado o quadro geral esboçado na seção anterior, é preciso aprofundar a discussão e mostrar a relevância da Economia da Cultura enquanto instrumento de análise. Entre as diversas contribuições da Economia da Cultura para o conhecimento econômico estão os esforços de desenvolvimento de metodologias de mensuração da contribuição da cultura para a produção e o consumo de bens e serviços. Um tema que se sobressai na literatura trata essencialmente da valoração microeconômica desses bens e serviços. Para indicar aos leitores e leitoras os complexos desafios associados à mensuração da atividade econômica cultural, dadas as especificidades dos mesmos, essa seção apresenta estudos voltados ao tema. De fato, o principal eixo de pesquisa relacionado à Economia da Cultura na primeira década dos anos 2000 relacionou-se com a mensuração do valor econômico de bens e serviços culturais. Uma das principais contribuições da Economia da Cultura para a formulação de políticas públicas e desenho de estratégias empresariais, entre outras, reside justamente na mensuração dos fluxos e dos estoques econômicos presentes nos SCC, o que parte de uma mensuração captada pelas estatísticas oficiais. Dentre os diversos trabalhos com essa preocupação, pode se destacar Throsby (2001), que, após se empenhar na formalização econômica para a mensuração do valor da cultura, faz ressalvas a respeito da existência de outras formas de valor que não são estritamente econômicas e que estão relacionadas a essas atividades, o que confere maior dificuldade à tarefa de desenvolver medidas significativas de contribuição estritamente econômica. E mesma a última apresenta atributos que ampliam os desafios de mensuração acurada.

Para Throsby (2001), o valor econômico da cultura tem caráter híbrido – sendo uma junção de características de bens públicos e de bens privados. Desse modo, ao mesmo tempo em que existem ganhos potenciais de bem-estar proporcionados pela troca desses bens para as partes diretamente envolvidas em eventual relação econômica subjacente (ótica tradicional para transações envolvendo bens privados), além de características de bens públicos, também podem existir externalidades positivas, isso é, ganhos involuntários para

terceiros, que não estão diretamente envolvidos com a atividade. Com relação aos primeiros, estes são bens caracterizados pela natureza não exclusiva (não se pode excluir o consumo dos mesmos pela cobrança de um preço, pois eles estão disponíveis de forma relativamente livre) e não rival (o consumo do bem não diminui sua provisão, de forma que não há rivalidade no consumo privado do mesmo). Alguns bens e serviços culturais têm ainda a característica de bens de clube, em que há alguma limitação de consumo por meio da cobrança de um preço, mas que entre os consumidores que pagam pelo bem não há rivalidade. Externalidades, bens públicos e bens de clube representam importantes falhas de mercado e justificam, com base na teoria econômica, a atuação do setor público governamental, por meio de regulação da atividade privada ou pela provisão direta de bens e serviços públicos.

As externalidades positivas podem ser observadas na esfera da produção ou do consumo. No caso da primeira, a produção de uma empresa é influenciada pelas escolhas de outras empresas, sem que essas tenham por objetivo influenciar a primeira, mas que é de qualquer forma beneficiada pelos chamados efeitos *spillover* ou de transbordamento. Nos setores culturais e criativos, por exemplo, a organização de festivais musicais ou festas populares gera benefícios para outros setores, como é o caso do turismo, com potencial de alavancar o desenvolvimento regional.

Com relação às externalidades positivas no consumo de bens e serviços culturais, no caso das organizações museais, por exemplo, há desdobramentos positivos da exposição do acervo em termos de educação e formação de identidade. Por sua vez, os bens públicos são produzidos de forma pública, com o objeto de interesse recaindo sobre o consumo. Assim, a fruição de patrimônio cultural na forma de edifícios restaurados configura um bem cujo impacto em termos de redução da violência no perímetro urbano, em si uma externalidade positiva derivada da primeira, é compartilhado de forma ampla, não sendo possível excluir seus benefícios pela cobrança de um preço, e o ganho proporcionado é compartilhado de forma não rival, não havendo redução do benefício para a coletividade após o mesmo ser experimentado por uma parcela da população. Peças de teatro e exibições em cinemas adquirem características de bens de clube, dado que os expectadores que pagaram pelo ingresso consomem o mesmo serviço sem reduzir a quantidade ou a qualidade do mesmo para os demais consumidores presentes no ato de exibição. Há,

portanto, alguma exclusividade entre pagantes e não pagantes, mas limitada quando comparada com bens estritamente públicos.

A ideia de valoração, ao considerar as falhas de mercado associadas às atividades culturais, como bens públicos e externalidades discutidas acima, que implicam o provisionamento inadequado de bens e serviços culturais pelo setor privado, explicita a relevância da atuação pública no fomento e na regulação dos setores culturais. Essa atuação, portanto, é prevista e justificada pela ciência econômica, que considera importante resolver falhas de mercado pela atuação do poder público por meio de múltiplos instrumentos. Há outros elementos que não podem ser tratados nessa seção por questão de pertinência, mas que estão relacionados. Assim, há repercussões no âmbito macroeconômico com relação a políticas fiscais (alocação orçamentária), regulação da atividade econômica (normas e leis) e mesmo com relação ao mercado de trabalho (alocação da mão de obra entre os setores público e privado).

Deve-se ressaltar que, para a análise econômica, é essencial a denominação de variáveis em termos monetários. Enquanto a mensuração como bem ou serviço privado é expressa, em última análise, pelos preços aos quais são efetivamente transacionados (isto é, preços de mercado), a mensuração econômica de um bem público requer a utilização de um modelo próprio para sua precificação (e, nesse sentido, uma precificação estimada), o que impõe desafios consideráveis. É nesse contexto que surgem, por exemplo, os esforços de mensuração do valor econômico da cultura por meio dos métodos de valoração contingente, para que se tenha uma medida de valor não apenas mensurável e compreensível, mas também comparável (ou seja, que reflita sua importância social relativa a outras atividades). Embora apresentem limitações, possuem uma metodologia facilmente reprodutível e bastante utilizada, como mostram os estudos de Throsby (2011), Hutter (2011), Klamer (2001) e Hansen (1995).

Na técnica de valoração contingente, o público consumidor é convidado a responder quanto desejariam pagar, no máximo, para ter acesso a um bem ou serviço cultural (uma espécie de preço hipotético – conhecido como preço de reserva), como argumenta Snowball (2008). A autora apresenta um grande número de exemplos de valoração contingente de bens e serviços culturais. Na maioria dos casos selecionados (mais de cinquenta estudos levantados no período entre 1972 e 2007), tais atividades de mensuração estão relacionadas a bens ou atividades culturais específicas, principalmente museus, sítios

culturais ou outras formas de patrimônio – embora existam também estudos relacionados ao audiovisual, ao teatro e às demais expressões artísticas para as quais os preços de mercado são mais facilmente disponíveis. Os desafios associados à dimensão valorativa se refletem no esforço de mensurar e avaliar a contribuição dessas atividades econômicas culturais de forma mais precisa.

Dentre os diversos estudos que se ocupam da valoração contingente, e em linha com a diferenciação feita anteriormente com base no estudo de Snowball (2008) entre atividades com preços de mercado disponíveis e aquelas de mais difícil mensuração, podem-se mencionar os trabalhos de Navrud e Strand (1992) e Willis (1994), que analisam a valoração contingente de duas catedrais (arquitetura religiosa) específicas localizadas respectivamente na Noruega e na Inglaterra; Beltrán e Rojas (1996), que mensuram a propensão a pagar pelo consumo e conservação de sítios arqueológicos no México; Santagata e Signorello (2000), que analisam a propensão a pagar pela manutenção e permanência de um museu em Nápoles (*Napoli Musei Aperti*); e a própria Snowball (2005), que aplica o método de valoração contingente para o caso de um festival de artes na África do Sul. Esses estudos, que não exaurem a discussão da valoração contingente de atividades culturais específicas, são exemplos de rigor metodológico em resposta a um problema complexo e desafiador e de setores que apresentam um valor cultural intrínseco elevado, mas de difícil levantamento pelas estatísticas oficiais. Muitos dos segmentos incluídos nos SCC mapeados por esse Atlas se inserem nesse contexto de especificidade, mas com empreendimentos organizados formalmente de forma a permitir mensuração econômica tradicional, isto é, via preços monetários. Os estudos de valoração contingente, todavia, permitem identificar e ressaltar características intrínsecas de alguns segmentos culturais e criativos, o que sempre deve ser levado em consideração ao analisá-los, principalmente da perspectiva do fomento público desses segmentos.

Embora a questão da especificidade de algumas atividades culturais seja importante, um dos primeiros exercícios de valoração contingente para a cultura, realizado por Throsby e Withers (1985), procura captar as atividades culturais de maneira mais agregada, investigando a valoração de um subsídio hipotético às artes, de modo a identificar a importância atribuída

pela sociedade à cultura como sinalização de alvo de política pública, aspecto esse que é fundamental para os propósitos do Atlas.

Nesse sentido, as avaliações de precificação hipotética – acompanhadas da identificação de vantagens qualitativas, relacionadas ao bem-estar gerado por bens e sítios culturais – atuam como importantes indicadores que subsidiam os formuladores de políticas públicas, dado que permitem a percepção de magnitude e a comparação entre diferentes casos avaliados pela mesma unidade de medida.

Por outro lado, a existência de falhas de mercado diminui a importância desses indicadores para as estratégias empresariais na provisão de bens e serviços culturais. Assim, Santagata e Signorello (2000) apontam como benefícios da valoração contingente, no âmbito das políticas públicas, a oportunidade de utilização dos resultados em estudos de custo-benefício de ações públicas, além de abertura de caminhos para a construção de meios legais de preservação e de fomento.

Segundo Hansen (1995), mensurar a arte pelos mecanismos econômicos é importante dado que, a longo prazo, investir fundos públicos nessa atividade pode gerar impulsos para criatividade e inovação que vão além do próprio setor, além de contribuir para a qualidade de vida dos territórios. Ou seja, a presença de externalidades positivas justifica e exige a ação do setor público para evitar que serviços relevantes à sociedade sejam insuficientemente supridos.

Da mesma forma, Throsby (2003) levanta algumas limitações da análise exclusivamente via valoração contingente (que podem não captar decisões de consumo que estão fora do domínio econômico), o autor também pondera que a expressão do valor em unidades monetárias facilita a análise de alocação de recursos, um dilema frequentemente encontrado no âmbito das decisões de política pública.

Por sua vez, o trabalho de Beltrán e Rojas (1996) justifica os esforços de mensuração por causa das restrições orçamentárias existentes no México, no momento da análise, que demandavam avaliação de possibilidades de financiamento e alocação de recursos limitados. Esses dilemas também se fazem presentes na economia brasileira e em outras sociedades de renda média e baixa.

Em geral, os autores mencionados defendem a utilização de uma visão combinada, que articule fatores privados e sociais, os quais, em conjunto, podem explicar de forma mais aprofundada a importância econômica dos

bens e serviços culturais e ajudar a justificar a adoção de políticas públicas e subsídios à área.

A abordagem específica de Klamer (2001) é denominada de econômico-cultural. Essa nomenclatura procura expressar as diversas etapas de valoração, a partir da consideração do ciclo de vida dos bens e serviços culturais. Ao separar, temporalmente, as fases de existência de um bem, o autor identifica que sua característica de produto voltado ao mercado se dá fundamentalmente em um momento específico de sua vida. Isso implica que as demais fases de existência desse bem acarretarão diferentes tipos de valoração que não são exclusivamente monetárias. Por exemplo, ao longo do processo de montagem e de fruição de uma peça de teatro, o espetáculo em si não é concebido exclusivamente como objeto de transação econômica mercantil por parte de produtores e consumidores. Nesse sentido, é apenas na etapa de venda do ingresso que a dimensão monetária do serviço cultural se realiza.

Para reforçar a necessidade de se mensurar com maior precisão como justificativa para a atuação qualificada do setor público, contextualizando as dificuldades de valoração de muitas atividades culturais relevantes do ponto de vista simbólico, pode-se fazer referência a algumas questões de política pública. Nos últimos anos surgiu, nas economias desenvolvidas, como a australiana, a britânica e a espanhola, uma discussão voltada a políticas públicas para a cultura como estratégia capaz de dinamizar a atividade econômica local e regional, ligada ao seu papel na transição para uma economia baseada no conhecimento. Contudo, sem dados e informações mais precisas sobre a contribuição dos SCC para a economia como um todo, esse esforço de desenvolvimento territorial localizado esbarra em uma barreira intransponível. Como alocar fundos para atividades, segmentos e setores sobre os quais se tem apenas informações dispersas e não sistematizadas? Não é sem razão que as economias mencionadas foram também pioneiras em desenvolver estatísticas econômicas culturais. Ou seja, para decidir sobre o montante de fundos públicos alocado aos SCC, é preciso ter medidas que permitam diagnosticar a contribuição econômica potencial, e então as necessidades específicas setoriais e territoriais e só então possibilitar a instrumentação adequada das políticas públicas. Esse é um dos elementos que motivam a elaboração do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, ao proporcionar dados sistematizados sobre a organização econômico-territorial das atividades

culturais no Brasil. O problema da valoração econômica deve ser sempre considerado ao se levantar informações e dados sobre esses setores, pois toda informação agregada resulta de um ponto de partida valorativo. Para tanto, é essencial entender a atividade cultural como produtora de renda e riqueza econômica, como mostra a próxima seção.

A CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA DA CULTURA E DA CRIATIVIDADE: DELIMITANDO ESCOPOS

É importante enfatizar que a opção instrumental de cunhar uma definição para indústrias criativas ou para indústrias culturais acompanha um objetivo claro de mensuração de impacto econômico, seja em termos de geração de empregos e de valor adicionado, seja em termos de fluxos de comércio internacional de bens e serviços. Isso é fundamental para aferir a contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico.

Definições são importantes, pois a mensuração efetiva e relevante requer delimitação prévia do escopo das atividades objeto de desenvolvimento de medidas. O Atlas Econômico da Cultura Brasileira objetiva justamente, a partir de uma definição de quais setores conformam as indústrias culturais e criativas no Brasil, identificar as atividades econômicas desenvolvidas nos mesmos para, em seguida, mensurá-las e mapeá-las setorialmente e territorialmente.

Ressalta-se que essa ótica, ao proporcionar informações sobre a organização da atividade econômica cultural no Brasil, possibilita o reconhecimento de gargalos e de pontos de dinamismo, permitindo uma melhor compreensão acerca da evolução dessas indústrias e pela identificação das melhores alternativas de investigação científica, implementação de políticas públicas e desenho de estratégias empresariais.

Dada a primazia conferida na literatura à necessidade de sinalização informacional para confecção e implementação de políticas públicas, a maioria dos modelos conceituais de definição dos setores está ligada a instituições governamentais ou órgãos multilaterais, que centralizam esforços de produção de estatísticas e de análises conjunturais. Mas qualquer que seja o perfil da ação finalística (ação pública, pesquisa acadêmica ou empreendedorismo), a mensuração é uma fase prévia essencial.

Adicionalmente, em função das já mencionadas falhas de mercado que caracterizam muitas das atividades econômicas culturais, em função da presença de externalidades e de bens públicos, bem como valorar monetariamente a atividade cultural nesse contexto em que o mercado não consegue alocar fatores produtivos de forma eficiente, recentemente os recursos públicos destinados aos setores culturais têm sido defendidos como importantes impulsionadores do desenvolvimento socioeconômico. Essa contribuição se dá por meio das oportunidades de ganhos em termos dos impactos destes gastos sobre a inovação tecnológica, os empregos de alto rendimento, a geração de renda de forma sustentável e o posicionamento estratégico dos países no comércio internacional (UNCTAD, 2010; CREATIVEMED, 2014). Esse potencial deve ser sempre avaliado principalmente frente aos setores tradicionais que, no caso dos recursos públicos, ainda representam uma fonte importante de demanda por meio de incentivos e subsídios.

Portanto, todos os elementos da perspectiva do desenvolvimento socioeconômico estão presentes e articulados direta ou indiretamente com os SCC: transformação estrutural, com recomposição setorial da atividade econômica, inovação tecnológica com indução de novos setores e processos produtivos, adensando as cadeias produtivas, ampliação da competitividade internacional, geração de empregos para mão de obra qualificada, com remuneração acima da média nacional e processos mais sustentáveis em termos ambientais.

A identificação da expressão cultural também como parte ativa da economia por meio da designação de setores agregados que são definidos como Indústrias Culturais resgata a discussão iniciada na primeira metade do Século XX, mas enfatizando agora a natureza setorial, com a identificação de atividades econômicas, nem sempre em escala industrial, que têm na cultura um elemento comum. A constatação da relevância crescente do conhecimento como base para a realização qualificada das relações socioeconômicas de maior valor agregado abre espaço para a percepção da importância relativa e das vantagens econômicas logradas a partir do dinamismo dessas indústrias, (O'CONNOR, 2010). Esse dinamismo foi identificado por alguns países a partir do declínio de atividades por muito tempo tradicionalmente associadas à expansão da renda per capita e geração de empregos com alta remuneração, como a indústria manufatureira. Com a ampliação da participação do setor de serviços e a perda de importância relativa da indústria, novos setores

adquiriram maior centralidade para o desempenho econômico. O desenvolvimento do campo da Economia da Cultura e da Economia Criativa são indicativos de que essas atividades ganharam importância ao contribuir para a capacidade do sistema econômico de gerar renda e emprego, entre outros. A mudança da base técnica, com o desenvolvimento tecnológico, passou a exigir resposta que alguns setores de atividade estavam mais preparados a dar, por contarem com mão de obra qualificada, se basearem no conhecimento e apresentarem flexibilidade de custo e tamanho para adaptação a um contexto de rápida mudança no paradigma tecno-produtivo e nos padrões de consumo (TOWSE, 2011).

É nesse contexto de grandes transformações estruturais na economia e necessidade de respostas flexíveis por parte dos agentes que surge o termo Indústrias Criativas. Essa expressão, para Banks e O'Connor (2009), também está ligada a um novo direcionamento das políticas públicas para os setores culturais, com uma agenda econômica renovada, dado o potencial de geração de renda e emprego em termos qualitativos e quantitativos e a contribuição para a revitalização econômica local e regional. Ou seja, a política pública passa a ver as indústrias criativas como capazes de atender objetivos intrínsecos e extrínsecos, na forma de resultados econômicos objetivos. Ao mesmo tempo, o conceito está relacionado a um discurso de distanciamento das inúmeras controvérsias entre cultura e economia que eram comumente levantadas pelo conceito de indústrias culturais (BANKS; O'CONNOR, 2009).

Reforçando o argumento, mas aprofundando a diferenciação, Garnham (2005) associa a ideia de sociedade pós-industrial ao conceito de indústrias criativas, ressaltando que esse grupo de indústrias une não apenas os setores culturais que eram originalmente focos exclusivos de política governamental setorial, mas também segmentos da área de tecnologia, nos quais as estratégias empresariais adquirem maior centralidade, criando espaço para exploração de sinergias público-privado. O desenvolvimento tecnológico que caracteriza o período recente foi possível pela reestruturação das estratégias corporativas que realocaram suas inversões dos setores tradicionais (indústria manufatureira) para novas atividades nos países centrais. Essa inclusão de setores intensivos em tecnologia e conhecimento no escopo das políticas públicas tem implicações importantes do ponto de vista da definição dos SCC e permite diferenciar, por exemplo, o Atlas de outros esforços de mensuração

e organização dos dados, como o mapeamento das indústrias criativas da FIRJAN. A questão da tecnologia precisa ser enfatizada. Segundo Castro (2008), em documento elaborado para o grupo de trabalho eLAC 2007 (*Information Society in Latin America and the Caribbean*), a discussão sobre os setores culturais e criativos deve levar em consideração a difusão das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), reconhecendo seu papel na produção e no consumo de bens detentores de conteúdo simbólico. Essas alteraram as barreiras de tempo e espaço: enquanto as indústrias culturais estavam baseadas na fixação de um tempo (por meio de uma filmagem ou gravação, por exemplo), as TICs permitiram que as interações e expressões culturais e criativas ocorressem em tempo real, o que influenciou substancialmente a maneira de funcionamento da economia em geral e da atividade cultural em particular. Com foco nas políticas culturais e de inovação na América Latina, a eLAC 2007 discute qual seria a terminologia mais adequada para esse fenômeno (indústrias de conteúdo ou indústrias criativas). Embora a discussão pareça ser meramente semântica, o estudo conclui que a busca pelo desenvolvimento econômico por parte dos países latino-americanos passa pela formulação de uma estratégia que integre inovação, cultura e criatividade, e isso requer delimitação conceitual para desenvolvimento de políticas setoriais apropriadas.

Ainda, Flew (2012) defende que o discurso a respeito das indústrias criativas foi adotado como alternativa de superação dos desafios para o crescimento econômico e para a atividade econômica nas regiões deprimidas economicamente por esses deslocamentos características da perda de importância relativa da indústria manufatureira, principalmente a perda de empregos de alta remuneração, utilizando como exemplo o Reino Unido. A economia criativa passa então a ser objeto de políticas públicas de recorte setorial. Por sua vez, Hutter (2011) afirma que as indústrias criativas podem ser definidas pelo caráter de novidade de seus produtos, não especificamente no sentido rígido de inovação, mas sim no sentido da experiência gerada pelo produto no ato de consumo. Assim, o autor caracteriza essas indústrias como produtora de *bens de surpresa*, que procuram gerar uma sensação (positiva) de incerteza, que está ligada às experiências e emoções dos consumidores. Essa ideia se aproxima do argumento defendido por Bakhshi, Freeman e Higgs (2013), que relembram a importância da produção de bens simbólicos

e diferenciados para consumidores específicos em um contexto de economia baseada no conhecimento. Essas características das indústrias criativas são importantes na medida em que também identificam a atividade cultural objeto do Atlas. A conclusão de que alguns setores se destacam por sua capacidade de dar respostas à redução do dinamismo econômico associado à perda de importância relativa da indústria tradicional motiva a identificação e o mapeamento dos mesmos. Essa investigação permite melhorar a acurácia das políticas setoriais de fomento econômico.

Nesse sentido, é importante enfatizar que a opção instrumental de cunhar uma definição para indústrias criativas ou para indústrias culturais acompanha um objetivo claro de mensuração de impacto econômico, seja em termos de geração de empregos e de valor adicionado, seja em termos de fluxos de comércio internacional de bens e serviços.

Definições são importantes, pois a mensuração efetiva e relevante requer delimitação de escopo das atividades objeto de desenvolvimento de medidas. O Atlas Econômico da Cultura Brasileira objetiva justamente, a partir de uma definição de quais setores conformam as indústrias culturais e criativas no Brasil, identificar as atividades econômicas desenvolvidas nos mesmos para, em seguida, mensurá-las e mapeá-las territorialmente.

Ressalta-se que essa ótica, ao proporcionar informações sobre a organização da atividade econômica cultural no Brasil, possibilita o reconhecimento de gargalos e de pontos de dinamismo, permitindo uma melhor compreensão acerca da evolução dessas indústrias e pela identificação das melhores alternativas de políticas públicas e de estratégias empresariais.

Assim, a maioria dos modelos conceituais de definição dos setores está ligada a instituições governamentais ou órgãos multilaterais, que centralizam esforços de produção de estatísticas e de análises conjunturais.

Além disso, é importante destacar que esses marcos conceituais surgiram a partir do final da década de 1990, e compartilham uma atenção dedicada a métodos de mensuração agregada da atividade econômica cultural. Como já mencionado, tal foco relaciona-se ao contexto de novas tecnologias que alteram os modos de produção e consumo de bens e serviços em geral, e de bens e serviços culturais e criativos em particular, contribuindo para o desenvolvimento de novas estratégias de geração de valor, em novos setores de atividade, com novos processos e insumos produtivos. Nesse

contexto, os SCC ganharam relevância macroeconômica por sua capacidade de geração de emprego e renda em uma situação de declínio da atividade manufatureira nos países centrais, com o deslocamento dessa produção para países Asiáticos principalmente. Ou seja, há um deslocamento importante da atividade econômica, com a substituição de setores tradicionais, em declínio acelerado, para novos setores, possibilitado pela mudança na base técnica. Entre os novos setores, os SCC se destacam por uma alta resiliência frente aos choques econômicas, ou seja, pela reduzida perda de capacidade de geração de renda ao longo do ciclo econômico, e remunerações acima da média geral da economia. A crescente importância do setor de serviços em geral, e dos serviços impõe novos desafios à mensuração agregada da atividade econômica (OULTON, 1999).

Considerando essas mudanças estruturais na distribuição, principalmente setorial, da atividade produtiva, é preciso avaliar qual é de fato a contribuição da economia da cultura para a atividade econômica de um País. O estudo de Potts e Cunningham (2008) responde justamente a essa questão. Eles apresentam quatro hipóteses acerca da contribuição econômica potencial das indústrias criativas respectivamente para o bem-estar, entendido de forma mais ampla, e para a variação da renda econômica especificamente. Essas hipóteses remetem fundamentalmente às consequências das transformações estruturais referidas, que acarretam uma reconfiguração econômica no sentido dos serviços e das indústrias criativas, e logo de um papel econômico importante para os SCC na economia. Assim, caso as duas primeiras hipóteses a seguir se confirmem, políticas de fomento às indústrias criativas não se justificariam com base no critério de renda, por mais bem-estar, na forma de diversificação dos padrões de consumo, que as mesmas permitissem. Já a confirmação das hipóteses 3 e 4 justificaria fomentos com base no critério de geração de renda no curto e no longo prazo.

1. Elas podem gerar bem-estar, ao mesmo tempo em que produzem variação negativa do produto interno bruto (PIB) – em função, respectivamente, das externalidades positivas e por conta dos subsídios recebidos;
2. Podem ser indiferentes em termos de crescimento de bem-estar e do PIB, e em relação às variações dos demais setores da economia;

3. Podem ser um conjunto de setores específicos que lideram o crescimento econômico geral do PIB; ou

4. Podem ser um processo que perpassa todos os setores, dinamizando o sistema nacional de inovação.

Os autores apresentam dados advindos de diferentes metodologias aplicadas em diversos países que parecem validar as duas últimas hipóteses mencionadas, o que indica uma relação positiva entre o crescimento desses setores e o desempenho geral da economia. Contudo, sabe-se que é importante avançar nesses estudos, dado que diferenças nos contextos e nos setores econômicos abarcados pela definição conceitual escolhida poderão influenciar de forma diferente as relações consideradas e os resultados econômicos obtidos.

A premência de se avançar no aprofundamento da atividade econômica cultural reforça a necessidade de uma base de dados consolidada para o Brasil, que possa ser utilizada amplamente pela população, em função da disponibilidade pública das informações, e também por segmentos profissionais mais específicos, entre os quais podem ser citados, sem exaurir as possibilidades: (i) pesquisadores, para realizar análises e recortes de diversas abordagens que contribuam para a discussão sobre o papel destes setores na economia; (ii) formuladores de políticas públicas, para tomada de decisão sobre quais setores e territórios devem ser objeto de maior atenção e dotação de recursos orçamentários; (iii) empreendedores culturais, para conhecimento aprofundado de seus setores de atuação ou mesmo de desbravamento de novos setores para investimento; (iv) trabalhadores dos SCC, para compreender a dinâmica dos diferentes segmentos em termos de empregos e remuneração; (v) pelos organismos internacionais, para comparação com outros mapeamentos existentes e metodologias de mensuração; (vi) pelos setoristas de cultura nos meios de comunicação, para prover informação qualificada. A importância da prospecção, sistematização e organização desses dados, inexistentes hoje no Brasil, além da análise econômica detalhada dos mesmos, com ênfase nos empreendimentos, mercado de trabalho, fomento público e comércio externo, justifica o lançamento do Atlas Econômico da Cultura Brasileira e o coloca lado a lado com as melhores práticas internacionais.

A contribuição econômica da cultura não se constitui em objeto de disputa. As transformações econômicas das últimas décadas promoveram a redistribuição da atividade entre os setores. Alguns desses setores parecem melhor se posicionar de forma a preencher o vácuo deixado pelo declínio da indústria. Estudos mostram que a atividade cultural e criativa possui características que as diferenciam dos demais setores em termos de capacidade de geração de renda e emprego e de revitalizar regiões deprimidas pelo declínio manufatureiro. As novas tecnologias também criam incertezas sobre quais setores devem ser foco de atenção das políticas públicas na promoção do desenvolvimento econômico. Essa dúvida fica clara com a diferença entre indústrias culturais e indústrias criativas. É preciso, portanto, avançar na identificação setorial. A seguir, são apresentadas as abordagens mais importantes na delimitação conceitual, separadas pelos modelos mais inclinados à Economia da Cultura, os mais relacionados à Economia Criativa e os modelos-síntese empregados pelas principais organizações internacionais.

OS MODELOS CONCEITUAIS ASSOCIADOS À ECONOMIA DA CULTURA

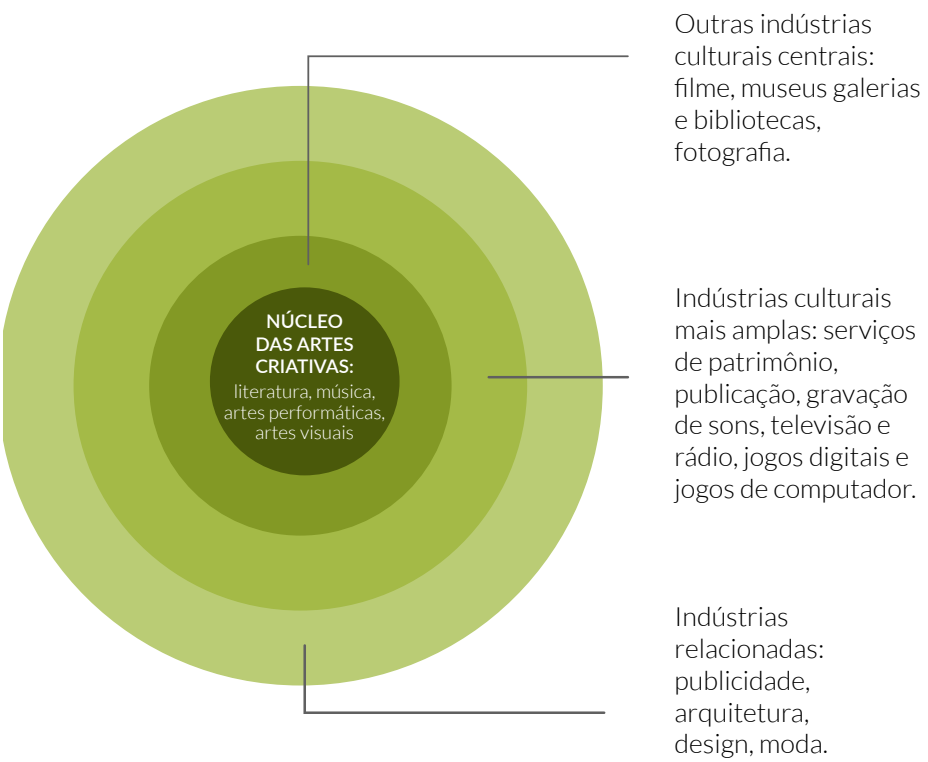
O modelo conceitual de círculos concêntricos, mais ligado à ótica da cultura, tem relação próxima com os estudos sobre valor cultural referenciados por Throsby (2001). A ideia por trás dos círculos concêntricos é que existem atividades culturais com maior e menor intensidade de valor cultural, dado que, enquanto algumas atividades são mais puras do ponto de vista do conteúdo cultural desenvolvido, outras estão acopladas a produtos ou serviços que utilizam os bens e serviços culturais, nessa definição mais estrita, apenas de maneira marginal.

O modelo apresentado por Throsby (2008) apresenta a estrutura contida na Figura 1.1. O autor ressalta que, por conta das dificuldades de mensuração quantitativa da intensidade cultural de cada atividade, a definição da posição de cada setor considerado não segue exatamente um critério metodológico bem definido. Deve-se ressaltar que os termos indústrias culturais e indústrias criativas são utilizados como sinônimos neste modelo.

Outra metodologia que interpreta esse grupo de setores por meio de uma estrutura conceitual de núcleo com círculos circundantes é a adotada pelo KEA (2006) em estudo preparado para a Comissão Europeia. Esse modelo conceitual procura diferenciar o setor cultural do setor criativo, embora ambos sejam levados em consideração nos cálculos agregados.

No núcleo e no círculo mais próximo deste, encontram-se os setores culturais, enquanto os setores criativos são aqueles englobados nos círculos mais distanciadas do centro, conforme esquematizado no Quadro 1.1.

Figura 1.1 – Estrutura do Modelo de Círculos Concêntricos



Fonte: Elaboração própria a partir de Throsby (2008)

Quadro 1.1 – Setores culturais e criativos, segundo o modelo do KEA

	Círculos	Setores	Subsetores
Setor cultural	Campo das artes do núcleo	Artes visuais	Artesanato; pintura; escultura; fotografia
		Artes performáticas	Teatro; dança; circo; festas populares
		Patrimônio	Museus; bibliotecas; sítios arqueológicos; arquivos
	Círculo 1: indústrias culturais	Filme e vídeo	
		Televisão e rádio	
		Jogos digitais	
		Música	Mercado de música gravada; apresentações de música ao vivo; receita de coleta de direitos autorais no setor musical
		Livros e imprensa	Publicação de livros; publicação de revistas e imprensa
Setor criativo	Círculo 2: indústrias e atividades criativas	Design	
		Arquitetura	
		Publicidade	
Indústrias relacionadas	Círculo 3: indústrias relacionadas	Produtores de computadores, reprodutores de música, dispositivos móveis (celulares), etc.	

Fonte: Elaboração própria a partir de KEA (2006).

Nota-se, assim, algumas diferenças entre a agregação dos setores da Figura 1.1 – referente ao modelo de Throsby – e do Quadro 1.1 – modelo do KEA. Tal diferença pode ocorrer por conta de pequenas discrepâncias nas explicações conceituais: enquanto o núcleo do modelo de Throsby (2008) é conceituado como o grupo de expressões culturais puras, o modelo do KEA (2006) caracteriza seu núcleo como o grupo de setores que consiste de produtos culturais não-industriais.

Assim, setores como a música e a literatura são incluídos no núcleo do modelo de Throsby (por serem artes criativas), mas não estão presentes no núcleo do KEA, que os inclui no segundo círculo, como parte das indústrias culturais.

Nesse sentido, as demais camadas apresentadas no modelo do KEA também apresentam conceituações bem definidas: as indústrias culturais são as atividades industriais que geram valor simbólico em proporção superior ao valor de mercado; as indústrias e atividades criativas, por outro lado, são capazes de gerar os dois tipos de valor em igual dimensão; e as indústrias relacionadas, que não estão formalmente ligadas aos setores culturais e criativos, produzem bens e serviços utilizados por eles como insumos.

Quadro 1.2 – Diferenças entre a localização de setores no modelo de Throsby e no modelo de KEA

	Throsby		KEA	
Setor	Localização	Justificativa	Localização	Justificativa
Literatura	Núcleo	Arte criativa pura	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Música	Núcleo	Arte criativa pura	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Patrimônio	Círculo 2	(1)	Núcleo	Atividade não-industrial
Artes Performáticas	Núcleo	Arte criativa pura	Núcleo	Atividade não-industrial
Artes Visuais	Núcleo	Arte criativa pura	Núcleo	Atividade não-industrial
Filme	Círculo 1	(1)	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Museus, galerias e bibliotecas	Círculo 1	(1)	Núcleo (parte do patrimônio)	Atividade não-industrial
Fotografia	Círculo 1	(1)	Núcleo (parte de artes visuais)	Atividade não-industrial
Publicação	Círculo 2	(1)	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Televisão e rádio	Círculo 2	(1)	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Jogos digitais	Círculo 2	(1)	Círculo 1	Indústria com produto cultural
Publicidade	Círculo 3	(1)	Círculo 2	Indústria funcional com elemento cultural
Arquitetura	Círculo 3	(1)	Círculo 2	Indústria funcional com elemento cultural
Design e Moda	Círculo 3	(1)	Círculo 2	Indústria funcional com elemento cultural

Nota: (1) Dada a impossibilidade de cálculo da "intensidade cultural", o setor foi adicionado por Throsby (2008) de maneira ad hoc na camada indicada. Assim, não existe justificativa precisa para sua localização.

Fonte: Elaboração própria a partir de Throsby (2008) e KEA (2006).

O modelo conceitual de Throsby, conforme ressaltado anteriormente, não define de maneira precisa as camadas do modelo, dada a impossibilidade de cálculo da intensidade cultural de cada indústria – o que justifica as demais diferenças entre as estruturas, resumidas no Quadro 1.2. Além disso, como citado, enquanto as indústrias criativas e indústrias culturais são sinônimos para Throsby (2008), estes são conceitos distintos no modelo do KEA (2006), a depender de sua distância do núcleo das artes propriamente ditas.

OS MODELOS CONCEITUAIS ASSOCIADOS À ECONOMIA CRIATIVA

Dentre os modelos conceituais centrados nas indústrias criativas, o primeiro está diretamente ligado ao governo do Reino Unido e buscou sustentar o discurso político direcionado à área, que foi considerada estratégica a partir do mandato do Primeiro-Ministro Tony Blair, iniciado em 1997 (FLEW, 2012). O próprio Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) foi criado durante seu mandato, o que sinalizou o explícito interesse da gestão pública na adoção dessa estratégia de reestruturação econômica (FLEW, 2012; HESMONDHALGH ET AL., 2015).

Inicialmente, esse modelo definia treze setores como parte das indústrias criativas:

Publicidade;
Arquitetura;
Artes e antiguidades;
Artesanato;
Design;
Moda;
Filme e vídeo;
Software de interação e de entretenimento;
Música;
Artes performáticas;
Editorial;
Software e serviços de computador; e
Televisão e rádio.

Esses setores foram escolhidos por atenderem a definição de indústrias criativas cunhada pela instituição: "aquelas indústrias que têm origem na criatividade individual, habilidades e talento e que possuem potencial de criação de riqueza e de empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual" (DCMS, 2001, p. 5, tradução nossa).

Sem deixar de ressaltar as complexidades para a formulação de uma metodologia sólida (DCMS, 2001), a instituição manteve suas publicações estatísticas com o mesmo grupo de setores até 2014, quando uma nova definição passou a ser adotada.

Essa nova definição partiu do emprego de uma versão adaptada de metodologia proposta em documento técnico de Bakhshi, Freeman e Higgs (2013), cujo resultado final se deu no âmbito da cooperação com diversos órgãos e representantes da área (DCMS, 2014).

A concepção geral por trás do novo modelo conceitual da instituição é que as indústrias criativas serão aquelas que concentram maior proporção de trabalhadores criativos, em relação aos demais setores da economia (BAKHSHI; FREEMAN; HIGGS, 2013; DCMS, 2014).

Assim, reconhece-se que os trabalhadores criativos estão pulverizados por toda a economia, podendo estar presentes mesmo em setores tradicionais – ao mesmo tempo em que uma atividade só será considerada estritamente criativa quando contar com 30% ou mais de trabalhadores dessa natureza (DCMS, 2014).

Desse modo, o DCMS possui uma listagem de ocupações criativas e uma listagem de indústrias criativas (aquelas com mais de 30% de ocupações criativas). Ambas são divididas em nove grupos:

Publicidade e Marketing;
Arquitetura;
Artesanato;
Design: produto, gráfico e moda;
Filme, TV, Vídeo, Rádio e Fotografia;
TI, *Software* e Serviços de Informática;
Editorial;
Museus, Galerias e Livrarias;
Música, Artes Performáticas e Artes Visuais;
Artes performáticas;
Editorial;
Software e serviços de computador; e
Televisão e rádio.

A apresentação das informações, no Quadro 1.3, concatena as listagens de ocupações e de indústrias segundo as divisões realizadas pelo DCMS (2014), utilizando, como classificação, os nove grupos determinados pela própria instituição. Sublinha-se que as colunas referentes a ocupações e atividades não guardam uma relação direta, dado que os trabalhadores que desempenham ocupações criativas podem desempenhar funções em qualquer atividade econômica, criativa ou não.

Quadro 1.3 – Ocupações e indústrias consideradas criativas pelo DCMS

Grupo	Ocupações	Atividades
Publicidade e Marketing	Diretores de marketing e de vendas	Atividades de relações públicas e de comunicação
	Diretores de publicidade e de relações públicas	
	Profissionais das relações públicas	Agências de publicidade
	Gerentes de contas de publicidade e diretores criativos	
	Profissionais associados ao marketing	Representação de mídia
Arquitetura	Arquitetos	Atividades de arquitetura
	Urbanistas	
	Tecnólogos em arquitetura	
	Técnicos em arquitetura e urbanismo	
Artesanato	Ferreiros	Manufatura de joias e afins
	Tecelões e tricoteiros	
	Decoradores e finalizadores de vidro e cerâmica	
	Moveleiros e outros carpinteiros artesanais	
	Outros trabalhadores artesanais não classificados em outros grupos	
Design: produto, gráfico e moda	Designers gráficos	Atividades especializadas de design
	Designer de produto, de vestuário e relacionados	
Filme, TV, vídeo, rádio e fotografia	Diretores, produtores e trabalhadores das artes	Atividades de produção, de pós-produção e de distribuição de filmes, vídeos e programas de televisão Atividades de projeção de películas Radiodifusão Atividades de programação de televisão e de transmissão Atividades fotográficas
	Fotógrafos, profissionais do audiovisual e de transmissão	

TI, software e serviços de informática	Diretores de tecnologia de informação e telecomunicação	Publicação de jogos de computador Outras publicações de software Atividades de programação de computadores Atividades de consultoria de informática
	Analistas de TI, arquitetos e designers de sistemas	
	Programadores e profissionais de desenvolvimento de software	
	Profissionais de desenvolvimento e design de web	
Editorial	Jornalistas, editores de jornais e periódicos	Publicação de livros Publicação de catálogos e de listas de envio Publicação de jornais Publicação de diários e de periódicos Outras atividades de publicação Atividades de tradução e de interpretação
	Autores, escritores e tradutores	
Museus, galerias e livrarias	Bibliotecários	Atividades de biblioteca e de arquivos Atividades museológicas
	Arquivistas e curadores	
Música, artes performáticas e artes visuais	Artistas	Atividades de gravação de som e de publicação de música Educação cultural Artes performáticas Atividades de suporte para artes performáticas Criação artística Operação de instalações artísticas
	Atores, animadores e apresentadores	
	Dançarinos e coreógrafos	
	Músicos	

Fonte: Elaboração própria a partir de DCMS (2014).

O modelo conceitual da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), por sua vez, segue enfoque institucional baseado na propriedade de bens protegidos por direitos autorais (*copyrights*). Assim, agrega um conjunto de indústrias dos direitos autorais que têm relação direta com expressões de

criação artística e cultural oferecidas no mercado. A garantia de cumprimento da proteção dos direitos autorais será essencial para o estímulo à produção desses bens, atuando como um aspecto institucional viabilizador da oferta (OMPI, 2015).

O modelo de direitos autorais também apresenta um núcleo seguido de outras categorias mais diluídas, embora essa divisão não esteja ligada ao conceito teórico de cultura, mas sim ao limite da abrangência da proteção de direitos autorais.

Desta forma, no núcleo estão atividades que são puramente fatos geradores de direitos autorais (criações como músicas, filmes, literatura, fotografia, software, entre outros), enquanto as demais camadas se referem, respectivamente, às plataformas e dispositivos de gravação e reprodução necessárias às indústrias do núcleo; às indústrias que tem apenas parte de sua atividade protegida; e às indústrias que atuarão em atividades de apoio mais amplas, como vendas, transportes e telecomunicação. Tal caracterização é sistematizada no Quadro 1.4.

Quadro 1.4 – Indústrias dos direitos autorais, segundo o modelo da OMPI

Núcleo das indústrias dos direitos autorais
Imprensa e literatura
Música, teatro e óperas
Filme e vídeo
Rádio e televisão
Fotografia
Software, bases de dados e jogos eletrônicos
Artes visuais e gráficas
Publicidade
Sociedades arrecadadoras de direitos autorais
Indústrias interdependentes dos direitos autorais
Eletrônicos (televisões, rádios, reprodutores de som, aparelhos de DVD, entre outros equipamentos)
Computadores e equipamentos
Instrumentos musicais

Equipamentos fotográficos e cinematográficos
Fotocopiadoras
Material para gravação em branco
Papel
Indústrias parciais dos direitos autorais
Vestuário, calçados e tecidos
Joias e moedas
Outros artesanatos
Móveis, artigos domésticos, cerâmica e vidro
Papéis de parede e tapetes
Brinquedos e jogos
Arquitetura, engenharia, inspeção e design de interiores
Museus
Indústrias de apoio não dedicadas
Vendas em atacado e varejo
Transporte
Telefonia e internet

Fonte: Elaboração própria a partir de OMPI (2015)

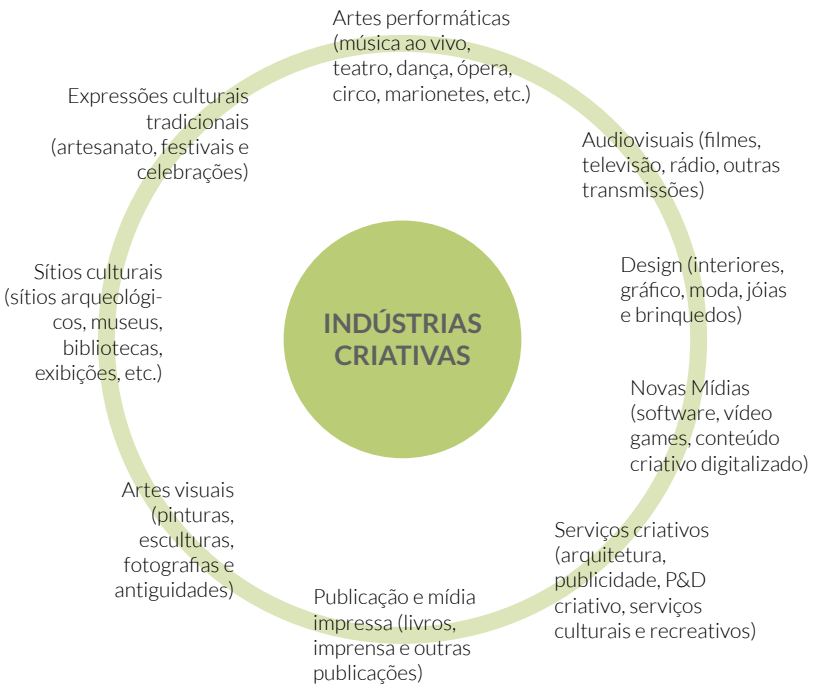
Vale ressaltar que, segundo a OMPI (2015) as indústrias criativas não consistem apenas das atividades da indústria dos direitos autorais, mas também englobam atividades de demais expressões culturais que não estejam exatamente ligadas à produção massificada.

OS MODELOS-SÍNTESE INSTITUCIONAIS

O modelo conceitual da UNCTAD foi desenvolvido com o intuito de construir uma base de dados sobre o comércio internacional de bens e serviços gerados pelas indústrias criativas. O mote dessa iniciativa é mostrar a importância

que os ganhos de comércio internacional dessa natureza podem gerar. Assim, essa metodologia considera as indústrias criativas no contexto de união de setores culturais tradicionais com atividades mais ligadas à tecnologia e ao mercado (UNCTAD, 2010).

Figura 1.2 – Indústrias criativas, segundo o modelo da UNCTAD



Fonte: Elaboração própria a partir de UNCTAD (2010)

As indústrias criativas estão divididas em patrimônio cultural; artes; mídia; e criações funcionais, conforme indica a Figura 1.2. Essa classificação revela o caráter de união de expressões tradicionais com setores mais voltados ao mercado.

As indústrias culturais, aqui, estariam inseridas, como subgrupo, nas indústrias criativas. Ressalta-se que a UNCTAD (2010) considera as indústrias criativas como um importante motor de desenvolvimento econômico, no sentido em que possibilita ganhos de comércio internacional, renda e emprego, a partir do aproveitamento de recursos culturais característicos do país.

O modelo conceitual da UNESCO, por sua vez, foi desenvolvido de forma a sublinhar a relevância de dados estatísticos confiáveis sobre a cultura no mundo, o que ilustra a visão desta instituição sobre a contribuição efetiva da cultura para a atividade econômica. Embora o conhecimento não possa ficar circunscrito às atividades mensuráveis, a disponibilidade de dados quantitativos sobre a atividade econômica associada aos SCC permite dar maior precisão à cultura como instrumento de geração de renda, riqueza e empregos. Do contrário, haveria percepção ou intuição sobre essa importância, mas com um elevado grau de ambiguidade a respeito da contribuição econômica efetiva da mesma. Assim, se existe a percepção, fundamentada em indicadores indiretos, de que a atividade cultural tem implicações econômicas relevantes, é preciso mensurar essa contribuição de forma direta. A criação de órgãos voltados para o estudo e a mensuração da Economia da Cultura e da Economia Criativa nos países desenvolvidos atesta que a motivação inicial estava correta e exigia aprofundamento. Essa necessidade de dirimir dúvidas por meio de dados estatísticos confiáveis é também uma das motivações do Atlas Econômico da Cultura Brasileira.

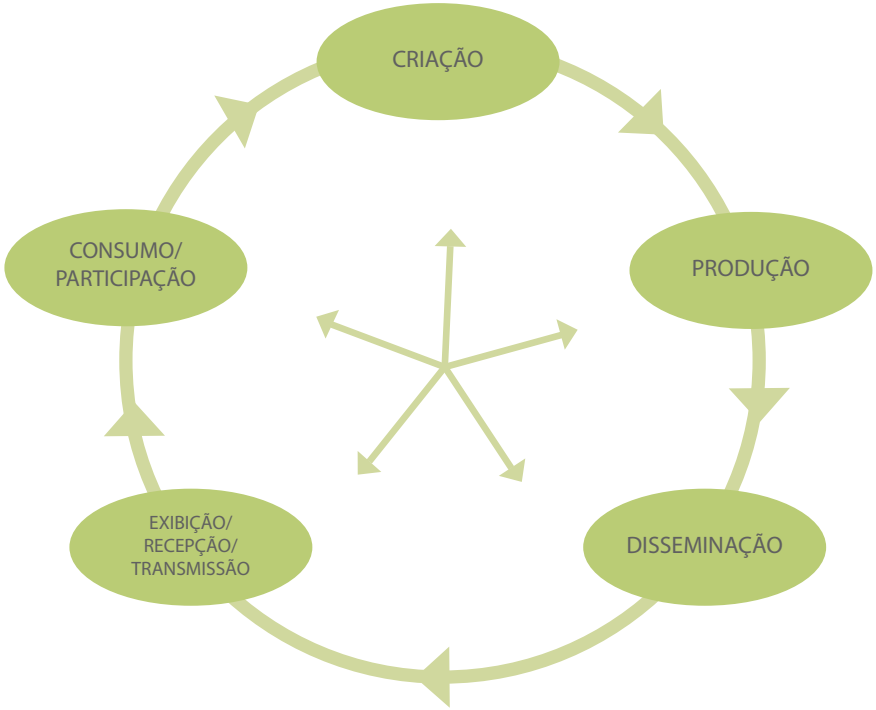
Segundo a UNESCO (2009), existiriam três abordagens diferentes sobre política cultural: uma ligada à inserção da cultura nos fenômenos econômicos e sociais; uma que se preocupa em ponderar o mérito da atuação pública em atividades como subsídios e financiamento, analisando também o papel do setor privado nesse contexto; e uma visão institucional, que analisa os modos informais e formais de produção de cultura (ou seja, analisa mesmo aqueles processos que não são monetizados), abrangendo todo o processo, desde a criação, passando pela expressão, até o significado.

O exercício de conceituação realizado pela UNESCO está ligado aos esforços de diminuir as divergências entre as três abordagens supracitadas, procurando sintetizar um modelo que seja sinérgico entre os três enfoques. Ademais, procura atentar para elementos de extensão (na determinação de domínios culturais) e de profundidade (na análise dos próprios agentes desses domínios), bem como realizar uma forma de mensuração direta e que seja comparável entre países – ao mesmo tempo em que considera as especificidades desses locais. Assim, é necessário definir cultura de uma maneira técnica, mas que ao mesmo tempo compreenda todo esse contexto (UNESCO, 2009).

A definição estatística de cultura, desse modo, está alinhada com a Declaração Universal de Diversidade Cultural da UNESCO, o que indica uma ligação com a formação de identidade de grupos e sociedades. Nesse contexto, a UNESCO relembra que as indústrias criativas são um conceito que abrange setores mais amplos do que a definição da instituição pretende fornecer, dado que inclui setores ligados à tecnologia da informação, que não estariam diretamente ligados ao ciclo cultural. Contudo, para contemplar os setores *criativos* de uma maneira consistente com seu modelo, a UNESCO inclui, em um domínio separado, as atividades de design e de publicidade (UNESCO, 2009).

O ciclo cultural seria a forma instrumental abstrata utilizada para a determinação da operacionalização e desenvolvimento das atividades culturais. Esse ciclo analisa as fases de criação; produção; disseminação; exibição/recepção ou transmissão; e consumo ou participação. Assim, "o desafio para um modelo estatístico robusto e sustentável é cobrir os processos contributivos que permitem que a cultura seja criada, distribuída, recebida, utilizada, criticada, entendida e preservada" (UNESCO, 2009, p. 19, tradução nossa). Assim, esse instrumental se caracteriza por um ciclo, pois essas etapas possuem interdependência, conforme mostra a Figura 1.3.

Figura 1.3 – Ciclo cultural da UNESCO



Fonte: Elaboração própria a partir de UNESCO (2009).

Assim, a definição prática da UNESCO (2009) para a mensuração da cultura é concatenada na definição de *domínios culturais*, que são conjuntos de "(...) atividades, bens e serviços culturais que são gerados por processos industriais e não-industriais" e que estão ligados a valores estéticos, simbólicos e espirituais (p. 22, tradução nossa).

Dessa forma, os domínios culturais, segundo a UNESCO, são:

Patrimônio cultural e natural;
Apresentações e celebrações;
Artes visuais e artesanato;
Livros e imprensa;
Mídias audiovisuais e interativas;
Design e serviços criativos.

Além desses domínios, ressalta-se a existência de um domínio transversal que perpassa todos os setores acima: o de patrimônio cultural intangível, que influencia a operação de todas as demais atividades culturais, por ser um conjunto de tradições, rituais e práticas característicos de uma sociedade.

Além disso, a UNESCO sugere a mensuração de outras três esferas transversais que são importantes para o processo: a de educação e treinamento; a de arquivamento e preservação; e a de equipamentos e materiais de suporte.

Existem domínios relacionados e que também serão influenciados pelos domínios transversais, quais sejam: turismo e esporte e recreação.

A mensuração econômica das atividades dos setores classificados segundo esse modelo passa pela utilização de códigos de classificação de atividade econômica que representem essas atividades e que costumam ser utilizados nas estatísticas das contas nacionais de produção, de emprego e de comércio de bens e serviços (UNESCO, 2009).

Uma atividade econômica cultural relevante nas principais definições abordadas acima é a relacionada ao artesanato. Contudo, esse segmento não foi incluído nos setores selecionados para o Atlas. O Box 1.1 apresenta informações sobre essa importante atividade.

BOX 1.1 – ARTESANATO

A complexa tarefa de definir as atividades econômicas culturais tem nas atividades artesanais um exemplo importante (além de reforçar a necessidade de uma conta satélite da cultura). O artesanato é considerado um segmento relevante no Brasil. Por exemplo, expressa uma relação com as tradições locais, isto é, é expressão da identidade cultural das comunidades em que trabalham os artesãos. Além disso, é fonte de ocupação e renda para muitos indivíduos, embora geralmente na economia informal. De fato, segundo Madeira (2013, pp. 212-213), o artesanato foi negligenciado por muitos anos, mas passou a ser valorizado recentemente por "sintetizar uma combinação peculiar de elementos como simplicidade, elegância e autenticidade, uma forma de resgate de tradições e, sobretudo, de busca do diferencial". Sobre a importância econômica, o SEBRAE destaca que a cadeia produtiva do artesanato está fortemente ligada com o turismo e outros setores da economia criativa. Esse quadro é também destacado no âmbito internacional. E o SEBRAE é parceiro do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) e tem seus próprios projetos nacionais:

- CRAB– Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro, como espaço privilegiado de exposição, comercialização e conhecimento
- Projeto Brasil Original – com a montagem de lojas conceituais temporárias para conquista de novos mercados
- Desenvolvimento da comercialização do artesanato – com foco em gestão e desenvolvimento de negócios

O UNCTAD Creative Economy Report de 2010, p. 98, afirma que: "Art crafts goods lie at intersection of tourism, trade and development. Moreover, they are often produced and commercialized via the informal economy. If one uses traditional measures of economic activity (based on commercial outputs), art crafts activities may be underreported or not reported at all. Such reporting problems undermine efforts to implement policies to support, protect and benefit from the trade of crafts activities[1]." Apesar dessas limitações, a entidade estimou algumas estatísticas

[1] Tradução livre: Os bens artesanais se encontram na intersecção do turismo, comércio e desenvolvimento. Além disso, são geralmente produzidos e comercializados na economia informal. Se são utilizadas medidas tradicionais de atividade econômica (baseadas em produtos comerciais), atividades artesanais podem ser subnotificadas ou mesmo não informadas. Tais problemas de levantamento prejudicam esforços de implementar políticas para sustentar, proteger e colher benefícios do comércio de atividades artesanais."

econômicas do setor. O comércio internacional de artesanato, de acordo com a base de dados da UNCTADstat foi tal que, em 2015, as exportações brasileiras de artesanato somaram US$ 67 milhões, 70% dos quais destinados a economias em desenvolvimento. As importações no mesmo ano foram de US$ 359 milhões, 93% com origem em economias em desenvolvimento. Em 2014, quando se esperava que aumentassem as exportações devido à Copa do Mundo, houve um aumento muito mais significativo nas importações[2].

Ainda sobre o comércio externo, a APEX apoia a internacionalização do artesanato brasileiro. De acordo com a entidade (APEX, s.d.): "Desde 2000, a Apex-Brasil apoia a internacionalização do artesanato brasileiro. Eventos como a exposição Mulheres Artesãs, na sede da ONU, em New York, a participação em ações como a Maison & Objet na França, renomada feira europeia de decoração, e o NY NOW, nos EUA, são exemplos dos resultados alcançados pelo setor, com o apoio da Agência."

Do ponto de vista institucional, a atividade do artesanato se encontra respaldada na legislação brasileira: A "Lei do Artesão" foi aprovada em 2015 para regular a profissão de artesão e prevê a implementação de políticas públicas especiais para o setor. Existe também um projeto de lei de Estatuto do Artesão, a Lei Nº 13.180, de 22 de Outubro de 2015, que dispõe sobre a profissão de artesão. A legislação define o critério para classificação como artesão:

> *"Art. 1o Artesão é toda pessoa física que desempenha suas atividades profissionais de forma individual, associada ou cooperativada.*
>
> *Parágrafo único. A profissão de artesão presume o exercício de atividade predominantemente manual, que pode contar com o auxílio de ferramentas e outros equipamentos, desde que visem a assegurar qualidade, segurança e, quando couber, observância às normas oficiais aplicáveis ao produto"*

Quanto às políticas nacionais, antes mesmo da regulamentação da profissão de artesão, já existia desde 1995 o PAB. O programa é coordenado atualmente pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (SEMPE), e inclui ações de apoio a feiras e eventos para comercialização da produção artesanal e cursos de capacitação para artesãos. O programa também inclui o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB), que busca registrar

[2] As principais fontes nacionais e internacionais sobre dados do segmento são: UNCTADstat. Essa base tem dados sobre comércio internacional de artesanato, disponíveis para o intervalo entre 2002 e 2015. Categoria "art crafts". A UNESCO tem dados sobre emprego, Cultural employment. Categoria "employment in visual arts and crafts". Contudo, os dados são divulgados agregados com outras artes visuais, dificultando a utilização. A base completa está disponível em http://data.uis.unesco.org/, incluindo dados para o Brasil em 2013. O SEBRAE também disponibiliza dados sobre o perfil do artesão no DataSebrae (http://datasebrae.com.br/artesanato/). As informações trazem algumas características como idade, sexo, escolaridade, acesso a financiamento e apoio do SEBRAE.

os trabalhadores por meio da Carteira Nacional do Artesão ou do Trabalhador Manual. O informativo do SICAB de setembro de 2012 relatou a existência de 72 mil artesãos e trabalhadores manuais cadastrados. Em notícia publicada em 2014, o número divulgado foi de 96mil cadastrados.

Em outras bases de dados estatísticos brasileiros, o artesanato está disperso em diferentes classes, o que dificulta as análises propostas para o Atlas. Por exemplo, na classificação nacional de atividades econômicas CNAE 2.0, as seguintes subclasses podem ser encontradas:

Tabela 1.1 – Subclasses CNAE para Atividades Artesanais.

1359-6/00	Artesanato em material têxtil; fabricação de
1529-7/00	Artesanato em couros e peles; fabricação de
1629-3/01	Artesanato de madeira; fabricação de
1629-3/02	Artesanato em cortiça, bambu, palha, vime ou outros materiais trançados; fabricação de
1749-4/00	Artesanato em pastas celulósicas, papel, papel-cartão ou papelão; fabricação de
2219-6/00	Artesanato em borracha; fabricação de
2229-3/99	Artesanato em material plástico; fabricação de
2319-2/00	Artesanato em vidro ou cristal; fabricação de
2330-3/99	Artesanato em fibrocimento ou gesso; fabricação de
2349-4/99	Artesanato em cerâmica, louça, porcelana ou barro cozido; fabricação de
2391-5/03	Artesanato em mármore, granito, ardósia ou outras pedras; fabricação de
2599-3/99	Artesanato em metais (exceto metais preciosos); fabricação de
3211-6/02	Artesanato em metais preciosos; fabricação de
3299-0/99	Artesanato em materias diversos, não especificados anteriormente; fabricação de
4649-4/99	Artigos de artesanato; comércio atacadista de
4789-0/01	Artigos de artesanato; comércio varejista

8592-9/99	Artesanato; curso, ensino de
9002-7/01	Pintura de artesanato; serviços de
9493-6/00	Clube de artesanato
9493-6/00	Organização associativa de artesanato

Fonte: Elaborado pelo NECCULT a partir de CONCLA-IBGE.

Na RAIS existe uma classificação da ocupação "Artesão". A tabela a seguir mostra o número de profissionais com vínculo formal ativo entre 2010 e 2016. Nota-se um rápido declínio no número de ocupados no período.

Tabela 1.2 – Número de Artesãos por Ano

Ano	Número de Artesãos
2016	993
2015	874
2014	839
2013	588
2012	385
2011	297
2010	203
Média	**597**

FONTE: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

REFERÊNCIAS

APEX (s.d.):

http://www.apexbrasil.com.br/Noticia/PROJETO-COMPRADOR-DA-APEX-BRASIL-PROMOVE-O-ARTESANATO-BRASILEIRO

http://www.brasil.gov.br/governo/2010/12/artesanato-brasileiro-tem-nova-associacao-para-promover-exportacoes

BRASIL. Lei Nº 13.180, de 22 de Outubro de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13180.htm

BRASIL. Notícia no Portal Brasil, de 2014: http://www.brasil.gov.br/governo/2014/07/disponivel-a-emissao-de-carteiras--do-programa-do-artesanato-brasileiro

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf.

SEBRAE: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/artesanato

http://datasebrae.com.br/artesanato/

SICAB. Informativos: 19ª edição, 2012: www.comexresponde.comexbrasil.gov.br/portalmdic/arquivos/dwnl_1355405686.doc

24ª edição, 2013: http://www.principo.org/informativo-24-edico--marco-de-2013-dia-do-arteso.html

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **The Dialectic of Enlightenment**. Stanford: Stanford University Press, 2002.

BAKHSHI, H.; FREEMAN, A.; HIGGS, P. **A dynamic mapping of the UK's creative industries**. Londres: Nesta, 2013. Disponível em: <https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a_dynamic_mapping_of_the_creative_indusindus.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2016.

Bakhshi, H.; Windsor, G. The Creative Economy and the Future of Employment. Nesta, 2015. Disponível em: <https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_creative_economy_and_the_future_of_employment.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2018.

BANKS, M. **The politics of cultural work**. Basingstoke: Palgrave, 2007.

_____.; O'CONNOR, J. After the creative industries. **International Journal of Cultural Policy**, Oxfordshire, v. 15, n. 4, p. 365–373, nov. 2009.

BAUMOL, W. J.; BOWEN, W.G. **Performing Arts**: The Economic Dilemma. Londres. Cambridge, 1966.

BECKER, G. **Human Capital**. New York: Columbia University Press, 1964.

BELL, D. **The coming of post-industrial society**: a venture in social forecasting. Nova York: Basic Books, 1974.

BELTRÁN, E.; ROJAS, M. Diversified funding methods in Mexican archeology. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 2, p. 463-478, 1996.

BEUGELSDIJK, S.; MASELAND, R. **Culture in economics**: history, methodological reflections, and contemporary applications. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei no 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC e dá outras Providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,** Brasília, DF, 24 dez. 1991. Seção 1, p. 30261.

_____. Decreto nº 8.837, de 17 de agosto de 2016. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,** Brasília, DF, 18 ago. 2016. Seção 1, p. 3.

_____. **As metas do Plano Nacional de Cultura: 3ª edição.** Brasília: Ministério da Cultura/Brasil, 2013. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10877/35301/2ª-edição-As-Metas-do--Plano-Nacional-de-Cultura-até-a-meta-20.pdf/b7944750-f59f-4e08-8235-a641aca30a6a>. Acesso em: 16 out. 2017.

_____. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,** Brasília, DF, 3 dez. 2010. Seção 1, p. 1.

_____. Estruturação, institucionalização e implementação do SNC: Sistema Nacional de Cultura. **Brasília: Ministério da Cultura,** 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/1099729/1429051/Documento+Básico+do+SNC.pdf/685edb37-c1c7-4018-96ef-37a7fd97c99c>. Acesso em: 16 out. 2017.

_____. Emenda Constitucional nº 71, de 29 de novembro de 2012. Acrescenta o art. 216-A à Constituição Federal para instituir o Sistema Nacional de Cultura. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,** Brasília, DF, 30 nov. 2012. Seção 1, p. 1.

Casson, M. **Culture and Economic Performance**. *In:* Ginsburg and Thosby (eds.), 2006.

CASTRO, C. **Industrias de contenidos en Latinoamérica. Europeaid/CEPAL, 2008. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt_eLAC_meta_13.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2017.**

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO (UNCTAD). **Creative economy report 2010**: creative economy – a feasible development option. Geneva: UNCTAD, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.

CREATIVEMED. **White Paper**: The CreativeMED Model for Smart Specialisation. Prato: CreativeMED, 2014.

DE MASI, D. **O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001. Disponível em: <http://docslide.com.br/documents/de-masi-domenico-o-futuro-do-trabalho--fadiga-e-ocio-na-sociedade-pos-industrialpdf.html>.** Acesso em: 17 ago. 2016.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT – DCMS. **Secretary of state's foreword.** Londres, 2001. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

_____. **Creative industries economic estimates january 2014:** statistical release. Londres: DCMS, 2014. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf>. Acesso em: 07 out. 2016.

_____. **Creative industries economic estimates: January 2016. 2016. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf>.** Acesso em: 12 out. 2017.

_____. **DCMS sectors economic estimates 2017**: employment and trade. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/640628/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_2017_Employment_and_Trade.pdf>. Acesso em: 12 out. 2017.

FLEW, T. Origins of creative industries policy. *In:* _____. **The creative industries**: culture and policy. Londres: SAGE Publications Ltd, 2012. p. 9-32.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class, revisited**. Nova York: Basic Books, 2012.

GARNHAM, N. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom. **International Journal of Cultural Policy**, Oxfordshire, v. 11, n. 1, p. 15–29, 2005.

Ginsburgh, V.A.; Throsby, D. (ed.) **Handbook of the Economics of Art and Culture, 2 Vols**. Oxford: North-Holland/Elsevier, 2006.

Guiso, L.; Sapienza, P.; Zingales, L. Does Culture Affect Economic Outcomes? **Journal of Economic Perspectives**; Vol. 20, N. 2, p. 23–48, 2006.

HANSEN, T. B. Measuring the value of culture. **The European Journal of Cultural Policy**, 1 abr. 1995. v. 1, n. 2, p. 309–322.

Heilbrun, J.; Gray, C. M. **The Economics of Art and Culture**, 2nd Edition, Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

HESMONDHALGH, D. et al. **Culture, economy and politics**: the case of new labour. Palgrave Macmillan, 2015.

HUTTER, M. Infinite surprises: on the stabilization of value in the creative industries. *In:* BECKERT, J.; ASPERS, P. (Org.). **The worth of goods: valuation & pricing in the economy.** New York: Oxford, 2011, p. 201–220.

JAUNEAU, Y. The Economic Contribution of Culture. Le poids économique direct de la culture. **Culture Chiffres. Paris: Département des études, de la prospective et des statistiques, 2013.**

KEA. **The economy of culture in Europe**. KEA, 2006. Disponível em: <http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf>. Acesso em: 13 out. 2017.

KLAMER, A. Social, cultural and economic values of cultural goods. *In:* RAO, V.; WALTON, M. (Org.). **Culture and public action**, 2001.

LIPIETZ, A. **Audácia: uma alternativa para o século 21. São Paulo: Nobel, 1991.**

NAVRUD, S.; STRAND, J. Norway. *In:* NAVRUD, S (Ed.). **Pricing the European environment**. Noruega: Scandinavian University Press, 1992.

O'CONNOR, J. **The cultural and creative industries**: a literature review (2nd edition). Newcastle: Creativity, Culture and Education, 2010.

OAKLEY, K. Not So Cool Britannia: The Role of the Creative Industries in Economic Development. **International Journal of Cultural Studies,Vol. 7, issue: 1, p. 67-77, 2004.**

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO)**. The Globalisation of Cultural Trade: A Shift in Consumption – International flows of cultural goods and services 2004-2013. Quebec: UNESCO Institute for Statistics, 2016.**

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **2009 UNESCO framework for cultural statistics**. Quebec: UNESCO Institute for Statistics, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries:** 2015 revised edition. Geneva: WIPO, 2015. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2016.

OULTON, N. The Measurement of Output and Prices in the Service Sector, 1999. Disponível em: <http://www.euklems.net/workpackages/oulton_measurement_in_services.pdf> Acesso em: 22 fev. 2018.

POTTS, J.; CUNNINGHAM, S. Four models of the creative industries. **International Journal of Cultural Policy, v. 14, n. 3, p. 233-247, ago. 2008.**

REIS, P. F. Política cultural no Brasil: análise do Sistema e do Plano Nacional de Cultura. *In:* **BARBALHO et al. (Org.). Cultura & desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas.** Salvador: EDUFBA, 2011.

SELTZER, K.; BENTLEY, T. **The creative age**: knowledge and skills for the new economy. Londres: Demos, 1999.

SANTAGATA, W.; SIGNORELLO, G. Contingent valuation of a cultural public good and policy design: the case of "Napoli Musei Aperti". **Journal of Cultural Economics**, Holanda, v. 24, p.181–204, 2000.

SNOWBALL, J. **Measuring the value of culture**: methods and examples in cultural economics. Berlim: Springer, 2008.

_____. Art for the masses? Justification for the public support of the arts in developing countries – two arts festivals in South Africa. **Journal of Cultural Economics**, v. 29, p. 107-125, 2005.

THROSBY, D. **Economics and culture.** Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

_____. Determining the value of cultural goods: how much (or how little) does contingent valuation tell us? **Journal of Cultural Economics**, Holanda, v. 27, p. 275-285, 2003.

_____. The concentric circles model of the cultural industries. **Cultural Trends**, Oxfordshire, v. 17, n.3, p. 147-164, set. 2008.

TOWSE, R. **A Handbook of Cultural Economics**, Northampton: Edward Elgar, 2011.

TOWSE, R. **A Textbook of Cultural Economics**, Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

TOWSE, R.; KHAKEE, A. **Cultural Economics**. Nova York: Springer-Verlag, 1992.

VALIATI, L. et al. Economia criativa e da cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. *In:* VALIATI, L.; FIALHO, A. L. N. (Org.) **Atlas Econômico da Cultura Brasileira**: metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

WILLIS, K. Paying for heritage: what price for Durham cathedral? **Journal of Environmental Planning and Management**, v. 37, n. 3, p. 267-278, 1994.

Cap. 2

METODOLOGIA

Pedro Perfeito da Silva, Eduardo Rodrigues Sanguinet,
Artur Waismann, Marcelo Milan, Gustavo Möller

O presente capítulo apresenta o método de construção do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, sendo, portanto, mais técnico que os demais. Seu objetivo consiste em descrever os procedimentos metodológicos que possibilitaram a seleção dos SCCs e a mensuração das variáveis econômicas utilizadas nos quatro eixos de análise que fundamentam a sua estrutura. O capítulo promove uma apresentação detalhada dos conceitos empregados na estimação das variáveis, fornecendo os fundamentos para o arcabouço analítico que caracteriza o Atlas. Assim, são resumidas as reflexões e os procedimentos operacionais que pautaram seu desenvolvimento, de forma que os capítulos seguintes possam ser melhor compreendidos a partir do material aqui apresentado.

É importante ressaltar inicialmente que existem outras propostas de mensuração da economia da cultura no Brasil e no Mundo. Todavia, nem sempre os procedimentos metodológicos são explicitados e detalhados. Essa falta de transparência na divulgação dos procedimentos empregados dificulta a comparabilidade dos dados e das próprias metodologias empregadas. O Apêndice da publicação mostra alguns exemplos dessas propostas. Ainda mais importante – uma vez que o Atlas se propõe também a ser um marco de referência para a retomada da construção da Conta Satélite da Cultura (CSC) –, explicitar os procedimentos adotados na construção do documento é fundamental para embasar as discussões entre o Ministério da Cultura, os demais formuladores de políticas para os setores culturais e criativos (SCC), o IBGE e os agentes atuantes na economia da cultura.

O capítulo está estruturado em duas seções. A primeira seção apresenta as discussões existentes acerca da conceituação e da delimitação das atividades econômicas ligadas à cultura, de maneira a construir uma estratégia de mensuração. Com isso, justificam-se as escolhas realizadas no sentido de obter uma definição para os SCC, os quais são qualificados, a partir das classificações existentes, com relação às atividades econômicas que os integram. Esta parte é complementada pelo Apêndice B, que detalha os modelos internacionais, os setores selecionados e as características setoriais e ocupacionais adotadas pelo Atlas. Já a segunda seção apresenta o critério de seleção das variáveis analisadas na presente publicação.

SETORES CULTURAIS E CRIATIVOS: A FORMULAÇÃO DO CONCEITO

Para mensurar a contribuição direta das indústrias cultural e criativa para a atividade econômica nacional em termos de renda, emprego e crescimento, faz-se necessária a formulação de um conceito operacional dos SCC. A elaboração de um conceito bem definido é fundamental para garantir que o tratamento qualitativo e quantitativo dos dados tenha possíveis ambiguidades minimizadas. Nesse caso, o desafio consiste em buscar um equilíbrio entre a capacidade do conceito de abranger o maior número de atividades econômicas associadas à cultura e à criatividade e, simultaneamente, de

assegurar a diferenciação precisa entre aquilo que pode ou não ser incluído nesse grupo de atividades específicas. Assim, o conceito de SCC torna-se um instrumento analítico que visa a garantir as condições apropriadas para a mensuração dos efeitos econômicos das atividades culturais e criativas, enfatizando sua importância bem como suas limitações.

Para tanto, a definição conceitual dos SCC passa por duas etapas. A primeira consiste na explicação das razões pelas quais o conceito apresenta a definição proposta, as quais se encontram baseadas nas tentativas correntes do conhecimento econômico em identificar, definir e diferenciar as atividades culturais e criativas no âmbito econômico. A segunda consiste no tratamento qualitativo do conceito, isto é, no enquadramento setorial das atividades econômicas e na apresentação de como o mesmo pode ser definido a partir desses setores e dessas atividades.

Setores Culturais e Criativos: delimitação conceitual

Os dois primeiros volumes deste Atlas apresentaram o elemento central da questão que norteia a produção de estatísticas setoriais: a formulação de uma estratégia de mensuração da contribuição das atividades culturais e criativas para a economia que seja factível e significativa. Ao apresentar as possibilidades e os limites da elaboração de uma metodologia capaz de identificar tais características da produção econômica, Valiati e Fialho (2017) mostram que estimativas dessa natureza são de difícil obtenção, tanto porque há uma dificuldade de se mensurar o valor das atividades culturais e criativas, quanto porque tais atividades são de difícil agregação e categorização, podendo estar distribuídas em uma gama de setores consideravelmente distintos. É justamente essa limitação que deve ser tratada com a elaboração de um conceito operacional.

Nesse sentido, a identificação, a seleção e a distribuição ou compartimentalização das atividades econômicas em SCC propõe uma abordagem para agregar a contribuição da indústria cultural e criativa em categorias passíveis de análise e mensuração e, com isso, de fornecer substrato, entre outras, para a pesquisa acadêmica, para a elaboração de estratégias de negócios ou para a formulação de políticas de fomento. É justamente por isso que a construção do conceito operacional tem como ponto de partida a consideração das diferentes metodologias de mensuração já formuladas,

buscando desenvolver uma referência que congregue os aspectos principais dessas abordagens, adaptando-os para a análise da estrutura econômica da indústria cultural e criativa do Brasil, sem perder, com isso, a capacidade de comparar o país com os centros de excelência existentes no mundo na produção de estatísticas desse setor.

Dessa forma, genericamente o conceito de SCC procura abarcar os elementos sublinhados por seis abordagens distintas acerca da categorização de atividades econômicas culturais e criativas. A primeira delas é o modelo teórico proposto por Throsby (2008), que entende a indústria cultural e criativa como um agregado de atividades que reúnem, em sua maioria, expressões culturais e, com menor importância, o processo de geração de inovação e de produção de conhecimento. Em seguida, considera-se a iniciativa proposta pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), cuja orientação é dirigida no sentido de valorizar os direitos autorais que decorrem das inovações e do novo conhecimento produzido pelos setores economicamente mais dinâmicos. Em terceiro lugar, tem-se como exemplo a categorização realizada pelo *Department for Digital, Culture, Media, and Sport* (DCMS) do governo do Reino Unido, um órgão pioneiro no sentido de explorar o potencial da indústria cultural e criativa. Nessa última proposta, o conceito formulado reflete a necessidade de uma lógica ocupacional, que leve em consideração não apenas os setores produtivos, mas também a natureza da mão de obra utilizada, isto é, a importância dos trabalhadores culturais e criativos em termos de contribuição na produção e na renda (BAKHSHI; FREEMAN; HIGGS, 2013; DCMS, 2014).

As próximas três abordagens aproximam-se mais da proposta elaborada por esse Atlas, uma vez que consistem em estratégias de agregação de atividades econômicas com o objetivo de consolidar setores culturais e criativos passíveis de identificação em diversas economias nacionais. A primeira dessas três sínteses é a proposta pela UNCTAD (2008, 2010), que entende a cultura como um ativo para o desenvolvimento econômico e social. Nesse caso, o objetivo consiste em combinar a importância da produção artística com a questão da tecnologia, mas sem perder de vista a motivação econômica de oportunidade de negócios que se encontra na decisão de investir nas indústrias culturais e criativas. Retém-se dessa abordagem, ainda, a noção de que as trocas internacionais de bens e serviços culturais e criativos são relevantes

no sentido de condicionar o desenvolvimento de economias que são, em última instância, integradas por meio de diversos processos produtivos. Os setores considerados pela UNCTAD (2008, 2010) são: patrimônio cultural, artes dramáticas, audiovisual, serviços criativos, novas mídias, design, edição e mídia impressa, artes visuais e sítios culturais[3].

A segunda síntese é representada pelo modelo da UNESCO (2013), fundamentada na ideia de 'paradigma pós-industrial' e na importância das novas indústrias de serviços. É dessa abordagem que se retira a noção de ciclo cultural, cuja compreensão, no caso brasileiro, consiste em um dos objetivos a serem alcançados a partir da definição dos SCC. O ciclo cultural representa uma série de etapas que resumem o processo pelo qual a atividade cultural é idealizada, produzida, transmitida e consumida, sintetizando o movimento que bens e serviços dessa natureza realizam desde sua concepção até seu consumo final. Para ilustrar o ciclo, a proposta da UNESCO (2013) abarca cinco setores: patrimônio natural e cultural, performance e celebração, artes visuais e artesanato, livros e editoração, audiovisual e mídia interativa, design e serviços criativos. A proposta ainda inclui atividades paralelas como turismo, esportes e lazer.

Por fim, a terceira e última síntese é aquela realizada pelo Convênio Andrés Bello da Colômbia (CAB) para a construção de uma Conta Satélite da Cultura (CSC), com o objetivo de mensurar a magnitude da atividade cultural de forma a prover informações para a tomada de decisão privada e pública. Deriva-se da proposta do CAB o papel que a definição dos SCC deve cumprir no sentido de representar um instrumental analítico perene, capaz de absorver e fornecer informação de maneira contínua. Somente assim ela pode servir como referência para trabalhos científicos e técnicos e para a formulação de políticas e estratégias de negócios que tenham como objetivo fornecer substrato aos tomadores de decisão.

É a partir dessas seis abordagens – dos setores, das atividades e da compreensão que elas possuem acerca da natureza da atividade cultural e criativa – que se torna possível chegar a um conceito de SCC que integre e sintetize todo esse esforço de organização. Partindo da noção de que o campo cultural consiste em um conjunto de atividades humanas que existem para

[3] Para mais detalhes sobre os modelos síntese, consultar Valiati et al. (2017).

criar, expressar, interpretar, conservar e transmitir conteúdo simbólico por meio da produção de bens e serviços (CAB, 2009, p. 33; CEGOV, 2016, p. 24), é possível definir os SCC como um conjunto de setores que agregam atividades específicas relacionadas à criação, expressão, interpretação, conservação e transmissão de conteúdos simbólicos, de forma a identificá-las a partir de sua relação com a produção e o consumo próprio a uma economia nacional. Os SCC são, portanto, simplificações conceituais que facilitam o entendimento do ciclo cultural brasileiro. Na prática, correspondem a agrupamentos de atividades econômicas culturais e criativas que guardam certa convergência em termos de estrutura produtiva, natureza do produto e nicho de mercado; e que possibilitam, por isso, a compreensão da indústria cultural e criativa a partir de uma perspectiva que combina fatores macro e microeconômicos da realidade.

Nesse sentido, a visão dos SCC proposta no Atlas é mais ampla do que a mera ilustração da estrutura produtiva dos setores agrupados. Ela está conectada ao crescimento e ao desenvolvimento da indústria criativa e cultural enquanto fenômeno historicamente determinado, que guarda suas especificidades com relação às tendências econômicas mundiais referentes à direção do processo de inovação tecnológica e à transformação dos padrões de consumo vigentes. A partir dessa percepção, é possível mostrar que os SCC correspondem tanto àquelas formas tradicionalmente associadas à indústria cultural, que assumiram e consolidaram sua forma vigente de funcionamento ao longo do século XX, quanto às formas que surgiram na esteira da revolução digital, ou seja, que despontaram somente a partir da popularização da linguagem digital e constituíram uma nova forma de produção e de consumo cultural.

Essa discussão permite identificar as semelhanças e as diferenças entre diversas atividades, como a impressão de livros e a produção de jogos digitais. À primeira vista, elas parecem essencialmente distintas, mas, na verdade, guardam semelhanças intrínsecas. A abordagem proposta, portanto, não avalia a qualidade das obras e não realiza diferenciação entre cultura de massa e cultura erudita, uma vez que os SCC procuram ilustrar as atividades econômicas ligadas ao campo cultural e não um juízo de valor sobre que é produzido (CAB, 2009).

Ademais, importa reconhecer que a construção do conceito de SCC se deu paralelamente à trajetória de formulação e desenvolvimento do Atlas Econômico da Cultura Brasileira. Tal processo permitiu que – por meio da reflexão e do debate com diversos agentes atuantes no âmbito da cultura – o Ministério da Cultura, a comunidade acadêmica e a sociedade civil cultural e criativa chegassem a um consenso acerca de como os SCC deveriam ser agrupados e quais as atividades deveriam ser incluídas nos mesmos.

O ponto de partida institucional dessa trajetória ocorreu no mês de outubro de 2016, quando representantes do Ministério da Cultura e do Núcleo de Estudos em Economia da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (NECCULT-UFRGS), tendo por base as discussões sobre a CSC, formularam um marco referencial que fosse capaz de mensurar a contribuição das atividades culturais e criativas para o desempenho da economia nacional. Em novembro, realizou-se um workshop de dois dias na cidade de Brasília-DF, que contou com a participação de trinta especialistas na área da cultura e criatividade, com o apoio fundamental do MinC e com a colaboração da UFRGS.[4] Nesse encontro foram debatidas as questões essenciais acerca da necessidade e da dificuldade de identificar, agrupar, definir e mensurar as atividades culturais e criativas, o que culminou na identificação de alguns setores que deveriam ser levados em consideração na elaboração do conceito operacional de SCC, bem como a identificação de quarenta tipos de atividades econômicas que se encaixavam em seu escopo[5].

Com o esforço de coleta de dados e de desenvolvimento da plataforma digital, estando a última plenamente operacional, foi organizado um segundo encontro em agosto de 2017, cuja intenção era rever algumas questões específicas relacionadas à definição dos setores e das atividades a serem consideradas, de forma a não omitir segmentos representativos e

[4] As instituições que estiveram representadas no workshop, além das secretarias do Ministério da Cultura e dos membros do NECCULT-UFRGS, foram: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX-BRASIL; Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES); Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM); Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA); Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo; Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro; Secretaria de Cultura do Distrito Federal; Serviço Social do Comércio de São Paulo (SESC-SP); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN),; Associação Brasileira dos Desenvolvedores de Jogos Digitais (ABRAGAMES); Instituo Lidas; Itaú Cultural; Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – representação Brasil (UNESCO-Brasil).

[5] No workshop foi proposto o lançamento de dois volumes preparatórios, cujo objetivo era discutir e debater questões relacionadas à bibliografia já consolidada na área, bem como aos desafios metodológicos de se construir um conceito de SCC de fácil instrumentalização. Tais volumes foram lançados em março de 2017 na cidade de São Paulo, evento que contou com o Ministro da Cultura. Os volumes 1 e 2 do Atlas podem ser encontrados em versão digital na página oficial do MinC.

atividades importantes, mas de difícil enquadramento classificatório. Nessa reunião, em que estiveram presentes representantes da Secretaria Executiva do MinC, da então Secretaria de Economia da Cultura (SEC-MinC) – seus secretários da época e o predecessor – e do NECCULT-UFRGS e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), foram decididos os dez setores culturais e criativos que sintetizariam o agregado da atividade econômica cultural e criativa brasileira representados no Atlas:

Arquitetura e Design;	Educação e Criação em Artes;
Artes Cênicas e Espetáculos;	Entretenimento
Audiovisual;	Música;
Cultura Digital;	Patrimônio, e
Editorial;	Publicidade.

Para avaliar a contribuição econômica desses dez segmentos, foi adotada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas, versão 2.0 (CNAE 2.0)[6] para consolidar o recorte de atividades produtivas da economia brasileira. A CNAE 2.0 é a classificação oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos órgãos federais gestores de registros administrativos (tais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Secretaria da Receita Federal do Brasil (SRFB) e o Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS). A escolha da CNAE 2.0 na ilustração das atividades econômicas culturais e criativas se deu, em primeiro lugar, com o objetivo de permitir que os dados acerca dos SCC pudessem ser comparáveis ao conjunto das principais estatísticas oficiais existentes no Brasil, com destaque para: o Cadastro Central de Empresas; as pesquisas econômicas estruturais e conjunturais sobre nível de atividade, emprego, renda, comércio exterior etc.; o Sistema de Contas Nacionais do Brasil; as pesquisas domiciliares e setoriais; e os cadastros e registros administrativos nas três esferas de poder. Em segundo lugar, essa classificação permite articular melhor um dos objetivos do Atlas de retomada da formulação da CSC. Finalmente, a escolha da

[6] No Apêndice A é feita a descrição detalhada do conjunto de CNAEs que compõe cada um dos segmentos dos SCC selecionados e incluídos no Atlas.

CNAE 2.0 como fundamento para os recortes setoriais tem ainda a virtude de satisfazer padrões internacionais de classificação de atividades econômicas.

O Atlas utiliza a estrutura de níveis hierárquicos adotada pela CNAE 2.0, abarcando a classificação até o quarto dígito, o que caracteriza as **Classes CNAE 2.0**. Estas são usadas para delimitar cada conjunto de atividades que se associa à noção de SCC. De acordo com IBGE (2010), a maneira como as atividades econômicas são combinadas nos estabelecimentos produtivos é um critério central na definição das classes CNAE 2.0. É neste nível, por exemplo, que as unidades de produção (empresas) são classificadas no Cadastro de Empresas (CEMPRE) do IBGE, sendo esta a base para o desenho das pesquisas e para a produção de estatísticas do instituto. Um princípio básico seguido na definição das classes na CNAE 2.0 é o de refletir a forma como as atividades são efetivamente organizadas no mundo real, garantindo sua associação a segmentos reconhecíveis na economia brasileira e em comparações internacionais, de tal forma que as empresas nelas classificadas tenham condição de fornecer as informações necessárias nas pesquisas econômicas, tais como aquelas utilizadas pelo Atlas.

Nesse sentido, de acordo com o IBGE (2010), as classes CNAE 2.0 são definidas de maneira a satisfazer três critérios:

a. *critério da especialização*: que existam unidades especializadas na atividade da classe designada, ou seja, que a produção dos bens e serviços que caracteriza uma dada classificação represente o maior volume da produção das unidades nela classificadas;

b. *critério da cobertura*: que a maior parte da oferta dos bens e serviços que caracteriza uma dada classe seja produzida pelas unidades nela classificadas;

c. *critério da relevância*: a importância relativa das atividades incluídas na classe na estrutura produtiva do país.

O primeiro critério permite classificar as empresas de acordo com o tipo de atividade econômica especializada exercida, de tal maneira que todas as empresas incluídas nas classes tenham características semelhantes. O segundo critério garante a identificação da classe com a atividade produtiva, asso-

ciando as atividades econômicas aos bens e serviços produzidos. Por fim, o terceiro critério considera as atividades de acordo com a realidade brasileira, considerando sua agregação em uma determinada classe de forma que esta tenha, em termos representativos, um papel considerável para a produção e para a geração de renda, divisas etc. na estrutura da economia brasileira. Considera-se, assim, que esses critérios são suficientes para garantir que haja aproximação entre as atividades econômicas desempenhadas pelas empresas e a classe CNAE 2.0 associada, o que justifica a adoção da mesma classificação por parte do Atlas como nível de agregação das atividades econômicas utilizado.

Descrição dos SCC: enquadramento setorial

A presente subseção apresenta a descrição dos dez SCC delimitados pelo MinC-NECCULT e a lista das atividades econômicas que os integram. Mostra-se aqui a nomenclatura adotada pela CNAE 2.0, sendo que a base cadastral dessa classificação pode ser acessada para maiores detalhamentos sobre o que está incluído em cada recorte[7].

Audiovisual

Como é observado ao longo do Atlas, o setor do Audiovisual tem um caráter estratégico para a economia da cultura no Brasil devido à sua expressividade em termos de destinação de recursos públicos, geração de renda, divisas e empregos. Além disso, trata-se de um setor de ampla repercussão econômica, pois sua cadeia de valor compreende uma longa sequência entre a idealização do produto até chegar aos consumidores finais em salas de cinema, aparelhos de televisão e outros meios. Ou seja, a cadeia inclui as atividades da produção audiovisual (cinematográfica, de vídeos e de programas de TV), e as atividades de distribuição, exibição e realização do audiovisual.

Assim, o segmento Audiovisual inclui não só a produção, pós-produção e distribuição de conteúdo cinematográfico, vídeos e programas de TV, mas também as atividades de exibição – em salas de cinema, por exemplo -, as atividades de programadoras e de emissoras de rádio e televisão (aberta e

[7] O detalhamento completo pode ser acessado em https://concla.ibge.gov.br/

paga), a atuação das operadoras de televisão por assinatura – por cabo, por micro-ondas e por satélite), e o aluguel de fitas e DVDs. Abaixo estão listadas as classes da CNAE 2.0 que compõem os dados do setor:

- 59.11-1: Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
- 59.12-0: Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
- 59.13-8: Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
- 59.14-6: Atividades de exibição cinematográfica
- 60.10-1: Atividades de rádio
- 60.21-7: Atividades de televisão aberta
- 60.22-5: Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
- 61.41-8: Operadoras de televisão por assinatura por cabo
- 61.42-6: Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas
- 61.43-4: Operadoras de televisão por assinatura por satélite
- 77.22-5: Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares

O *streaming* de vídeos em plataformas virtuais é um modelo de negócios que tem se desenvolvido no setor do Audiovisual brasileiro. Contudo, este tipo de atividade não consta como atividade especificada pela CNAE 2.0 e é brevemente discutida no próximo capítulo. A distribuição online de conteúdo de modo geral está incluída na classe 63.19-4, que compõe o segmento da Cultura Digital.

Arquitetura e Design

O segmento de Arquitetura e Design refere-se ao vasto campo de atuação que compreende a consultoria em serviços de projeção e edificação de ambientes, espaços urbanos e jardins, bem como a concepção criativa de produtos, incluindo forma e funcionalidade. As classes de atividades econômicas do segmento são listadas abaixo:

- 71.11-1: Serviços de arquitetura
- 74.10-2 Design e decoração de interiores
- 47.83-1: Comércio varejista de joias e relógios
- 32.11-6: Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
- 32.12-4: Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes

Considerando a Arquitetura em particular, foram incluídos os serviços ligados a projetos de arquitetura, incluindo paisagismo e escritórios de urbanismo (71.11-1). Com relação especificamente ao Design, a classe 74.10-2 compreende as atividades ligadas ao design de produto – desenho de mobiliário, joias, sapatos e roupas e de outros objetos – e serviços de design de interiores e decoração. Essa mesma classe também inclui o design gráfico e serviços de diagramação.

Além disso, no âmbito da produção manufatureira, têm-se as atividades de fabricação da bijuteria (32.12-4) e de ourivesaria/joalheria (32.11-6). No caso de joias e relógios, é possível incluir no setor em questão o comércio varejista relacionado (47.83-1). Apesar de fabricação e comercialização de outros produtos baseados em design não serem incluídas no setor Arquitetura e Design, estas podem incidir em outros setores culturais, como é o caso de instrumentos musicais e brinquedos. Não se considera, por outro lado, o desenho estritamente técnico de construção civil (71.19-7).

Artes Cênicas e Espetáculos

O segmento Artes Cênicas e Espetáculos é composto pelas atividades relacionadas a performances ao vivo, incluindo a gestão de espaços para esses fins. Acrescentam-se a estas atividades aquelas de organizações ligadas à cultura e à arte em um sentido geral. Ficam excluídas as organizações sindicais e outras organizações associativas com interesse profissional do setor cultural. As classes de atividades incluídas no setor estão listadas abaixo:

- 90.01-9: Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
- 90.03-5: Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
- 94.93-6: Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte

A classe 90.01-9 abarca diversas atividades ligadas aos espetáculos: da elaboração de roteiros à produção de peças, passando pelas bandas, orquestras, companhias de dança, de espetáculos circenses, além de eventos como rodeios e vaquejadas. Também são incluídas as atividades dos diretores, produtores e empresários de eventos artísticos ao vivo, bem como os artistas do setor: atores, dançarinos e músicos independentes. Com relação às organizações associativas ligadas à arte e à cultura, consideram-se, por exemplo, associações de música, escolas de samba e blocos carnavalescos e clubes – literários, de cinema, fotografia, entre outros.

Cultura Digital

O segmento da Cultura Digital surge como alternativa para captar o fenômeno da digitalização sobre os SCC. Este conjunto de atividades incluem os serviços ligados à oferta de conteúdos em plataformas virtuais, como sites de *streaming* de música e vídeos, sites de notícias e outros serviços de informação que ocorrem especificamente na Internet. Os dados do Atlas Econômicos da Cultura para a Cultura Digital são obtidos através da classe CNAE 2.0 63.19-4: Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet.

Dentre os serviços incluídos nos dados, estão as páginas *online* de entretenimento, de publicidade, o acesso a programas na internet e os serviços de disponibilização de música através da internet. Também estão incluídos na mesma classe os serviços de busca *online* e serviços de *e-mail*, além das atividades de certificadoras digitais e de portais de conteúdo em geral. O setor da Cultura Digital tem como diferencial o fato de ser agrupado segundo o meio de circulação, a Internet, e não necessariamente pela linguagem artística ou tipo de conteúdo criado. Isso se deve às especificidades das atividades econômicas localizadas no meio digital, que têm características distintas dos demais segmentos culturais e criativos, como é observado ao longo do Atlas Econômico da Cultura Brasileira.

Música

No segmento de Música estão inseridas atividades do início da cadeia produtiva – fabricação de instrumentos musicais – até a comercialização de discos, passando pela importante etapa de produção musical. Abaixo estão listadas as classes de atividades consideradas para o setor:

- 32.20-5: Fabricação de instrumentos musicais
- 47.56-3: Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
- 59.20-1: Atividades de gravação de som e de edição de música
- 47.62-8: Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas

Na classe 32.20-5 consideram-se as atividades ligada à fabricação de instrumentos musicais e outros acessórios para percussão, excluindo a fabricação de instrumentos de brinquedo e de microfones e alto-falantes. Considera-se também a comercialização em varejo destes instrumentos e de materiais musicais impressos (cifras e partituras). A classe das atividades de gravação de som e de edição de música abrange um ramo amplo de serviços, como a gravação de matrizes originais, a mixagem e a masterização de faixas musicais; a reprodução, promoção e distribuição de composições musicais no comércio; e o registro e cessão de direitos autorais para reprodução de

composições musicais. Por fim, inclui-se a etapa final da cadeia produtiva da música, a comercialização de discos, CDs, DVDs e fitas.

A disponibilização de música através da internet, entretanto, não está incluída nesse segmento, pois não está discriminada na CNAE 2.0 de outras atividades de distribuição *online* de conteúdo. Estas estão integradas sob o código 63.19-4 e compõem o segmento Cultura Digital. Também estão excluídos do setor Música os serviços de mixagem sonora para filmes, vídeos e programas de televisão, que constam na classe 59.12-0 no setor Audiovisual.

Editorial

O segmento Editorial constitui um importante pilar para a difusão de conhecimento e informação acerca das mais diversas áreas, por abranger as atividades ligada às agências de notícias e a circulação de livros, jornais e revistas – desde a sua edição até a comercialização em varejo. Estas são as classes de atividades incluídas no segmento:

- 58.11-5: Edição de livros
- 58.12-3: Edição de jornais
- 58.13-1: Edição de revistas
- 58.21-2: Edição integrada à impressão de livros
- 58.22-1: Edição integrada à impressão de jornais
- 58.23-9: Edição integrada à impressão de revistas
- 63.91-7: Agências de notícias
- 47.61-0: Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
- 46.47-8: Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações

O conjunto de atividades do segmento agrega o processo de seleção de conteúdos e a supervisão da sua preparação para publicação – sob as formas impressa e digital. A edição de livros (58.11-5) inclui também a gestão de

direitos autorais sobre obras literárias. Não faz parte do setor a impressão de materiais sob contrato. Consideram-se agências de notícias aquelas cuja função é a coleta, síntese e difusão de conteúdo para os meios de comunicação. As atividades de escritores, fotógrafos e jornalistas independentes, no entanto, não estão incluídas em Editorial, pois fazem parte do segmento Educação e Criação em Artes.

Publicidade

O segmento de Publicidade compreende o conjunto de atividades profissionais dedicadas à difusão pública de empresas, produtos ou serviços. Incluem-se neste setor as seguintes atividades:

- 73.11-4: Agências de publicidade
- 73.12-2: Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
- 73.19-0: Atividades de publicidade não especificadas anteriormente

O segmento está representado pelos três códigos que classificam diretamente tal atividade, listados acima. Ficam excluídos, por exemplo, pesquisas de mercado e opinião (73.20-3), a impressão de material publicitário (18.13-0) e a produção de filmes com fins publicitários (59.11-1). Esta última integra o segmento Audiovisual. Da mesma forma, a operação de páginas de publicidade na internet, já incluída no segmento da Cultura Digital, e os serviços de design gráfico, já incluídos no segmento de Arquitetura e Design, ficam de fora do segmento Publicidade. O agenciamento de espaços para publicidade compreende o aluguel e revenda de espaços físicos para publicidade, como outdoors e painéis em metrôs. Fica excluído o agenciamento de espaços publicitários em veículos de comunicação, cujas receitas são contabilizadas no segmento Editorial.

Patrimônio

O segmento de Patrimônio congrega todas as atividades ligadas à preservação e à exploração do patrimônio histórico-cultural e ambiental, divididas nas seguintes classes:

- 91.01-5: Atividades de bibliotecas e arquivos
- 91.02-3: Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
- 91.03-1: Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental

Os dados relativos a bibliotecas e arquivos (91.01-5) incluem as atividades de documentação e informação de bibliotecas e salas de leitura, áudio ou projeção destinadas a servir o público em geral; catalogação de coleções, empréstimo e armazenamento de livros, mapas, periódicos, revistas, fitas de vídeo, DVDs, e obras de arte; recuperação de informação e armazenamento de fotos e filmes. Também são consideradas as atividades de todos os tipos de museus (91.02-3). Além disso, o segmento inclui as atividades de exploração, restauração e conservação de prédios históricos e outros locais de interesse cultural (91.02-3). Por fim, incluem-se também as atividades de gestão de reservas do patrimônio ambiental (91.03-1).

Educação e Criação em Artes

Os elementos pertinentes à formação do conhecimento são importantes para a capacitação e difusão por parte dos agentes culturais em suas áreas de atuação. Assim, o segmento de Educação e Criação em Artes compreende a atuação das instituições que oferecem cursos independentes ligados ao ensino da dança, aprimoramento dos recursos expressivos como a voz, o corpo, o movimento e o gesto, de instrumentos musicais ou canto e ao conjunto de outras atividades ligadas à arte e à cultura, tais como artesanato, pintura, escultura, etc.

A criação artística, como atividade econômica, está incluída no segmento Educação e Criação em Artes. Nela está inserido o trabalho de artistas plás-

ticos, dos criadores de desenho animado, dos escritores (de qualquer tipo), jornalistas independentes e de restauradores (exclusivamente de obras de arte, como quadros e esculturas). Adiciona-se a estas atividades a fotografia (74.20-0), que constitui segmento próprio. Abaixo estão listadas as classes de atividades incluídas no segmento:

- 74.20-0: Atividades fotográficas e similares
- 90.02-7: Criação artística
- 85.92-9: Ensino de arte e cultura
- 85.93-7: Ensino de idiomas

As atividades de apresentação ao vivo de grupos e companhias de teatro e de bandas musicais, como já mencionado, fazem parte do segmento Artes Cênicas e Espetáculos, não sendo incluídas no segmento de Educação e Criação em Artes. Referente ao ensino, está presente o de tipo artístico/cultural e o de idiomas, excluindo-se de ambos a educação de nível superior.

Entretenimento

O segmento do Entretenimento inclui as atividades de recreação e lazer, incluindo a fabricação de brinquedos e jogos e as atividades de parques de diversão. As classes segundo a CNAE 2.0 que foram incluídas no segmento são:

- 93.21-2: Parques de diversão e parques temáticos
- 93.29-8: Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente
- 32.40-0: Fabricação de brinquedos e jogos recreativos

Os parques de diversão (93.21-2) incluem parques aquáticos e parques temáticos. Os espetáculos circenses não fazem parte desta classe, e são incluídos no segmento de Artes Cênicas e Espetáculos. A classe de atividades de lazer em geral (93.29-8) reúne um grupo amplo de atividades. Inclui-se a exploração de uma série de estabelecimentos, como danceterias e boates, *lan houses* e outros estabelecimentos de jogos eletrônicos, estabelecimentos de

boliche, estabelecimentos de jogos de sinuca e bilhar. Além disso, considera-se a locação de transportes recreativos, como embarcações, charretes, bicicletas, trenzinhos para passeios turísticos e outros; incluindo também a operação de infraestrutura destes transportes, como marinas, garagens e atracadores. Outros serviços, como aquários e recreação infantil, também estão inseridos nessa classe.

Acrescenta-se aos serviços elencados acima a fabricação de brinquedos e jogos, que vão desde jogos de tabuleiro a jogos eletrônicos, passando pela fabricação de mesas de sinuca, por exemplo. Não consta a fabricação de aparelhos de *videogame*, a qual é classificada em meio à fabricação de dispositivos de reprodução de áudio e vídeo de maneira geral (Classe CNAE 2.0 26.40-0). Isso explica porque o desenvolvimento de jogos digitais não está colocado de forma mais precisa no Atlas: falta uma melhor separação na CNAE 2.0 que destaque o setor. Reforça-se aqui a necessidade de retomar a discussão sobre a CSC para possibilitar uma mensuração mais precisa da economia da cultura no Brasil.

SELEÇÃO DE VARIÁVEIS

Esta seção tem por objetivo apresentar as variáveis selecionadas para fomentar a análise proposta nos capítulos seguintes, bem como seus critérios de escolha, visto que a publicação em texto não tem a competência de abarcar todos os dados construídos pelo Atlas Econômico da Cultura Brasileira. As informações que compõe o Atlas como um todo[8] estão sintetizadas na Tabela 2.1, e poderão ser acessadas por agentes do setor, formuladores de políticas públicas, pesquisadores, dentre outros, por meio da plataforma disponível online.

[8] O detalhamento das variáveis, quanto à metodologia e desagregações, pode ser consultado no Apêndice A e B desta publicação.

Tabela 2.1 – Variáveis do Atlas Econômico da Cultura Brasileira por eixo

Variáveis dos Eixos do Atlas			
Empreendimentos Culturais	Mercado de Trabalho	Fomento Público	Comércio Internacional
Número total de empresas	Total de ocupados	Financiamento público total	Comércio externo
Participação das empresas culturais e criativas no total de empresas	Participação no emprego total	Consumo via vale-cultura	Participação no comércio exterior total
Variação no total de empresas	Remuneração média	Agentes do vale-cultura	Relação com o valor adicionado pela cultura
Receita total bruta	Remuneração por hora trabalhada	Financiamento pelo BNDES	Razões de concentração (C2/C4) do comércio externo
Receita operacional líquida	Jornada de trabalho média	Valor total dos incentivos privados	IHH (Índice Herfindahl-Hirschman) de concentração do comércio externo
Custo	Massa de rendimentos do trabalho	Valor total dos incentivos das empresas estatais	Índice de quantum do comércio externo
Lucro	Razão entre a massa de rendimentos do trabalho e o valor adicionado	Percentual de recursos privados no total financiado via mecenato	Índice de preços do comércio externo
Valor adicionado	Razão entre os salários pagos e o custo total	Participação do financiamento público total no valor adicionado	Quantidade física transacionada
Valor adicionado / PIB	Razão de concentração do emprego cultural e criativos (C4)	Participação do financiamento público total na massa salarial	Índice de rentabilidade das exportações
Índice de concentração de Herfindahl-Hirschman (IHH – Empresas)	Razão de concentração da massa de rendimentos do trabalho (C4)	Participação da despesa com cultura nas contas públicas federais	

Índice de concentração de Herfindahl-Hirschman (IHH – Valor adicionado)	IHH (Índice Herfindahl-Hirschman de concentração) do número de trabalhadores	Total das propostas de projetos de financiamento cultural	
Razão de concentração – C4 empresas	IHH (Índice Herfindahl-Hirschman de concentração) da massa de rendimentos do trabalho	Total dos projetos de financiamento cultural efetivamente fomentados	
Razão de concentração – C4 valor adicionado		Tempo médio de aprovação dos projetos de financiamento cultural	
		Razão entre o total solicitado pelos projetos e o valor efetivo aprovado	
		Índice razão para concentração dos incentivos fiscais (C4)	
		Índice Herfindahl-Hirschman para concentração dos projetos fomentados	
		Fomento público estadual à cultura	

Fonte: elaboração dos autores.

Considerando que não seria possível construir uma análise aprofundada, integrada e parcimoniosa de mais de cinquenta variáveis, optou-se, no âmbito, da presente publicação física, por selecionar um grupo represen-

tativo de variáveis em cada um dos quatro eixos do Atlas. Tendo isso em vista, a seleção das variáveis analisadas na presente publicação baseou-se nos seguintes critérios: (i) relevância da informação para agentes do setor; (ii) potencial de divulgação da relevância econômica direta dos SCC junto ao conjunto da sociedade brasileira; e (iii) capacidade de construir análises que conectem os diferentes eixos, gerando um panorama a respeito da contribuição direta dos SCC para a economia brasileira. Considerando tais critérios fundamentais, os quatro capítulos subsequentes trazem análises baseadas nas variáveis da Tabela 2.2.

Tabela 2.2 – Variáveis selecionadas para publicação em cada eixo

Variáveis Selecionadas dos Eixos			
Empreendimentos Culturais	Mercado de Trabalho	Fomento Público	Comércio Internacional
Número total de empresas	Total de ocupados	Financiamento público total	Comércio externo
Participação das empresas culturais e criativas no total de empresas	Participação no emprego total	Consumo via vale-cultura	Participação no comércio exterior total
Valor adicionado	Remuneração média	Agentes do vale-cultura	
Receita bruta total	Massa de rendimentos do trabalho	Financiamento pelo BNDES	
Custo		Fomento público estadual à cultura	

Fonte: elaboração dos autores.

As variáveis analisadas em cada eixo podem ser cruzadas, de forma a mostrar as relações entre as diferentes dimensões econômicas do Atlas. Por exemplo, a relação entre o valor adicionado pelos SCC e o PIB; valor adicionado por trabalhador; relação entre massa de rendimentos do trabalho e valor adicionado; participação do financiamento público total no valor adicionado pelas atividades culturais; participação do valor total bruto em fomento à cultura na massa salarial das atividades culturais; participação da despesa em cultura nas contas públicas; relação entre comércio exterior da cultura e o investimento público em cultura. Esses cruzamentos são disponibilizados no capítulo de fechamento do Atlas.

REFERÊNCIAS

BAKHSHI, H.; FREEMAN, A.; HIGGS, P. **A dynamic mapping of the UK's creative industries**. Londres: Nesta, 2013. Disponível em: <https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a_dynamic_mapping_of_the_creative_indusindus.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2016.

CAB – CONVENIO ANDRÉS BELLO. **Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica**. Consolidación de un manual metodológico para la implementación. Colômbia, 2009.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO (UNCTAD). **Creative economy report 2010**: creative economy – a feasible development option. Geneva: UNCTAD, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.

_____. **Creative industries economic estimates**: January 2016. 2016. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf>. Acesso em: 12 out. 2017.

CENTRO DE ESTUDOS INTERNACIONAIS SOBRE GOVERNO (CEGOV). **Produto 1**: Revisão de modelos existentes e contribuições teóricas para a conta satélite de cultura, fundamentando opções metodológicas. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT. **Creative industries economic estimates january 2014**: statistical release. Londres: DCMS, 2014. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf>. Acesso em: 07 out. 2016.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class, revisited**. Nova York: Basic Books, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sistema de Contas Nacionais –** Brasil 2010-2014 – referência 2010. Tabelas Completas. Disponível em: < http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasnacionais/ 2014/defaulttab_xls.shtm. Acesso em: 20 dez. 2016.

_____. **Produto Interno Bruto dos Municípios 2010 – 2015**. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Produto Interno Bruto dos Municípios. Disponível em: < https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pib-munic/tabelas> . Acesso em: 28 jun. 2018.

_____. **Pesquisa Anual de Serviços – 2015**. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Pesquisa Anual de Serviços. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pas/tabelas>. Acesso em: 28 jun. 2018.

_____. **Pesquisa Anual de Comércio – 2016**. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Pesquisa Anual do Comércio. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pac/tabelas/brasil/2016>. Acesso em: 28 jun. 2018.

_____. **Pesquisa Industrial Anual – Empresa – 2016**. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Pesquisa Industrial Anual – Empresa. Disponível em:<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pia-empresa/tabelas/brasil/2016>. Acesso em: 28 jun. 2018.

_____. **Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)**. Comissão Nacional de Classificação (CONCLA). Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em:< https://concla.ibge.gov.br/classificacoes/por-tema/atividades-economicas/classificacao-nacional-de-atividades-economicas>. Acesso em: 07 jan. 2018.

_____. **Sistema de informações e indicadores culturais**: 2007-2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em:< https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=282191>. Acesso em: 07 jan. 2018.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL (MTPS). **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. Base de dados. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>. Acesso em: 02 jun. 2018.

OLIVEIRA, J. M.; ARAÚJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Texto para discussão 1880 IPEA. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: < http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2016.

OULTON, N. **The Measurement of Output and Prices In the Service Sector**. 1999. Disponível em: <http://www.euklems.net/workpackages/oulton_measurement_in_services.pdf> Acesso em: 22 fev. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **2009 UNESCO framework for cultural statistics**. Quebec: UNESCO Institute for Statistics, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries**: 2015 revised edition. Geneva: WIPO, 2015. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2016.

SÁNCHEZ, Tatiana. SIQUEIRA, Joana. BEDRAN, Cesar. PINTO, Gabriel Bichara Santini. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**: os profissionais criativos no cenário de crise. In: VALIATI, L., FIALHO, A. L.N. (Org.) Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I. Porto Alegre:UFRGS Editora, 2017.

SEC-MINC. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. – Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. P. 125-128.

THROSBY, D. **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

_____. **The concentric circles model of the cultural industries**. Cultural Trends, Oxfordshire, v. 17, n.3, p. 147-164, set. 2008.

UNCTAD. **Creative economy report 2008**. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards informed policy-making. U.N., 2008.

UNCTAD. **Creative economy report 2010**. Creative economy: a feasible development option. U.N., 2010.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Creative economy report 2013**. Paris: UNESCO, 2013.

VALIATI, L., FIALHO, A. L. N. (Org.) **Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira:** Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

VALIATI, L., MIGUEZ, P., CAUZZI, C., SILVA, P. P.; **Economia Criativa e da Cultura**: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. In: VALIATI, L., FIALHO, A. L.N. (Org.) Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

Cap. 3

EIXO 1: EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E CRIATIVOS

Marcelo Milan, Pedro Romero Marques, Pedro Perfeito da Silva,
Eduardo Rodrigues Sanguinet, Artur Weismann

Este capítulo tem como objetivo a apresentação e interpretação dos dados relativos ao primeiro eixo de análise proposto no *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*: os empreendimentos culturais e criativos. Procura-se, em termos mais específicos, mostrar a situação e as tendências recentes que caracterizam esses empreendimentos no Brasil, tendo como base a avaliação de dados que permitem uma ilustração ampla das condições econômicas dos SCC. Essas variáveis – número total de empresas dos SCC, relação entre o número de empresas dos SCC e o total de empresas do país, receita bruta, custo total e valor adicionado pelos SCC – são apresentadas para o período entre 2007 e 2019 (ou 2018, a depender da disponibilidade dos dados) e discutidas de forma a compreendê-las como parte de um contexto mais amplo, condicionado pela realidade econômica nacional e pelas tendências estruturais da economia global.

Nesse sentido, explicita-se aqui a principal questão abordada por este capítulo, a qual serve de guia para pensar a evolução dos SCC no Brasil, tanto

em termos de políticas públicas a serem implementadas, e avaliação daquelas em vigor, quanto de oportunidades econômicas a serem vislumbradas no futuro. Percebe-se, como resultado da transição tecnológica que marca a era digital, e da reorganização da produção em um contexto pós-industrial, pelo menos no mundo ocidental, indícios de uma mudança estrutural a partir da identificação do crescente papel desempenhado por importantes segmentos dos SCC na economia brasileira. Assim, novos segmentos associados à fronteira tecnológica e à economia de serviços (cultura digital, artes cênicas e espetáculos, educação e criação em artes e publicidade) aparecem como tendências relevantes da indústria cultural e criativa brasileira. Ao mesmo tempo, essas transformações permitem avaliar, em termos comparativos, o dinamismo das atividades culturais e criativas mais consolidadas (audiovisual, editorial, etc.). Esse movimento de inovação e mudança estrutural mais amplo, todavia, deve ser avaliado considerando a contínua relevância dos setores econômicos tradicionais em termos de métricas como o tamanho do mercado, número de empresas e valor adicionado, o que permite qualificar melhor a importância da indústria criativa e cultural ao longo do período analisado.

Antes disso, no entanto, é preciso identificar como os contextos econômico-produtivos global e nacional influenciam as condições de reprodução das indústrias culturais e criativas ao longo do período analisado. Para tanto, três fenômenos são discutidos: em primeiro lugar, o surgimento das tecnologias digitais na transição para o século XXI, que vem influenciando a direção do processo de inovação tecnológica, conforme discutido no capítulo 1, em uma economia cada vez mais interconectada em termos comerciais (capítulo 6 do Atlas), produtivos e financeiros; em segundo lugar, o processo de perda de importância relativa da indústria manufatureira nas economias maduras e concomitantemente a ampliação da chamada economia de serviços nas mesmas, que amplia o potencial dos SCC em termos de produção e consumo (também abordado no capítulo 1); e, por fim, a realidade econômica específica do Brasil nos anos 2000, caracterizada por um interregno de maior crescimento econômico, pela relativa desconcentração da renda e pela expansão do mercado interno. A partir da análise desses três fenômenos pode-se, finalmente, discutir o comportamento das variáveis selecionadas para a economia brasileira, cumprindo o objetivo de obter um panorama amplo acerca dos empreendimentos culturais e criativos no Brasil.

Tendo isso em vista, a primeira seção deste capítulo se dedica a uma breve discussão dos três fenômenos mencionados anteriormente. A segunda seção apresenta os resultados observados com relação ao número de empresas dos SCC, sua participação com relação ao total de empresas no Brasil e ao valor econômico que essas empresas adicionam à economia brasileira. Na terceira seção, a situação econômica desses setores é discutida, ou seja, são apresentados e comparados as receitas brutas e os custos dos SCC, ilustrando as atividades em que os potenciais de ganhos são maiores ou menores. Por fim, procura-se atentar para as variáveis anteriormente tratadas a partir de uma perspectiva geoeconômica do território brasileiro, mostrando os problemas de concentração regional dos empreendimentos criativos e culturais.

EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS E CULTURAIS NO BRASIL: CONTEXTOS GLOBAL E NACIONAL

Esta seção tem o objetivo de discutir, de forma não exaustiva, três fenômenos estruturais que são aparentemente condicionantes do desenvolvimento recente dos SCC no Brasil. Dois deles são mundiais, isto é, têm origem no processo de desenvolvimento econômico das economias desenvolvidas e se irradiam por meio fluxos produtivos, comerciais e tecnológicos, influenciando a realidade econômica e social do mundo inteiro. O terceiro, por sua vez, é nacional e remete às características conjunturais da economia brasileira. Uma vez compreendidos de forma conjunta, tais fenômenos podem elucidar o que se encontra nos fundamentos das tendências recentes apresentadas pelos empreendimentos culturais e criativos no Brasil.

O primeiro fenômeno a ser considerado, conforme discussão no capítulo 1, diz respeito à capacidade que a revolução tecnológica, representada pela difusão do processo de digitalização ocorrida no final do século XX, possui de alterar a maneira pela qual se organiza a produção econômica nas economias de mercado contemporâneas. Embora não consista no objetivo deste capítulo discorrer detalhadamente sobre a maneira pela qual a linguagem digital modifica o processo econômico-produtivo, é preciso reconhecer que seu potencial de amplificar a produtividade, de conectar distintas atividades e de aproximar diversas localidades provoca reações que incidem sobre

as formas de consumo das sociedades. Por exemplo, as preferências dos indivíduos são modificadas criando, por conseguinte, oportunidades que se apresentam às empresas e aos formuladores de políticas públicas para darem respostas a essas transformações.

Nesse sentido, a revolução digital possibilita o surgimento de uma nova configuração econômica, característica da transição para o século XXI: uma economia em que a capacidade de gerar ganhos de produtividade depende da habilidade de adquirir e dominar conhecimento e informação; em que a produção, o consumo e a distribuição ocorrem a partir de processos e utilizando fatores que estão distribuídos em uma escala global; e em que os agentes estão conectados via redes globais de interação, fundamentadas no intercâmbio de informações (CASTELLS, 2010). Essa economia – informacional, global e organizada em rede – se define pela importância que o conhecimento e a informação adquirem no sentido de orientar o processo de inovação tecnológica e garantir a redução dos custos de produção na medida em que se ampliam profundamente os ganhos com produtividade (VARIAN, 2001).

O que se verifica, portanto, é que a digitalização começou como um processo particular a certos bens específicos (inovação), passou pela formação de um setor econômico orientado para o provimento de soluções para a produção de outros setores (difusão); e culminou na sua afirmação enquanto processo fundamental do modelo de produção nas economias de mercado, isto é, como cerne do processo produtivo contemporâneo (generalização) (Mühleisen, 2018). O box 3.1 mostra como essas transformações afetaram o setor musical, e o box 3.2 efetua uma avaliação para um serviço do segmento Audiovisual. Esse novo paradigma possibilitado pela digitalização transformou a própria informação em um dos principais produtos do processo produtivo, isto é, fez com que as inovações tecnológicas fossem orientadas no sentido de produzir formas de processamento de informações ou dispositivos capazes de tornar tal atividade cada vez mais eficiente (CASTELLS, 2010; ZACKIEVICZ, 2015).

BOX 3.1 MÚSICA DIGITAL/*STREAMING*

A digitalização impactou profundamente a lógica de produção, distribuição e consumo da música. A revolução digital trouxe importantes desafios para o setor, como a pirataria e a queda nas vendas físicas de discos. Por outro lado, também é fonte de oportunidades. A digitalização tem impulsionado novos modelos de negócios, destacadamente o papel das agregadoras digitais, que atuam como intermediadores entre artistas e gravadoras independentes e as grandes distribuidoras virtuais[9]. A internet, através das redes sociais, também propicia novos espaços publicitários que atraem rendimentos para o setor da música, tanto pela divulgação dos próprios artistas quanto pela divulgação de outras marcas através das plataformas de conteúdo musical (como fazem Youtube e Spotify, por exemplo)[10]. Para que essas oportunidades beneficiem os artistas e demais trabalhadores da cadeia produtiva, é necessário ter um regime efetivo de proteção dos direitos autorais e conexos.

No Brasil, o surgimento de novas plataformas digitais para distribuição de músicas em áudio e em vídeo encontra um número de consumidores cada vez maior devido à expansão do acesso à internet e do número de *smartphones*. Uma pesquisa da IFPI mostrou que 85% dos respondentes brasileiros usavam seu *smartphone* para escutar música[11]. Segundo dados disponibilizados pela Pró-Música (antiga ABPD)[12], hoje em dia as vendas digitais compõem mais da metade das vendas totais do setor da música. A Figura 3.1 abaixo ilustra esse processo entre 2005 e 2015, com as vendas digitais se acelerando a partir de 2011.

As principais formas de vendas digitais são downloads de faixas ou álbuns pela internet, a compra de faixas através da telefonia móvel e o *streaming*. Este último é caracterizado por plataformas que oferecem a execução de muitas faixas em troca de uma assinatura ou da exibição de material publicitário. De acordo com a organização Pro-music, há nove empresas no Brasil que oferecem *streaming* por assinatura: Apple Music, Claro Música, Deezer, Google Play Music, Groove Music Pass, Napster, Spotify, Terra Musica e Tidal. Quatro empresas disponibilizam conteúdo gratuito condicionado a anúncios publicitários: Deezer, Spotify, VEVO e Youtube[13].

[9] Galuzska, P. (2015). Music Aggregators and Intermediation of the Digital Music Market. International Journal of Communication, 9, 254–273.

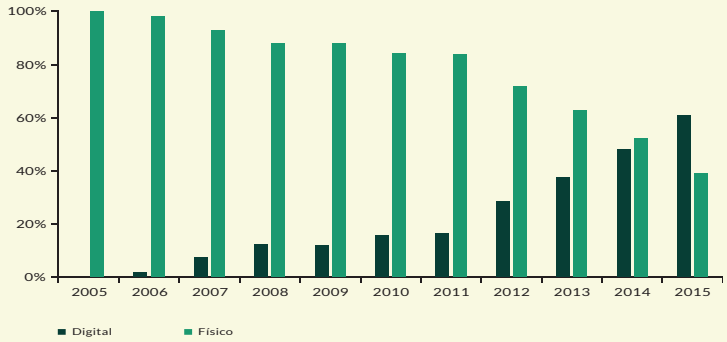
[10] Kabanda, P. (2016). Music for Development in the Digital Age.

[11] IFPI (2017). Music consumer insight report. Sept, 2017.

[12] Associação Brasileira dos Produtores de Disco (vários anos). Mercado brasileiro de música. Rio de Janeiro: ABPD.

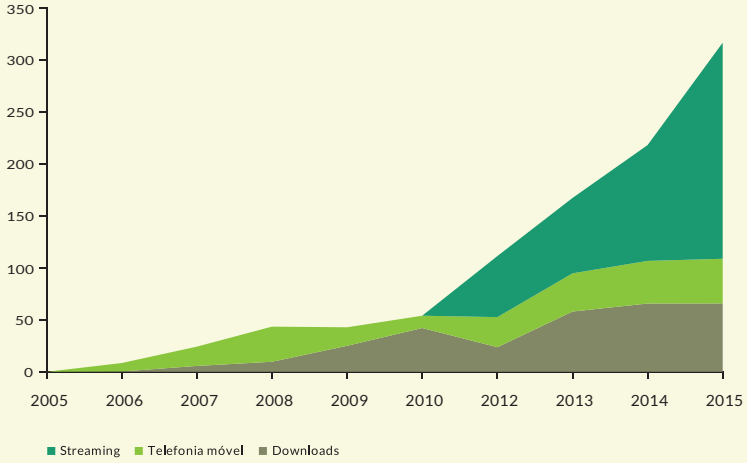
[13] Pro-music (2017). Legal music services. Disponível em: http://www.pro-music.org/legal-music-services-latin-america.php.

Figura 3.1 – Vendas totais de música, por formato (2005-2015)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em ABPD (vários anos).

Figura 3.2 – Receitas de vendas em formato digital (R$ milhões correntes)*



*Não há dados disponíveis para 2011.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em ABPD (vários anos).

A Figura 3.2 acima mostra as receitas totais das vendas digitais de música no Brasil, divididas nas três principais categorias. Em 2012 surgem as receitas advindas dos serviços de *streaming*, apresentando crescimento acelerado desde então. Em 2015, a receita do *streaming* cresceu 86% e chegou a cerca de R$ 208 milhões, frente a R$43 milhões de receita da telefonia móvel e R$ 66 milhões advindos de downloads na Internet.

BOX 3.2 VIDEO SOB DEMANDA (VIDEO ON DEMAND – VOD)

Assim como acontece com o setor da Música, a digitalização vem transformando a produção e o padrão de consumo de outros segmentos dos SCC no Brasil, como o Editorial e o Audiovisual. Com relação ao último, as novas tecnologias facilitam a criação e a transmissão de conteúdo audiovisual e colocam em foco o licenciamento do conteúdo em vez da posse de cópias físicas. Como consequência, nota-se, por exemplo, o crescimento expressivo de coproduções internacionais na última década, um fenômeno possibilitado pela digitalização[14]. No Brasil, também é perceptível a expansão acelerada de plataformas de vídeo sob demanda (VoD) associada ao avanço do acesso à internet banda larga no país[15].

O VoD tem como principal característica a possibilidade de interação bidirecional, ou seja, o usuário pode escolher a programação e o conteúdo que deseja assistir dentre o catálogo oferecido pelas plataformas virtuais[16]. O Brasil já conta com 44 serviços de VoD, entre aqueles por assinatura, transacionais, gratuitos, financiados por publicidade ou condicionados a outros serviços[17]. Em 2014 a Netflix, uma das principais empresas ofertantes de VoD por assinatura no mundo, foi o 37º website mais visitado no Brasil , possuindo à época uma estimativa de 2,2 milhões de assinantes[18].

Em uma pesquisa amostral sobre VoD realizada pela consultoria Nielsen, 21% dos entrevistados na América Latina utilizavam serviços online para consumir produtos audiovisuais[19]. Esse dado mostra que o mercado online ainda tem espaço para se desenvolver. Segundo estimativas da Statisa, a penetração do VoD no mercado

[14] Valiati, V. A. D., Zaffari, G. e Silva, P. P. (2017). Digitalização e Novas Tendências na Produção e no Consumo do Audiovisual. In: Valiati; Cunha; Cauzzi; Möller (Org.), Consumo de Audiovisual no Brasil. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV.

[15] Andrade, L. L., Cauzzi, C. L., e Araújo, L. V. L. (2017). A Cadeia Produtiva do Audiovisual: estruturas de mercado e padrões de consumo. In: Valiati; Cunha; Cauzzi; Möller (Org.), Consumo de Audiovisual no Brasil. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV.

[16] Valiati, V. A. D., Zaffari, G. e Silva, P. P. op. cit..

[17] Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (2017). Listagem de Serviços de Vídeo sob Demanda (VOD) disponíveis no Brasil. Publicado 15 mai. 2017 em <https://oca.ancine.gov.br/outras-midias>. Acesso em 07 jan. 2018.

[18] De Sá, V. M. M. (2014). Brazil: Netflix, VPNs and the 'paying' pirates. In: Ramón Lobato (Ed.), Theory on Demand. Disponível em: https://web2.mlp.cz/koweb/00/04/24/15/02/geoblocking.pdf#page=158. Acesso em 07 jan. 2018.

[19] Nielsen (2016). Vídeo Sob Demanda: como os hábitos de consumo de vídeo estão mudando o desenvolvimento do cenário mundial de mídia. 2016. Disponível em: <http://www.nielsen.com/ content/dam/corporate/Brasil/reports/2016/EstudoGlobal_VideoSobDemanda_PT.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

brasileiro é atualmente de 8,9%, podendo atingir até 11,9% em 2022[20]. A Figura 3.3 abaixo mostra a estimativa de usuário para cada tipo de serviço nos próximos anos. Os dados corroboram a visão apontada em estudo anterior[21] de que a maioria dos espectadores parece usar os modelos de *streaming* como complemento aos serviços tradicionais de TV paga. Com relação à receita proveniente dos serviços de VoD, os valores da receita anual entre 2010 e 2014 podem ser conferidos no na Figura 3.4. No estudo PwC Global Entertainment and Media Outlook, foi estimado o valor de US$ 398,9 milhões para o ano de 2015 para o Brasil[22]. Outra pesquisa realizada pela Statisa indica que a receita anual estimada do VoD seria de US$ 204 milhões em 2016 e US$ 255 milhões em 2017. A Statisa prevê ainda um crescimento anual real do setor de 9,5% para os próximos anos, podendo chegar a US$ 435 milhões em 2022[23].

As informações sobre o mercado de VoD no Brasil ainda são limitadas e não possibilitam análises mais detalhadas. É possível que essa situação se modifique quando o setor estiver consolidado e melhor regulamentado, tendo em vista que a aquisição, organização e publicação de dados do audiovisual no Brasil são funções desempenhadas por órgãos reguladores, especialmente a Agência Nacional do Audiovisual (Ancine)[24]. Ainda assim, os dados apresentados indicam um setor ainda em transformação e com elevado potencial de crescimento.

[20] Statista (2017). VoD Research. Disponível em: <https://www.statista.com/outlook/201/115/video-on-demand/brazil#>. Acesso em 07 jan. 2018.

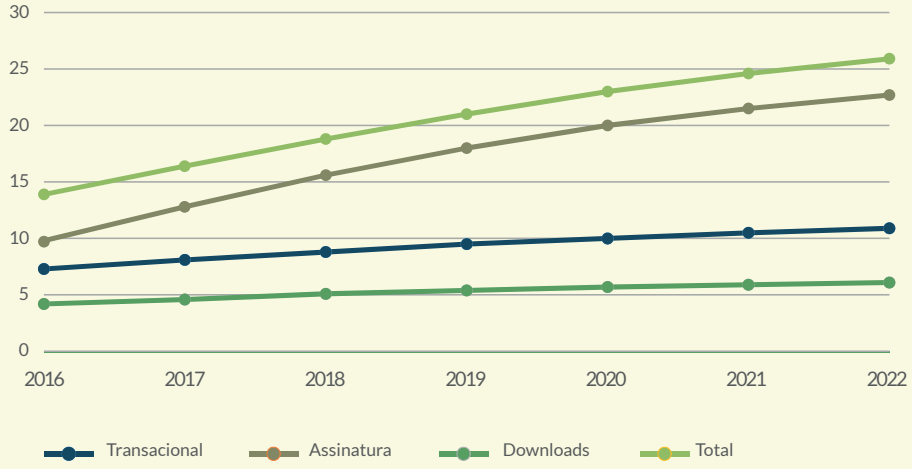
[21] Valiati, V. A. D., Zaffari, G. e Silva, P. P. op. cit..

[22] Motion Picture Association America Latina – MPA-AL (2016). O Impacto Econômico do Setor Audiovisual Brasileiro. Disponível em: <http://www.mpaamericalatina.org/wp-content/uploads/2016/10/mpa_sicav_2016.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2017.

[23] Statisa. op. cit..

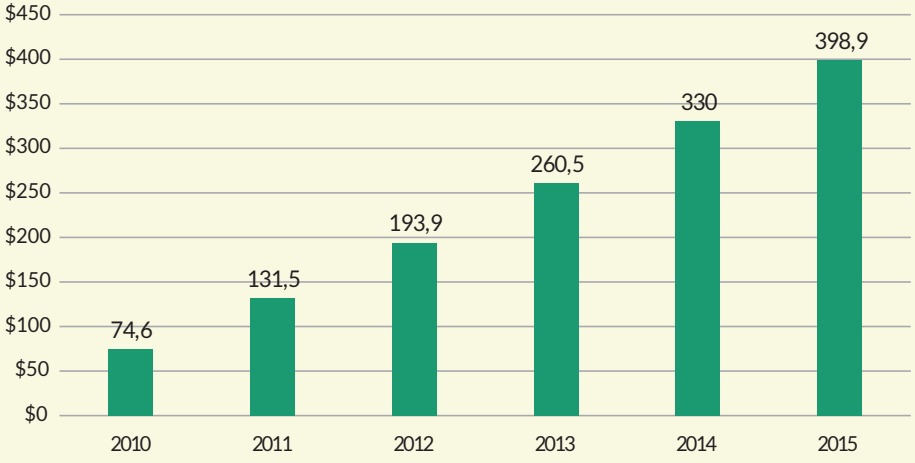
[24] Valiati, V. A. D., Zaffari, G. e Silva, P. P. op. cit..

Figura 3.3 – Estimativa de usuários de VoD no Brasil (em milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com dados da Statisa (2017).

Figura 3.4 – Receita estimada dos serviços de VoD no Brasil (US$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT a partir do estudo PwC Global Entertainment and Media Outlook, reproduzido por MPA-AL (2016).

Os efeitos dessa mudança de paradigma são definidores da forma como os SCC passam a ser enxergados em um novo contexto de produção e consumo. Cada vez mais global, informacional e interconectada, a estrutura econômico-produtiva do século XXI possibilita que novos setores e novas indústrias surjam como contraponto às grandes empresas estabelecidas na era da produção em massa, padronizada. As tecnologias informacionais permitem, ao ampliar as possibilidades de fluxo de conhecimento, que o progresso técnico se espalhe de maneira mais rápida e horizontal, potencializando o surgimento e o crescimento de pequenas empresas. Nesse sentido, os SCC tendem a se beneficiar, como indica Allen (2001). Esse cenário tende a reduzir a necessidade de economias de escala característica das indústrias baseadas no paradigma da produção padronizada e em massa, a partir de grandes investimentos em estruturas e equipamentos (capital fixo), como é o caso da indústria automobilística. Ao mesmo tempo, essa mudança encoraja um aprofundamento na divisão técnica do trabalho, mas, ao mesmo tempo, intensificando o papel das economias de aglomeração, isto é, da capacidade de pequenas empresas de se articularem em núcleos ou *clusters* a partir de suas demandas por insumos especializados. Com efeito, conforme já apontado por Anderson e Tushman (1986), toda mudança tecnológica disruptiva tem o poder de destruir ou aprimorar as capacidades das firmas de determinado setor, gerando novas oportunidades com impactos necessariamente imprevisíveis.

Nesse contexto, a nova estrutura em rede que resulta da organização das cadeias produtivas é potencializada, por exemplo, pela existência da rede mundial de computadores (internet), que serve enquanto ponte de aproximação entre produtores e consumidores, reduzindo a necessidade de canais intermediários de mediação. Assim, amplia-se o número de consumidores e produtores e aumentam as possibilidades expressas pela demanda e pela oferta de indústrias culturais e criativas, bem como alarga-se o acesso, por parte dos consumidores, aos produtos desejados (ALLEN, 2001). Mais do que isso, com a emergência de padrões de criação compartilhada entre produtores e consumidores, altera-se mesmo a essência da relação entre essas duas partes (POTTS et al., 2008; DOWBOR, 2013).

Por fim, ressalta-se ainda o efeito que essas modificações estruturais produzem sobre os custos de produção e distribuição (NELSON, 1995). Ao serem reduzidos, por um lado, ampliam os retornos econômicos das grandes empresas

e dos setores econômicos tradicionais, com seus elevados estoques de capital fixo; por outro, diminuem as limitações de entrada para os produtores menores, dada a menor necessidade de grandes aportes de capital pelo barateamento dos processos produtivos, possibilitando melhores condições de criação e entrada de novas firmas no mercado (STORPER, 1994; ALLEN, 2001; LEMOS, 2017; ANDERSON; TUSHMAN, 1986). Por exemplo, uma nova compositora musical não depende mais de grandes gravadoras de discos para alavancar suas vendas, tendo canais alternativos de produção e distribuição eletrônica, com acesso a um público não mais limitado por barreiras físicas e geográficas.

Uma vez entendida a questão da revolução econômica provocada pela era digital, importa atentar para o segundo fenômeno mencionado, que se encontra fortemente associado ao primeiro, e que indica como ocorreu a ressignificação da cultura e da criatividade de maneira a constituir o que hoje chamamos de SCC. Da forma como são entendidos hoje, os SCC são, na verdade, consequências das mudanças na estrutura de produção que possibilitam alternativas ao modelo fordista de produção, voltado à exploração de economias de escala pela padronização e mecanização, que por sua vez deriva da expansão da tecnologia informacional, que flexibiliza os processos produtivos e de consumo, permitindo maior customização.

A afirmação das indústrias culturais e criativas ocorreu, portanto, como alternativa a um padrão de consumo fundamentado em bens padronizados e produzidos em massa, que caracterizaram o padrão de consumo até a década de 1970 nos países europeus e nos Estados Unidos. Esse processo aconteceu na medida em que essas economias atingiram um grau de desenvolvimento da sua estrutura produtiva e passaram, a partir de então, a experimentar mudanças que historicamente se mostraram características de estruturas econômicas avançadas: a transição para uma economia de serviços, com a perda de importância relativa (participação no PIB, por exemplo), da indústria manufatureira, assim como ocorrera com a agricultura décadas antes. Essa redução do peso relativo das atividades industriais tradicionais na produção total de uma economia, se deu nos países centrais a partir da transferência daquelas indústrias para regiões periféricas do globo, principalmente na Ásia. Estando garantido o influxo de renda advindo desse processo de transferência, abriu-se espaço para o desenvolvimento de novos setores na economia doméstica (ROWTHORN; RAMASWAMY, 1997; VALIATI ET AL, 2017).

Essa mudança na estrutura econômico-produtiva somou-se às transformações sociais da época para dar origem às chamadas sociedades pós-industriais, em que a produção, associada ao processo de inovação tecnológica e ao despontar da revolução informacional, passou crescentemente a enxergar na cultura e na criatividade potenciais fontes de valor. Tem-se, como resultado, a reorientação dos padrões de consumo e, assim, a adequação da produção e circulação de bens e serviços de forma a suprir essas novas demandas específicas. Nesse contexto, a criatividade e a cultura tornam-se insumos e também produtos para consumo, passam a fazer parte dos hábitos dos cidadãos e consolidam-se, dessa forma, como setores formais das economias de mercado (POTTS, 2009).

É importante mencionar, todavia, que o processo de perda relativa de importância da indústria manufatureira aponta para uma maturidade da estrutura econômico-produtiva que não representa a realidade da economia brasileira. Ou seja, o Brasil não se encontra na fronteira tecnológica[25]. Isso não impediu, no entanto, que tal fenômeno e as contingências a ele associadas se manifestassem no Brasil, o que traz vantagens e limitações. Por um lado, tem-se uma economia ainda em desenvolvimento, mas que caminha em direção a uma estrutura pós-industrial, isto é, com perda de importância relativa da indústria no PIB e ampliação dos serviços, sem que tenham sido superadas limitações importantes com relação aos encadeamentos tecno-produtivos dentro e entre os diferentes setores da economia, e mesmo ao nível de renda e sua distribuição (CARNEIRO, 2008; CANO, 2014, NASSIF ET AL., 2015). Por outro, todavia, esse processo abre oportunidades para os novos setores, potencializa atividades como a economia criativa e da cultura e permite repensar estratégias de desenvolvimento alternativas aos modelos mais clássicos, fundados nos setores primário ou secundário.

Em se tratando do Brasil, podemos então discutir o terceiro fenômeno, a situação econômica do país ao longo da última década e suas consequências para os SCC. É importante entender se a combinação entre o crescimento econômico verificado até 2013 e as políticas públicas de fomento setorial possibilitou a ampliação das possibilidades de investimento das e nas indústrias

[25] A fronteira tecnológica pode ser definida como o estado mais avançado das técnicas produtivas conhecidas. Alcançá-la, e depois manter-se nela, exige um elevado volume de gastos com ciência e pesquisa e desenvolvimento (P&D).

criativas e culturais, com a expansão do consumo de bens produzidos por estes setores (VALIATI; FIALHO, 2017).

Parecem estar associados ao crescimento dos SCC até 2014 três fatores importantes dessa conjuntura: primeiro, a manutenção de um patamar mínimo de recursos disponíveis às pastas responsáveis por levar a cabo políticas públicas dirigidas aos SCC nos âmbitos federal, estadual e municipal (o financiamento público da cultura é objeto do capítulo 5 desse *Atlas*); segundo a expansão das políticas de incentivo ao crédito, que possibilitou o surgimento de novos empreendimentos em muitos setores de atividade econômica; e, finalmente, a expansão do consumo da produção doméstica e o crescimento da renda familiar disponível, que acelerou as vendas em muitos mercados, inclusive o mercado cultural e criativo (BIELSCHOWSKY, 2012). De acordo com o relatório apresentado pela Fundação Getúlio Vargas, houve um crescimento expressivo do orçamento público, nas três esferas, dedicado à cultura que, entre 2003 e 2013, apresentou taxas de incremento anual de 16%, superiores ao crescimento do orçamento total da união (SOUTO ET AL., 2015). O fortalecimento da política cultural pelo aumento dos recursos para financiamento até 2013, nas três esferas, ainda que menor do que a dotação de outras áreas, pode ter contribuído para o desenvolvimento de estratégias empresariais de médio e longo prazo para a consolidação de um SCC no Brasil. Por exemplo, a criação do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e do Vale-Cultura ilustram essas mudanças institucionais (AVES, 2014). O capítulo 5 do *Atlas* apresenta um quadro mais completo acerca do fomento público à cultura no Brasil.

Em termos de resultado, embora o consumo de bens produzidos pelos SCC seja ainda restrito, ele mostrou-se proporcional ao crescimento da renda e elevou-se ao longo da década de 2000 até 2013. As famílias passaram a consumir mais, principalmente bens complementares, que têm sua compra facilitada pela maior disponibilidade de crédito e pelo incentivo ao consumo, como aparelhos digitais (televisão, celulares, computadores etc.). O consumo de bens culturais específicos também aumentou, apontando para um crescimento, por parte das famílias, das visitas aos museus, exposições, teatro e shows (PAGLIOTO; MACHADO, 2012).

Como afirma Aves (2014), o aumento no consumo de bens culturais e criativos por parte das famílias brasileiras significou uma alteração na

demanda e no funcionamento dos mercados culturais, motivando mudanças na gestão, nas estratégias de captação de recursos, no planejamento de novos negócios, forçando, como consequência, um rearranjo da ação política e governamental no sentido de adequar-se às novas demandas por parte dos diferentes segmentos dos SCC.

A discussão acima converge para a necessária avaliação dos impactos microeconômicos dessas transformações. Do ponto de vista da oferta, o número de empresas e sua evolução é um aspecto chave a se considerar. Para além dos segmentos que compõem os SCC, é preciso considerar também mudanças na própria composição desses segmentos, identificando rearranjos subsetoriais na provisão de bens e serviços culturais e criativos com resposta a oportunidades criadas pela tecnologia e também no padrão de despesas dos consumidores. Da mesma forma, o valor adicionado é o resultado da combinação de insumos e da transformação dos mesmos em produtos finais ou intermediários e, portanto, também reflete elementos da oferta para a demanda existente. Ainda no plano microeconômico, aspectos da demanda, na forma das receitas brutas dos SCC, é igualmente relevante. As receitas refletem elementos do esforço competitivo das empresas em atrair consumidores como também de políticas públicas, como o Vale-Cultura já referido. Outras políticas, como os Pontos de Cultura, podem induzir demandas e assim influenciar segmentos das cadeias produtivas dos diferentes SCC, principalmente *Artes Cênicas e Espetáculos* e *Música*. Do lado da oferta, os custos das empresas culturais e criativas também são fundamentais para se ter uma primeira aproximação dos efeitos dessas mudanças sobre a oferta de bens e serviços culturais. Aqui novamente se tem elementos das estratégias empresariais em termos de seus insumos produtivos e também das políticas públicas de tributação, regulamentação e fomento, como o já mencionado FSA. Por fim, todos esses elementos se refletem em uma determinada configuração territorial. Mesmo que as novas tecnologias permitam a proliferação de mercados virtuais, a interação entre oferta e demanda não pode prescindir do espaço físico. A distribuição territorial da oferta, na forma de empresas e do valor que as mesmas adicionam à economia a partir de uma demanda também local, mas crescentemente regional, nacional e mundial, necessita ser explicitada. Todos esses elementos são discutidos nas próximas seções.

EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E CRIATIVOS: NÚMERO DE EMPRESAS, PARTICIPAÇÃO NACIONAL E VALOR ADICIONADO

Uma vez identificadas aspectos que parecem influenciar mais fortemente a dinâmica dos SCC nacional e globalmente, essa seção apresenta as variáveis centradas nas empresas culturais e criativas, como o número de empresas que compõem os SCC. Essa variável também é discutida de maneira desagregada, levando em consideração o porte das empresas dos SCC (micro, pequena, média e grande) e a composição de cada segmento em termos das atividades econômicas desenvolvidas e classificadas em termos da CNAE 2.0. Discute-se também a importância do setor em termos da participação que as empresas dos SCC possuem com relação ao total das empresas nacionais. A última variável discutida na seção é o valor adicionado (em R$) pelos segmentos e subdivisões. A partir da apresentação é possível comparar a relação entre o número e tamanho das empresas e o valor adicionado.

Para facilitar este tratamento específico dos dados, recordamos aqui a discussão metodológica acerca do conceito de economia criativa e da cultura, apresentado no primeiro capítulo. Uma vez que o termo remete tanto à produção de conteúdo cultural quanto à importância da geração de valor a partir do conhecimento e da inovação tecnológica, podemos propor que os SCC estão condicionados, em maior ou menor grau, por essa dualidade. Assim sendo, é plausível conceber que tanto mudanças nos padrões de consumo de bens e serviços culturais do lado da demanda quanto inovações tecnológicas específicas do lado da oferta tenham efeitos diferenciados sobre o dinamismo econômico dos SCC em termos de número de empresas, distribuição setorial das mesmas e agregação de valor. Esse reconhecimento nos permite, portanto, ao retomar os três fenômenos discutidos na segunda seção desse capítulo, indagar se alguns setores se beneficiaram dessas condições gerais de maneira mais acentuada do que outros, a depender da capacidade desses fatores de fomentar transformações capazes de potencializar a atividade em questão. Assim, é possível identificar o surgimento de setores altamente relacionados com os fenômenos discutidos na seção anterior, como a *Cultura Digital* e *Entretenimento* no caso dos jogos eletrônicos (games). Houve também mudan-

ças nos segmentos e subdivisões que conseguiram internalizar os ganhos com a inovação tecnológica, como *Música* e *Audiovisual* (Box 3.1 e Box 3.2). Por outro, há setores que aparentemente foram afetados de forma menos pronunciada, como *Educação e Criação em Artes*. Pesquisas microeconômicas adicionais, em especial na área de economia industrial, são necessárias para buscar respostas muitas dessas questões.

Um panorama geral das empresas dos SCC no Brasil

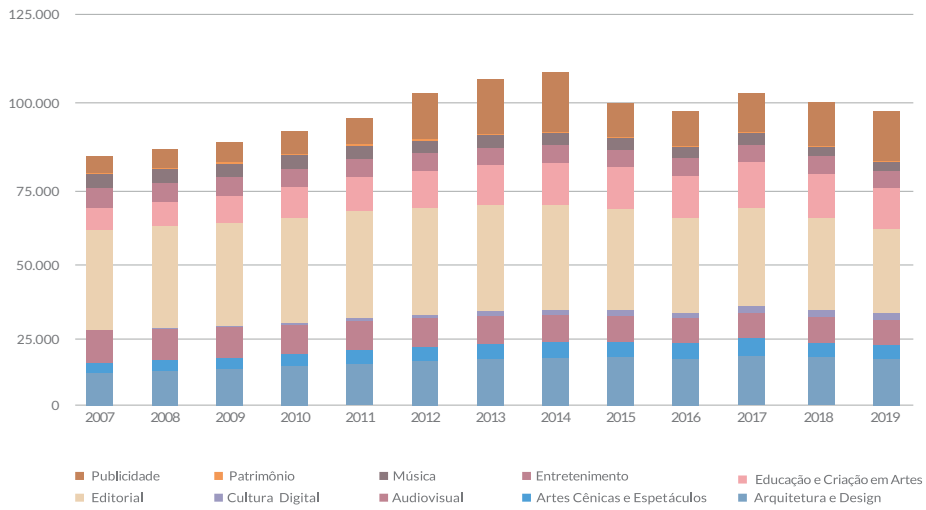
Em termos gerais, é possível afirmar que o período entre 2007 e 2019 correspondeu a uma expansão dos SCC em termos de número de empresas, que passou a ser composto por mais de 98 mil unidades em 2019, com pico de mais de 108 mil em 2014, em comparação com as quase 89 mil empresas identificadas em 2007. Esse crescimento, todavia, guarda certas especificidades que só podem ser analisadas a partir da desagregação dos dados coletados, as quais se encontram possivelmente relacionadas com os fenômenos discutidos na seção anterior.

O primeiro aspecto que merece destaque aqui é a quantidade absoluta das empresas de cada setor, independentemente de sua taxa de crescimento ao longo do período ou do valor adicionado em termos de unidades monetárias. O Gráfico 3.1 mostra que, dentre os SCC, o segmento *Editorial* é aquele que mais abarca unidades empresariais, constatação que se verifica para a totalidade do período analisado. O Quadro 3.1 resume a participação média anual de cada segmento no total de empresas dos SCC no intervalo considerado. A participação mediana anual não é muito diferente e não é apresentada. O Quadro 3.2 mostra como as principais medidas de posição ou tendência central (média e mediana) e de dispersão (desvio padrão) evoluíram no período analisado. O Quadro 3.3 apresenta as estatísticas descritivas da perspectiva de cada segmento dos SCC para o período, que reforça a ideia de elevada heterogeneidade entre os SCC, com segmentos com elevado número de empresas e outros com valores menores. O segmento de *Publicidade* apresenta a maior variação absoluta ao longo do período.

De certa forma, essa quantidade considerável no segmento *Editorial*, com uma média anual de 35,1 mil empresas no período, faz sentido se concebermos o grau de institucionalização dessas atividades: edição e impressão

de livros, revistas e jornais são processos antigos e possuem um papel já histórico no suprimento da demanda nacional. Tal fato explica o relativo reduzido dinamismo do setor em termos de criação de novas empresas. Se comparados os anos de 2007 e 2019, há um decréscimo de 19,5% no número de empresas, com um pico de expansão de 7,6% entre 2007 e 2011.

Gráfico 3.1 – Evolução do total de empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.1 – Participação média do número de empresas de cada segmento no total de empresas culturais e criativas (2007-2019)

Segmento	Participação Média
Arquitetura e Design	15,09%
Artes Cênicas e Espetáculos	4,81%
Audiovisual	9,75%
Cultura Digital	1,44%
Editorial	35,15%
Educação e Criação em Artes	12,51%
Entretenimento	6,38%
Música	4,27%
Patrimônio	0,40%
Publicidade	10,21%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.2 – Estatísticas descritivas – Número de empresas dos setores culturais e criativos (2007-2019)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Média	8.877	9.110	9.359	9.753	10.203	10.454	10.734	10.876	10.750	10.452	10.187	9.977	9.805
Mediana	6.484	6.718	6.954	7.384	7.856	8.087	8.179	8.057	7.733	7.515	7.229	6.912	6.700
Desvio Padrão	10.105	10.347	10.436	10.640	10.833	10.855	10.813	10.745	10.394	9.845	9.379	8.919	8.593

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

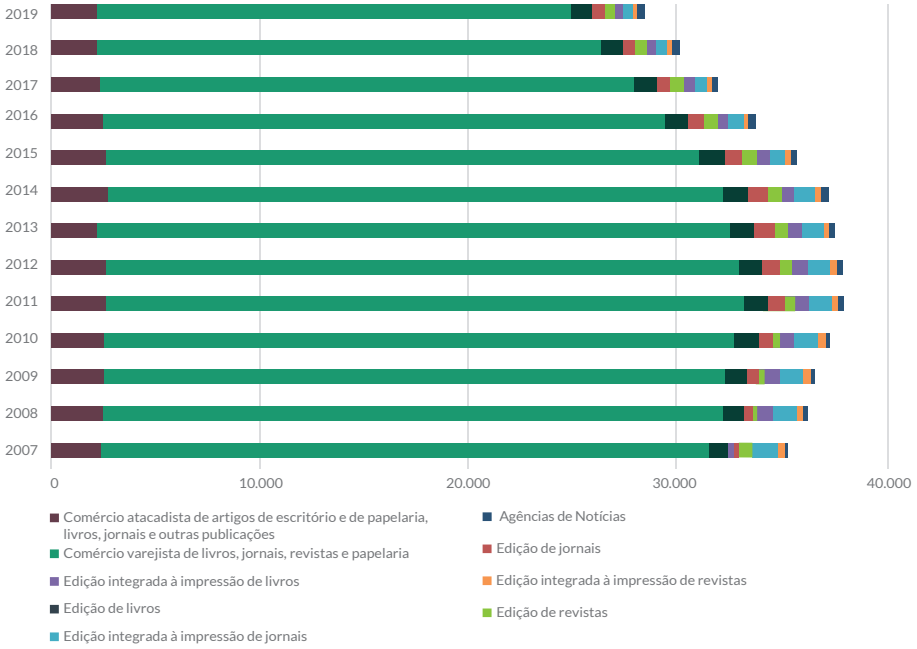
Quadro 3.3 – Estatísticas descritivas – Número de empresas dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	15.202	15.997	1.865
Artes Cênicas e Espetáculos	4.844	4.915	606
Audiovisual	9.717	9.982	1.145
Cultura Digital	1.472	1.457	910
Editorial	35.183	36.316	3.126
Educação e Criação em Artes	12.650	14.195	2.655
Entretenimento	6.370	6.376	429
Música	4.261	4.541	648
Patrimônio	398	396	17
Publicidade	10.315	10.682	2.833

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

O segmento *Editorial* pode ser entendido aqui como um setor tradicional na economia brasileira, isto é, um ramo que já se encontra expandido e capilarizado, como parecem indicar o número de empresas existentes e a pouca variação ao longo do período. Mesmo assim, dinâmica do setor se deve em parte à inserção das tecnologias digitais, uma tendência verificável globalmente, por exemplo, por meio da expansão dos *e-books* e das soluções digitais de leitura (MELLO et al, 2017). Além da heterogeneidade dentro dos SCC em seus dez segmentos (segmento de *Patrimônio* com média anual de 398 empresas no período), há diferenças significativas dentro de cada segmento. Como mostra a variação das atividades econômicas (CNAEs) especificamente identificadas com o setor *Editorial,* o decréscimo no número de empresas desde 2012 se deu também nos subsetores (Gráfico 3.2). Assim, enquanto empresas de edição de livros, jornais e revistas e agências de notícias tiveram incrementos variáveis entre o final e o início do período, o comércio varejista, a maior subdivisão dentro do *Editorial* com uma média anual de mais de 28 mil empresas, a edição integrada em geral e o comércio atacadista apresentaram decréscimos. Esse panorama também parece indicar a importância da inovação tecnológica da era digital: o crescimento ocorreu nos subsetores em que as plataformas digitais eram capazes de agregar potencial de expansão.

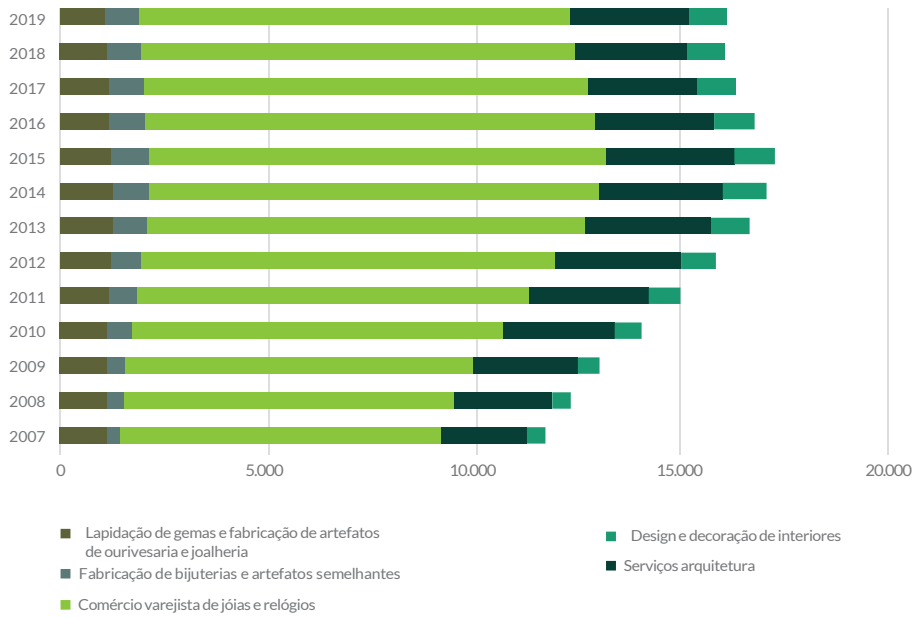
Gráfico 3.2 – Evolução e composição das empresas do segmento Editorial (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

O segundo maior segmento verificado na série histórica é o de *Arquitetura e Design*, com uma mediana anual de mais de 15 mil empresas. Diferentemente do *Editorial,* esse ramo apresenta uma expansão de mais de 37% se comparadas as quantidades de empresas existentes em 2007 e 2019. O Gráfico 3.3 mostra a evolução e a composição do segmento no período. Apesar de seu caráter contemporâneo, não se pode considerar *Arquitetura e Design* como um segmento novo, isto é, como uma manifestação que seja resultado dos processos de transformação da atividade produtiva na transição para o século XXI. Pelo contrário, assim como o *Editorial* e o *Audiovisual*, o setor está sujeito às transformações da era digital e das sociedades pós-industriais, mas está fundamentado em uma lógica produtiva e estética que antecede as inovações recentes, sendo por elas influenciada, mas não estruturada.

Gráfico 3.3 – Evolução e composição das empresas do segmento de Arquitetura e Design (2007-2019)



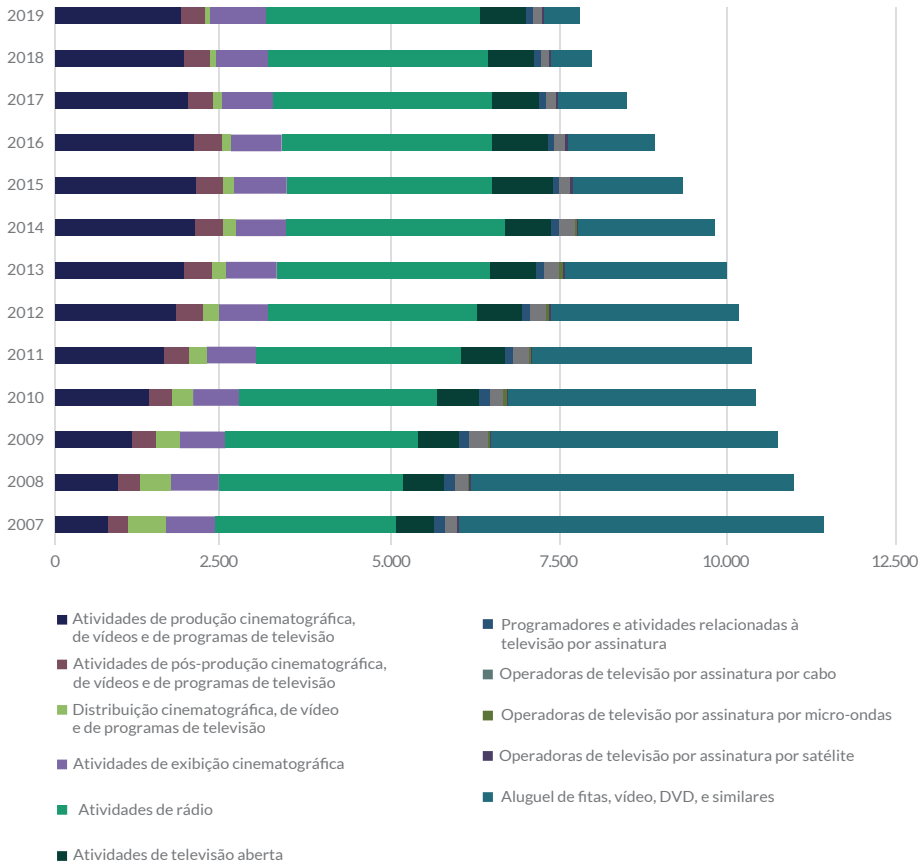
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Os subsetores mais dinâmicos são aqueles que incluem a Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes e Design e decoração de interiores. Muito mais do que um resultado do processo de digitalização, esse incremento nas empresas do segmento parece estar relacionado às condições de demanda da economia brasileira, isto é, ao terceiro fenômeno mencionado na primeira seção deste capítulo, com o posicionamento estratégico das empresas do segmento para responder a essa expansão. É perceptível, em termos de teoria econômica, a relação positiva que o consumo destes bens possui com o aumento da renda disponível para as famílias (bem superior, isso é, o consumo cresce mais rápido que a renda). Considerados bens não-essenciais, a expansão de seu consumo está sujeita à melhoria das condições econômicas, o que parece, nesse caso, estar na origem da expansão do segmento ao longo do período assinalado. Da mesma forma, as mudanças conjunturais desfavoráveis na economia brasileira a partir de 2015 parecem ter afetado negativamente a produção desses bens, com o decréscimo do número de empresas nesses últimos períodos da análise.

Ainda conforme expresso no Gráfico 3.1 percebe-se que dos dez setores considerados, metade deles reduziu de tamanho se comparados o início e o final do período analisado. São eles: *Entretenimento*, *Música*, *Patrimônio, Editorial* e *Audiovisual*. Ao atentar para os subsetores representados por esses cinco segmentos, vemos que, no caso do *Audiovisual,* uma causa da redução foi a queda no número de empresas de TV por assinatura e das operadoras de TV por assinatura por micro-ondas e por cabo, um fator que pode estar relacionado com o surgimento das plataformas de *streaming* e reprodução de vídeos online (ver Box 3.2). A subdivisão de Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão também experimentou queda considerável, de 557 empresas em 2007 para 87 em 2019. A maior subdivisão do segmento, contudo, é o serviço de Aluguel de fitas, vídeo, DVD e similares, com uma média anual de mais de duas mil empresas, tendo acima de cinco mil empresas em 2007 e cerca de quinhentas em 2019. Essa subdivisão foi certamente afetada pela revolução digital (Gráfico 3.4).

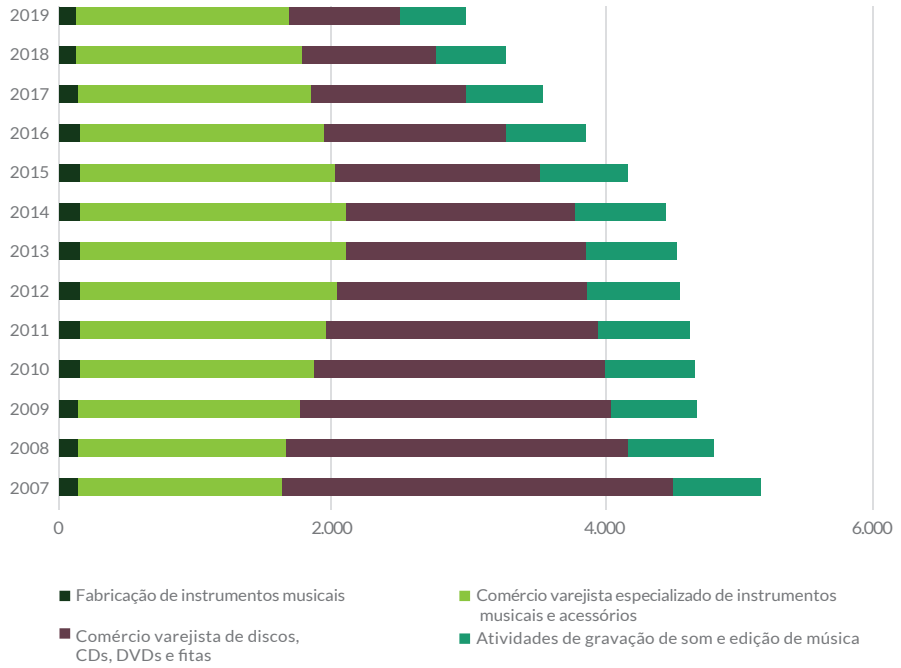
No setor *Música*, de forma similar, percebe-se que a redução ocorre majoritariamente no subsetor de Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas, a maior subdivisão do segmento, com média anual de um pouco mais de mil e setecentas empresas no período (Gráfico 3.5). Essa forte redução de mais de 70% (de mais de 2.800 empresas em 2007 para pouco mais de 800 em 2019) igualmente remete ao crescimento das plataformas *streaming* musical (ver Box 3.1).

Gráfico 3.4 – Evolução e composição das empresas do segmento Audiovisual (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.5 – Evolução e composição das empresas do segmento de Música (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

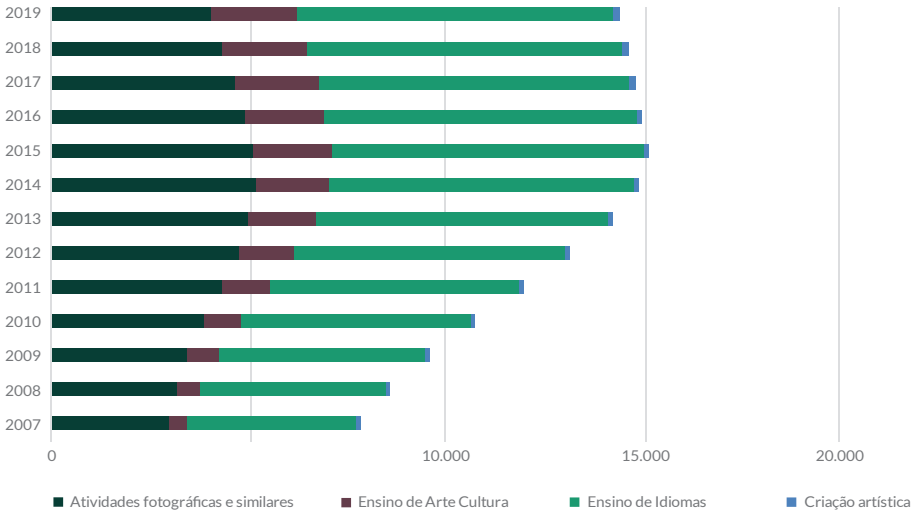
Esse fenômeno contrasta de forma expressiva com o crescimento de outros setores considerados mais dinâmicos. Enquanto a quantidade de empresas diminuiu entre 12% (*Patrimônio*) e 42% (*Música*) nesses cinco segmentos, o número de empresas se elevou aproximadamente 1.614% no setor *Cultura Digital*, cerca de 150% em *Publicidade*, quase 85% em *Educação e Criação em Artes*, um pouco mais de 37% em *Arquitetura e Design* e 23% em *Artes Cênicas e Espetáculos*. A grande diferença é que estes cinco setores encontram, nos eventos mencionados na primeira seção, elementos para crescerem de forma mais rápida. Nesse sentido, contrastam com os outros setores, que já ocupam uma posição importante em termos de tamanho da economia criativa e da cultura nacional. Aparecem, portanto, como tendências, que surgem, se desenvolvem e se expandem impulsionados por essas transformações.

Ressalta-se o aumento no número de empresas do setor *Cultura Digital* e da *Educação e Criação em Artes*. O primeiro é um resultado direto do

desenvolvimento da era digital. Representado na Classificação Nacional de Atividades Econômicas pela atividade econômica de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o setor evoluiu de 175 empresas em 2007 para 3 mil empresas em 2019, com uma mediana anual de mais de 1.400 empresas, um aumento que define bem o contexto de transformações tecno-produtivas ao qual nos referimos.

O segundo, por sua vez, parece refletir de uma nova forma de compreensão da organização social e do entendimento da cultura como tal; reflete a assimilação da cultura e da criatividade como formas possíveis de geração de valor econômico e social; é resultado do desenvolvimento das sociedades pós-industriais. Nesse caso, nota-se que, apesar de o crescimento substancial ocorrer em todos os quatro subsetores representados por essa atividade econômica, a variação mais expressiva entre 2007 e 2019 consta no número de empresas diretamente relacionadas com o Ensino de arte e cultura (mais de 344% entre o início e o fim do período), o que parece ter conexão tanto com a melhoria das condições de consumo de bens culturais para as famílias brasileiras, quanto com a afirmação da cultura enquanto campo de estudo, inclusive dentro das universidades do país (Gráfico 3.6). Nesse segmento, a maior subdivisão é o Ensino de idiomas, com uma mediana anual de 7.416 empresas. A menor, Criação artística, com uma mediana anual de 133 empresas.

Gráfico 3.6 – Evolução e composição das empresas do segmento de Educação e Criação em Artes (2007-2019)

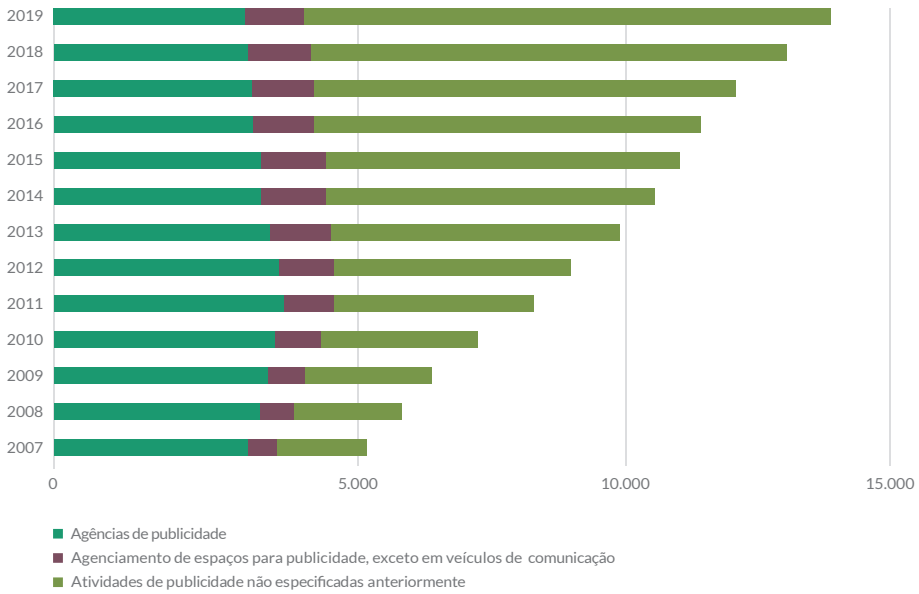


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Com relação ao segmento de *Publicidade*, muito embora a atuação das agências de publicidade seja uma atividade considerada tradicional, a existência das novas plataformas digitais e das redes sociais trouxe um novo ambiente de atuação para os serviços de publicidade e propaganda. Esse fato é verificado ao se analisar as atividades econômicas contidas no setor: o subsetor Agências de publicidade apresentou decréscimo de 1,8% no período, frente a expansão verificada nos outros subsetores – Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação (cerca de 118% de crescimento) e Atividades de publicidade não especificadas anteriormente (mais de 488% de expansão). As novas plataformas possibilitadas pela era digital parecem ter, nesse sentido, expandido as possibilidades do setor publicitário para além das atividades desenvolvidas dentro das tradicionais agências (Gráfico 3.7). Esses diferentes ritmos de crescimento proporcionaram uma mudança significativa na composição do segmento. O número médio de empresas saiu de quase duas mil em 2007 para quase cinco mil em 2019. As agências eram a maior divisão em 2007, com 3.686 empresas e atingindo um pico de 4.340 empresas em 2011 (média anual de 3.939). As atividades

não especificadas tinham 1.699 empresas em 2007 e atingiram 9.998 em 2019 (média anual de 5.385).

Gráfico 3.7 – Evolução e composição das empresas do segmento de Publicidade (2007-2019)



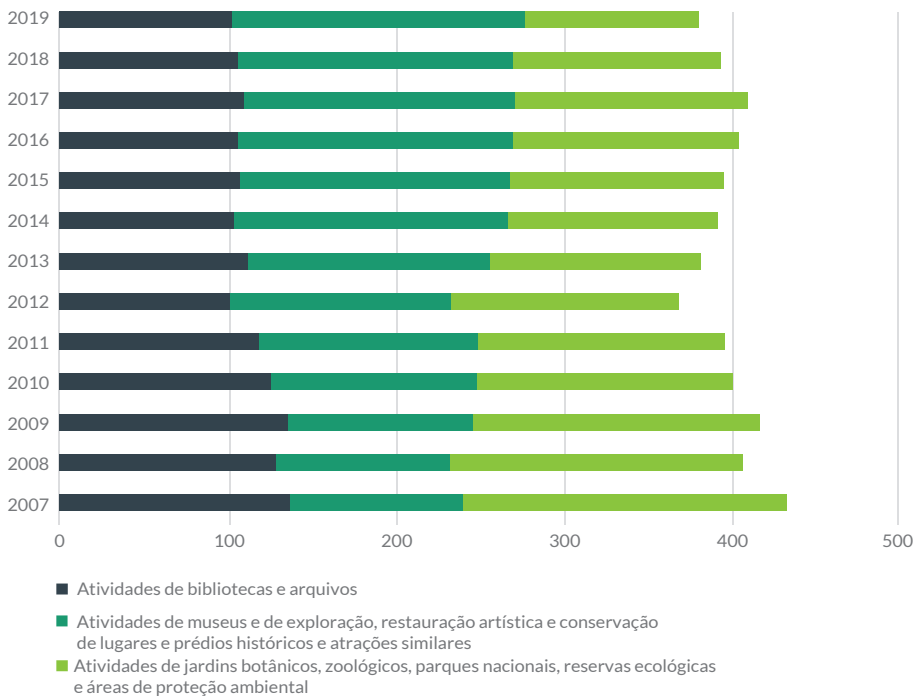
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Por fim, sublinha-se que esse mesmo fator parece estar relacionado com a queda no número de bibliotecas e arquivos existentes (de 137 em 2007 para 102 em 2019); bem como no número de empresas provedoras de lazer, indicando uma tendência decrescente de unidades produtivas dos segmentos *Patrimônio* e *Entretenimento* (essa última com média anual de 6.370 empresas) (Gráficos 3.8 e 3.9, respectivamente). Com relação ao último segmento, nota-se que, no período, diminui em 30% o número de empresas identificadas como Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente, a maior subdivisão do segmento, com média anual de 5.275 empresas, embora tenha havido um incremento no número de Parques de diversão e parques temáticos (106%) e na Fabricação de brinquedos e jogos recreativos (10%).

Com relação ao *Patrimônio*, o segmento com melhor distribuição de número de empresas entre as subdivisões, a redução nas outras atividades econômicas é contrabalanceada pelo crescimento de 70% no número de Ati-

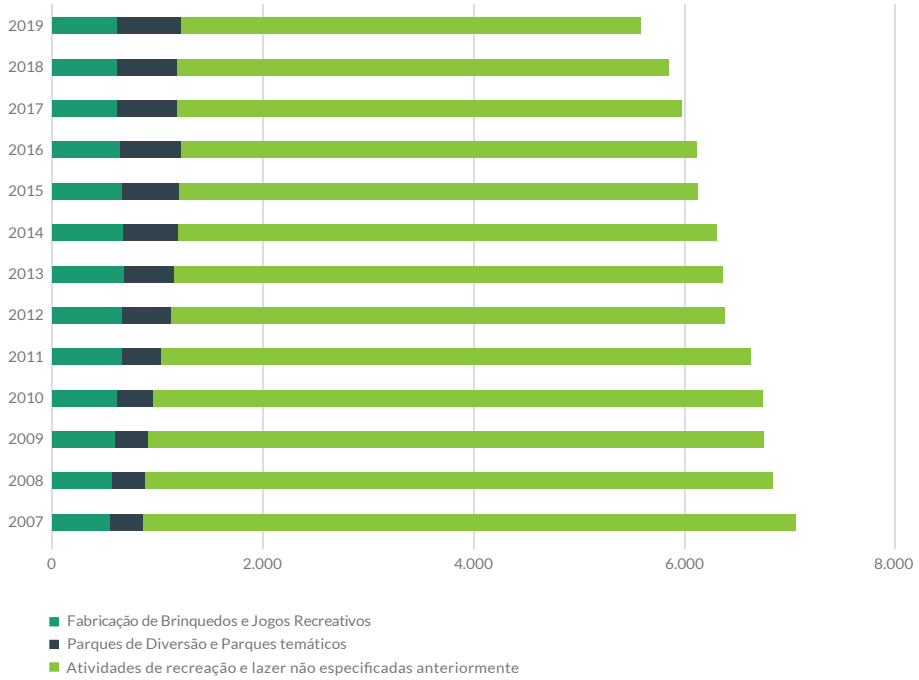
vidades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares, o que parece indicar uma valorização social do bem cultural ao longo desse período, um fenômeno relacionado à aproximação entre cultura e economia de forma a adequar a primeira à lógica de compra e venda de mercadorias proposta pela segunda (JAMESON, 2001). É preciso notar que o valor agregado pelo patrimônio vai além do que é computável, estando ele associado à dinâmica social do território e ao impacto na comunidade. Nesse sentido, avaliar o número de empresas que compõem o patrimônio pode não ser a melhor métrica para entender seu impacto real na economia e na sociedade brasileira. Da mesma forma, o acervo tem valor simbólico e principalmente econômico que não é captado pelas métricas de fluxo (ver Box 3.3).

Gráfico 3.8 – Evolução e composição das empresas do segmento de Patrimônio (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.9 – Evolução e composição das empresas do segmento de Entretenimento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

O tamanho das firmas dos SCC

Além do número de empresas, que mostra elevada variabilidade tanto entre os segmentos dos SCC como dentro de cada segmento, é preciso avaliar também a evolução dos SCC brasileiros considerando o porte de suas empresas: micro, pequena, média ou grande (ver Apêndice A). Esse ponto é especialmente importante porque traz informações acerca das tendências de transformação dos SCC, no contexto dos três fenômenos considerados na seção anterior. Segundo Storper (1994), o modelo de empresa que emerge do processo de surgimento de experiência distintas da lógica fordista de produção rompe com as premissas da integração vertical, da produção padronizada e de massa e das estruturas oligopolistas de mercado. Em contraposição a esta rigidez e fomentado pelo dinamismo informacional da era digital, verifica-se uma valorização de um regime de produção em

que trabalhadores altamente qualificados, em um ambiente flexível e muito intensivo em capital, são capazes de alterar a forma como se dá a produção em massa de bens.

Nesses novos sistemas produtivos, a atividade industrial, por ser motivada pela mudança nos gostos e preferências dos consumidores, deve ter flexibilidade, isto é, capacidade de se reestruturar diante das novas demandas, e capilaridade suficiente nos mercados para garantir sua expansão. Os bens e serviços, aos tornarem-se condicionados pela necessidade de diferenciação, pela demanda por variedade e por um mecanismo de exigência de mudanças frequentes, acabam incitando a reorganização do processo produtivo em torno de firmas menores e mais dinâmicas. Isso não significa que empresas grandes deixam de cumprir seu papel (especialmente porque não se pode desconsiderar a importância das economias de escala e de escopo para o processo de geração de renda), mas que em certas indústrias específicas – e isso se verifica especialmente no caso dos bens culturais e criativos – as firmas menores acabam sendo mais adequadas para tratar das incertezas do ambiente de mercado, com a alta competição e a necessidade de se moldar à flexibilidade exigida por essas redes de produção contemporâneas (SCOTT, 2001).

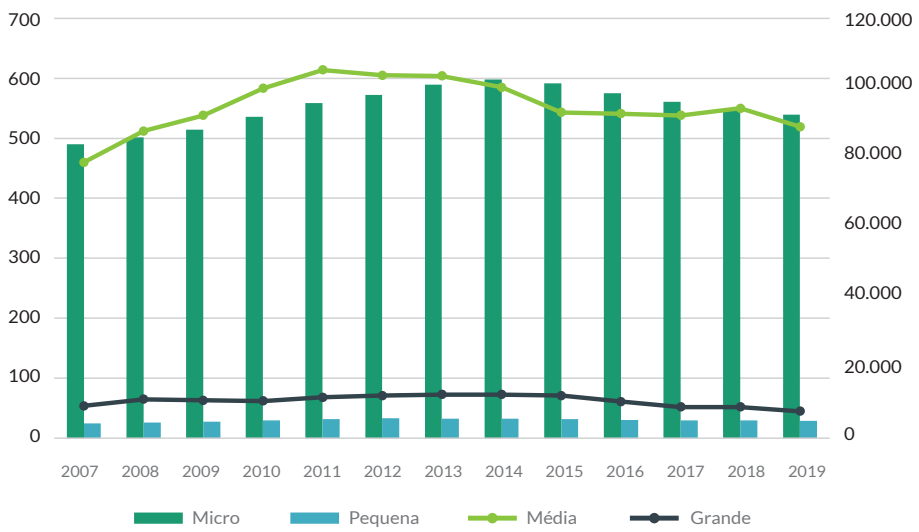
Considerada essa digressão interpretativa, importa observar nos dados coletados como esse cenário se manifesta no caso dos SCC brasileiros ao longo do período analisado. Os dados sugerem que a micro e a pequena empresa consistem nas unidades produtivas definidoras dos SCC, e que não há uma tendência clara de alteração dessa condição ao longo do período analisado. Em todos os anos, as microempresas representavam entre 94% e 95% (média de 94,2%) do total de empresas dos SCC; as pequenas somavam 5% (média de 5,1%) e as grandes e as médias não somavam mais de 1% em conjunto. O Quadro 3.4 apresenta as estatísticas descritivas do número de empresas para cada porte. O Gráfico 3.10 mostra a evolução, em números absolutos, das empresas culturais e criativas por porte.

Quadro 3.4 – Estatísticas descritivas – Número anual de empresas dos setores culturais e criativos, por porte (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Micro	94.629	95.825	5.925
Pequena	5.168	5.138	455
Média	553	543	44
Grande	62	63	9

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.10 – Evolução do número de empresas culturais e criativas, por porte (2007-2019)*



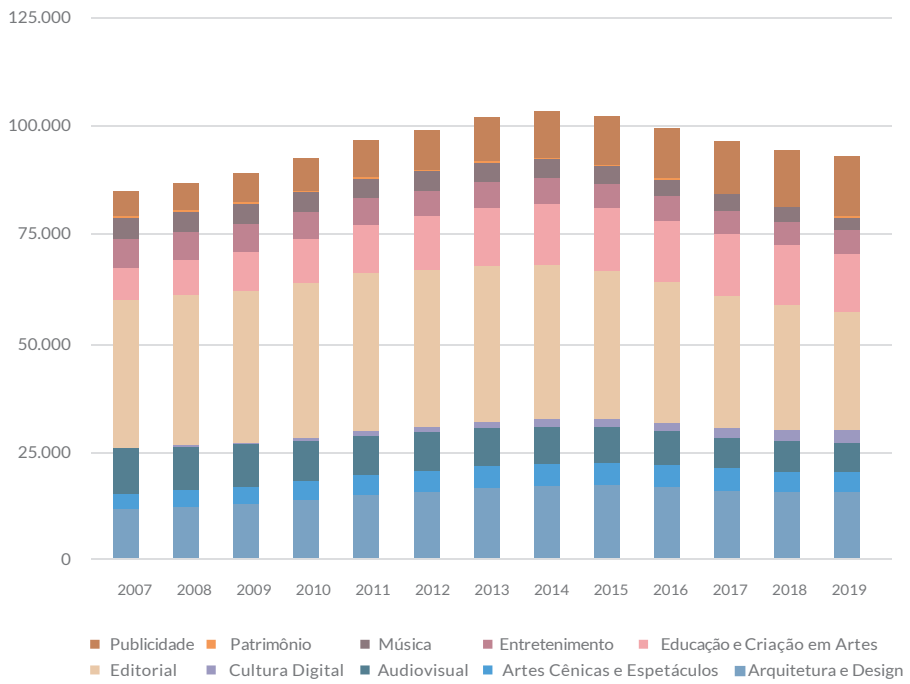
*As empresas de porte micro e pequena estão no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Nos Gráficos 3.11 a 3.14, observa-se o crescimento do número de empresas de quase todos os portes entre 2007 e 2019, exceto das grandes empresas. Pela reduzida participação das empresas de grande porte, em relação ao total, isso indica uma trajetória de expansão estável das empresas dos SCC, mesmo que o pico tenha ocorrido entre 2011 e 2014, dependendo do porte. Essas variações são maiores ou menores a depender também do segmento em questão: no setor *Música* ocorre um decréscimo do número de empresas de todos os tamanhos avaliados (micro, pequena e média); enquanto que no setor *Cultura Digital* o acréscimo é expressivo em todos os portes de empresa.

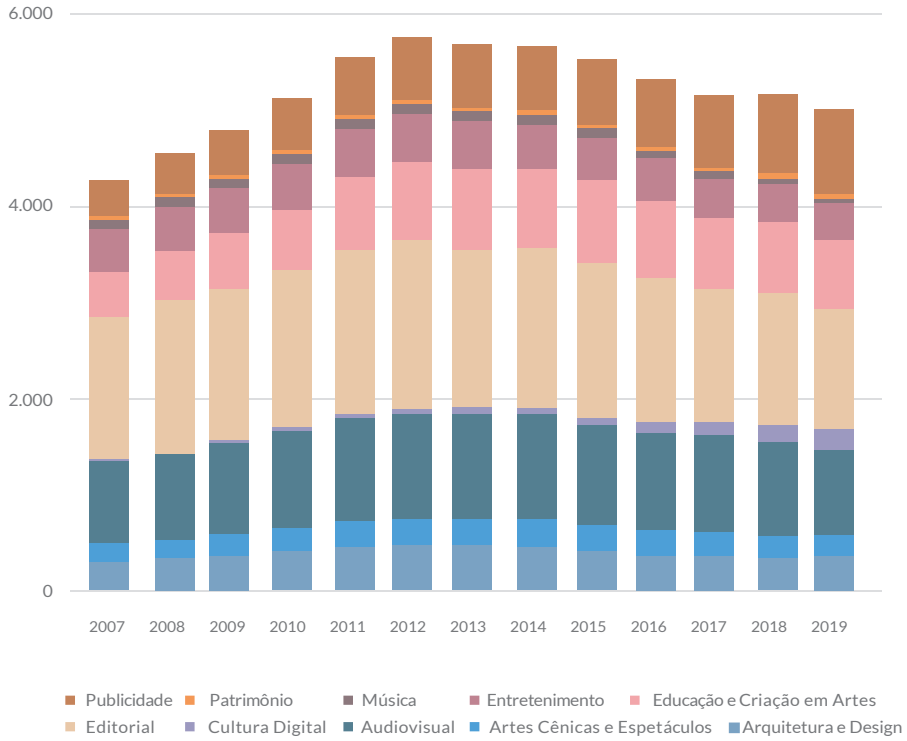
O crescimento deste último setor contrasta com outros setores mais tradicionais. Nesse caso, é válido mencionar que há um expressivo crescimento de empresas de *Cultura Digital* de grande e de médio porte, o que indica não só uma expansão do setor, mas sua capacidade de se consolidar como ofertante com poder de mercado na economia brasileira.

Gráfico 3.11 – Evolução do número de microempresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)



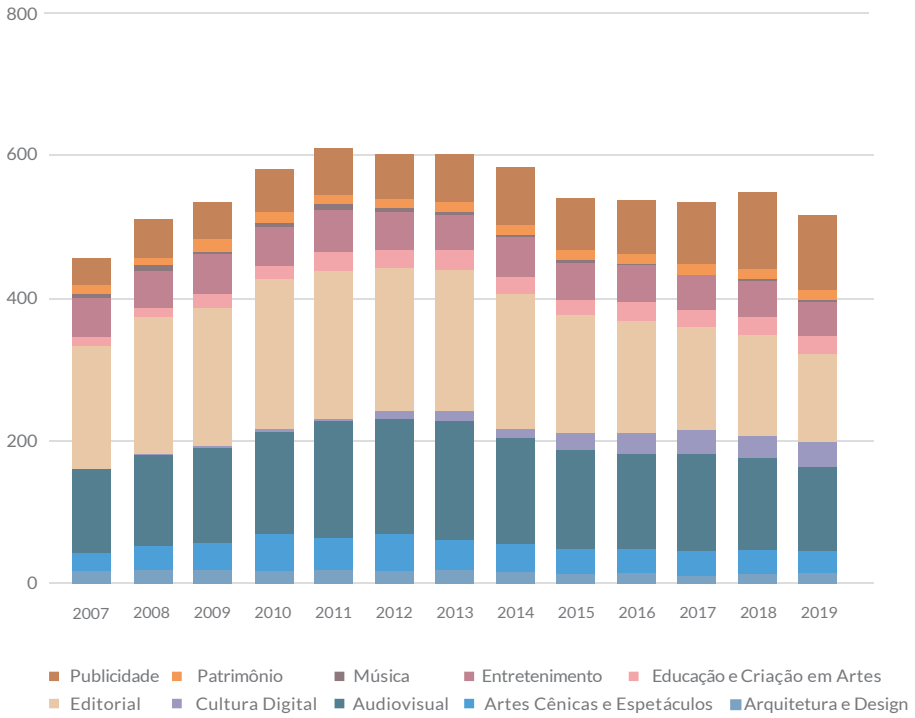
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.12 – Evolução do número de pequenas empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)



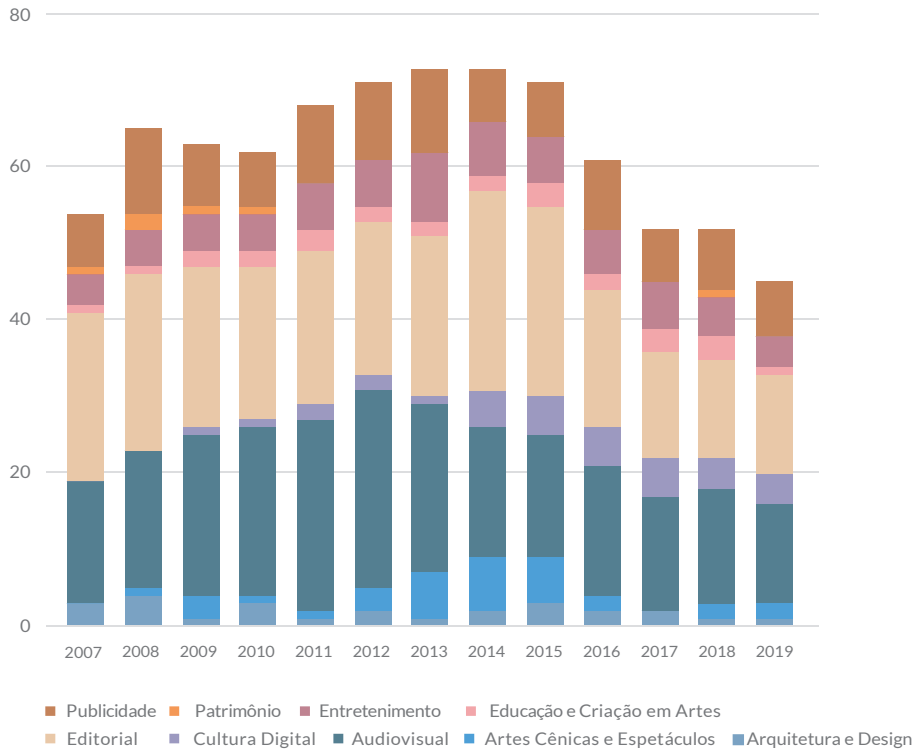
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.13 – Evolução do número de médias empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.14 – Evolução do número de grandes empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)

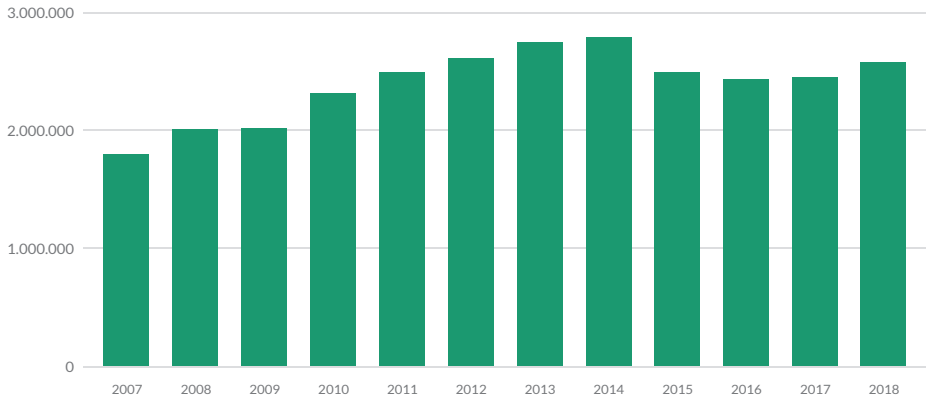


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

É interessante observar que há uma alteração na trajetória de crescimento das empresas ao longo do período. Em vários setores há uma redução na inclinação das curvas que medem o número de empresas, seja nas micro, pequenas, médias ou grandes empresas. Essa alteração na inclinação indica uma queda na taxa de aumento anual do número de empresas, o que tem relação com os resultados econômicos do país ao longo do período. Como espera-se que a criação de novas empresas ou a expansão das existentes seja um fenômeno associado ao crescimento econômico em termos gerais, essa mudança de orientação das curvas dos setores pode indicar os efeitos da desaceleração da economia e da crise em curso desde 2015. Esse movimento pode ser identificado também de outras métricas de desempenho, obtidos em outras bases de dados, como a evolução do valor adicionado. O Gráfico 3.15 indica o valor adicionado total na economia brasileira. Entre 2007 e 2018

(último ano disponível até a redação desse capítulo), o valor adicionado anual médio de R$ 2,4 trilhões e um mediano de R$ 2,5 trilhões.

Gráfico 3.15 – Evolução do valor adicionado total no Brasil (em R$ milhões, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Nota-se que, em 2008, a possibilidade de expansão do valor adicionado da economia foi moderada pelos efeitos da crise financeira internacional; logo em seguida o crescimento se recuperou, mas com taxas cada vez menores, como indica a redução da inclinação da trajetória. Após um biênio de queda do valor adicionado (2015-2016), os dois últimos períodos da série apresentam uma tendência de recuperação, mas ainda em patamares inferiores ao valor adicionado registrado em 2014.

Em resumo, ao contrário do esperado pela discussão do capítulo 1, a maioria dos segmentos dos SCC no Brasil parece, em termos de número de empresas criadas, acompanhar o movimento da economia brasileira, com a exceção dos segmentos mais dinâmicos. Ou seja, é preciso qualificar a expectativa de que os SCC seriam diferenciados frente aos demais setores de atividade. A variação na inclinação das trajetórias é mais acentuada na medida em que se aumenta o tamanho das firmas analisadas porque, uma vez que existem menos empresas médias e grandes do que pequenas e micro, a inclusão/exclusão de uma unidade empresarial tem um efeito

mais acentuado. Na apresentação a seguir, o porte das empresas culturais e criativas é enfatizado.

Os Quadros 3.5 a 3.8 mostram as estatísticas descritivas por segmento. Para cada quadro há um quadro adicional(Quadros 3.5a a 3.8a) com as estatísticas descritivas para a participação das empresas de cada segmento, desagregadas por porte, no número total de empresas dos SCC para aquele porte. Assim, no caso das microempresas, as empresas desse porte do segmento *Editorial* representam cerca de 35% das empresas desse tamanho, em média, no período. Em segundo lugar estão as microempresas do segmento de *Arquitetura e Design*, com 16%. Em seguida estão os segmentos de *Educação e Criação em Artes* (13%) e *Publicidade* (10%). Quatro segmentos representavam aproximadamente 74% de todas as microempresas culturais e criativas no período. Para as pequenas empresas, o segmento *Editorial* segue com a maior proporção do total (30%). As pequenas empresas do segmento *Audiovisual* representam cerca de 19% do total, seguidas por *Educação e Criação em Artes* (14%) e *Publicidade* (12%). Com relação às empresas médias, *Editorial* segue com a maior participação (32%), seguido por *Audiovisual* (25%), *Publicidade* (13%) e *Entretenimento* (10%). Esse porte apresenta uma concentração setorial ainda maior. Por fim, o quadro se modifica substancialmente quando se analisa as grandes empresas. O segmento de *Música* não tem empresas nesse porte. *Patrimônio* tem poucas, mas não para todo o período. *Editorial* ainda é o segmento com a maior participação (31%), seguido por *Audiovisual* (30%), *Publicidade* (14%) e *Entretenimento* (9%). A distribuição das empresas por porte mostra, portanto, uma forte concentração setorial. O segmento *Editorial* possui a maior proporção em todos os portes. *Publicidade e Audiovisual* também são segmentos com elevada participação. *Arquitetura e Design* e *Educação e Criação em Artes* são mais representativos nas micro e pequenas empresas, enquanto *Entretenimento* tem maior participação nas empresas de médio e grande porte.

Quadro 3.5 – Estatísticas descritivas – Número anual de microempresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	14.789	15.644	1.837
Artes Cênicas e Espetáculos	4.557	4.624	575
Audiovisual	8.569	8.711	1.147
Cultura Digital	1.376	1.381	834
Editorial	33.443	34.534	2.958
Educação e Criação em Artes	11.918	13.340	2.535
Entretenimento	5.859	5.816	400
Música	4.173	4.445	632
Patrimônio	338	337	19
Publicidade	9.609	9.954	2.664

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.5a – Estatísticas descritivas – Participação das microempresas de cada segmento no total de microempresas culturais e criativas (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	15,58%	15,97%	1,15%
Artes Cênicas e Espetáculos	4,80%	4,90%	0,33%
Audiovisual	9,13%	8,62%	1,67%
Cultura Digital	1,43%	1,37%	0,87%
Editorial	35,45%	35,47%	3,73%
Educação e Criação em Artes	12,50%	13,21%	2,14%
Entretenimento	6,23%	5,76%	0,76%
Música	4,44%	4,40%	0,83%
Patrimônio	0,36%	0,35%	0,04%
Publicidade	10,09%	9,85%	2,58%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.6 – Estatísticas descritivas – Número anual de pequenas empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	394	368	61
Artes Cênicas e Espetáculos	247	251	31
Audiovisual	988	1.007	76
Cultura Digital	78	61	64
Editorial	1.543	1.569	145
Educação e Criação em Artes	709	729	127
Entretenimento	453	465	42
Música	84	90	16
Patrimônio	46	46	4
Publicidade	627	655	153

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.6a – Estatísticas descritivas – Participação das pequenas empresas de cada segmento no total de pequenas empresas culturais e criativas (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	7,60%	7,46%	0,65%
Artes Cênicas e Espetáculos	4,76%	4,83%	0,24%
Audiovisual	19,15%	19,07%	0,63%
Cultura Digital	1,50%	1,08%	1,28%
Editorial	29,98%	29,52%	3,02%
Educação e Criação em Artes	13,61%	14,19%	1,49%
Entretenimento	8,81%	8,87%	0,98%
Música	1,63%	1,60%	0,38%
Patrimônio	0,89%	0,89%	0,08%
Publicidade	12,07%	11,52%	2,68%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.7 – Estatísticas descritivas – Número anual de médias empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	17	18	3
Artes Cênicas e Espetáculos	38	36	7
Audiovisual	141	136	17
Cultura Digital	15	12	13
Editorial	178	190	28
Educação e Criação em Artes	22	24	4
Entretenimento	53	52	3
Música	5	4	2
Patrimônio	14	14	2
Publicidade	71	66	20

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.7a – Estatísticas descritivas – Participação das médias empresas de cada segmento no total de médias empresas culturais e criativas (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	3,07%	2,93%	0,55%
Artes Cênicas e Espetáculos	6,84%	6,69%	0,89%
Audiovisual	25,39%	25,28%	1,39%
Cultura Digital	2,77%	2,05%	2,46%
Editorial	32,09%	33,11%	4,45%
Educação e Criação em Artes	3,97%	4,10%	0,67%
Entretenimento	9,54%	9,26%	0,79%
Música	0,85%	0,77%	0,33%
Patrimônio	2,57%	2,58%	0,31%
Publicidade	12,91%	10,93%	3,77%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.8 – Estatísticas descritivas – Número anual de grandes empresas culturais e criativas, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	2	2	1
Artes Cênicas e Espetáculos	3	2	2
Audiovisual	19	17	4
Cultura Digital	3	2	2
Editorial	20	20	4
Educação e Criação em Artes	2	2	1
Entretenimento	6	6	1
Música	0	0	0
Patrimônio	0	0	1
Publicidade	8	8	2

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.8a – Estatísticas descritivas – Participação das grandes empresas de cada segmento no total de grandes empresas culturais e criativas (2007-2019)

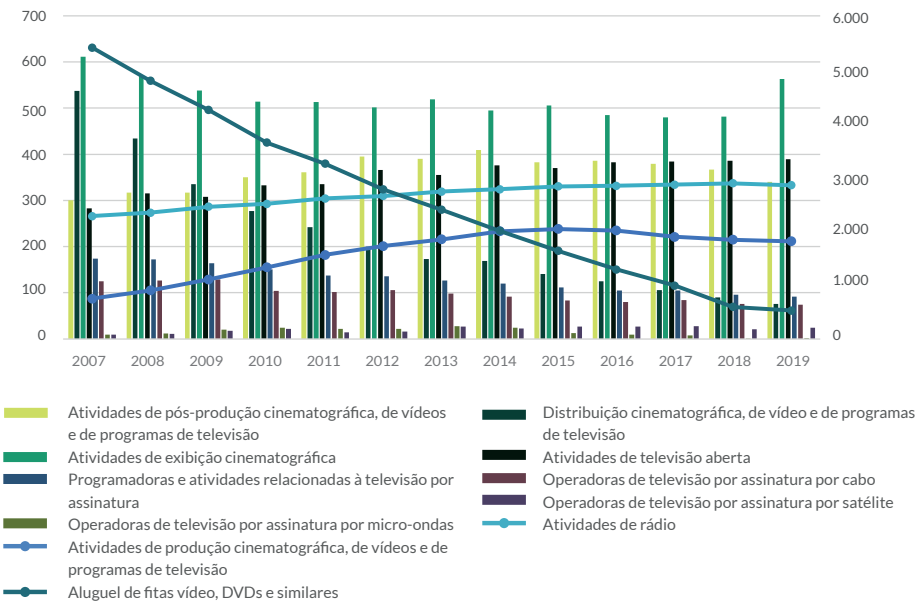
	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	3,23%	2,82%	1,59%
Artes Cênicas e Espetáculos	3,96%	3,85%	3,17%
Audiovisual	29,99%	28,89%	4,52%
Cultura Digital	4,51%	2,94%	3,58%
Editorial	31,48%	29,51%	4,40%
Educação e Criação em Artes	3,37%	3,17%	1,34%
Entretenimento	9,12%	8,82%	1,46%
Música	0,00%	0,00%	0,00%
Patrimônio	0,77%	0,00%	1,08%
Publicidade	13,56%	14,08%	2,23%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Ao avaliar especificamente os subsetores de cada segmento, indicados pela CNAE, é possível identificar algumas características que ajudam a explicar o crescimento ou redução do número de empresas nos segmentos agregados no período. Com relação às microempresas, nota-se que a diminuição nos subsetores do *Audiovisual* ocorre em seis dos onze subsetores,

com reduções substanciais em Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão e Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares. (Gráfico 3.16). Já no setor de *Música* (Gráfico 3.17), a redução nas microempresas ocorreu em todos os subsetores, com exceção do Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios. Não por acaso, todos as CNAEs que apresentaram variação negativa nesses dois setores (com exceção de Fabricação de instrumentos musicais), relacionam-se de alguma forma com a expansão das plataformas de conteúdo digital online.

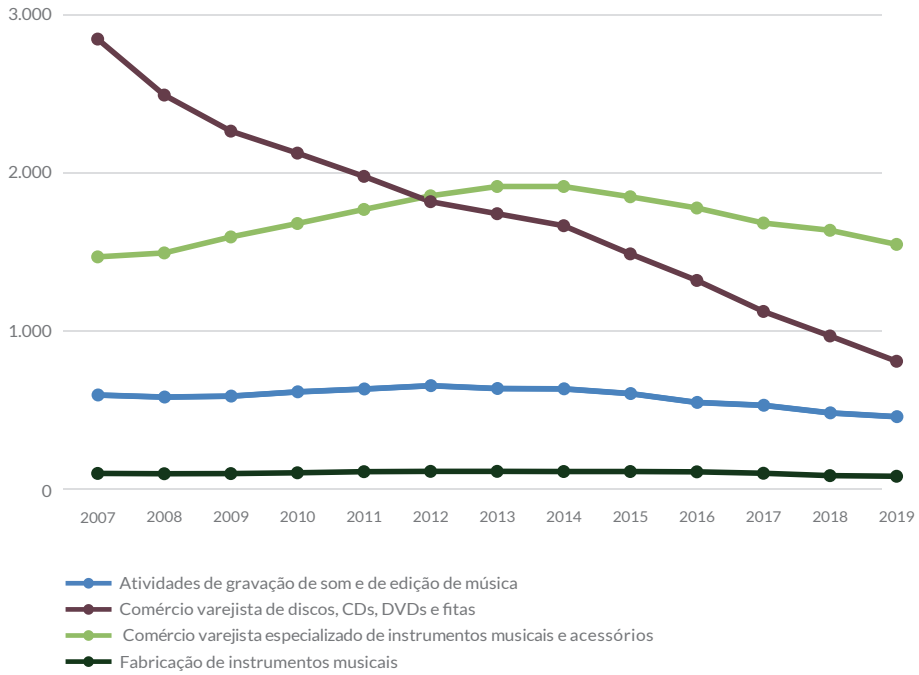
Gráfico 3.16 – Evolução do número de microempresas do segmento Audiovisual, por subsetor (2007-2019)*



*Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares e atividades de rádio no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

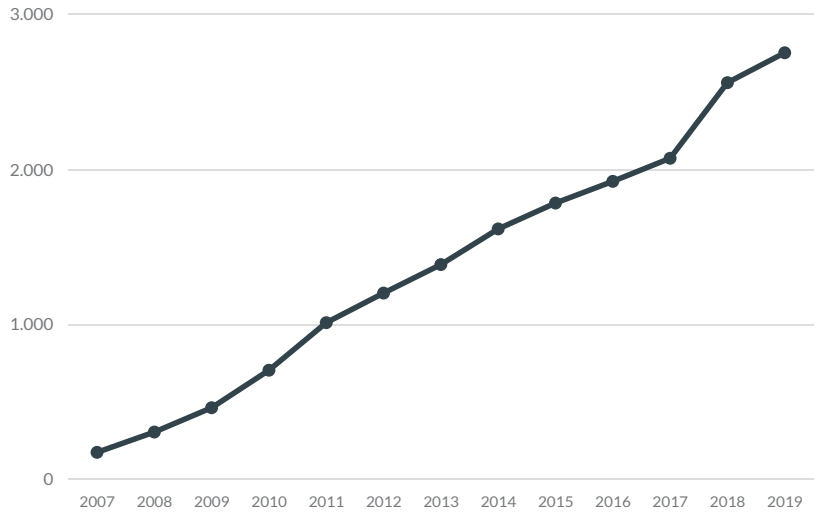
Gráfico 3.17 – Evolução do número de microempresas do segmento de Música, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

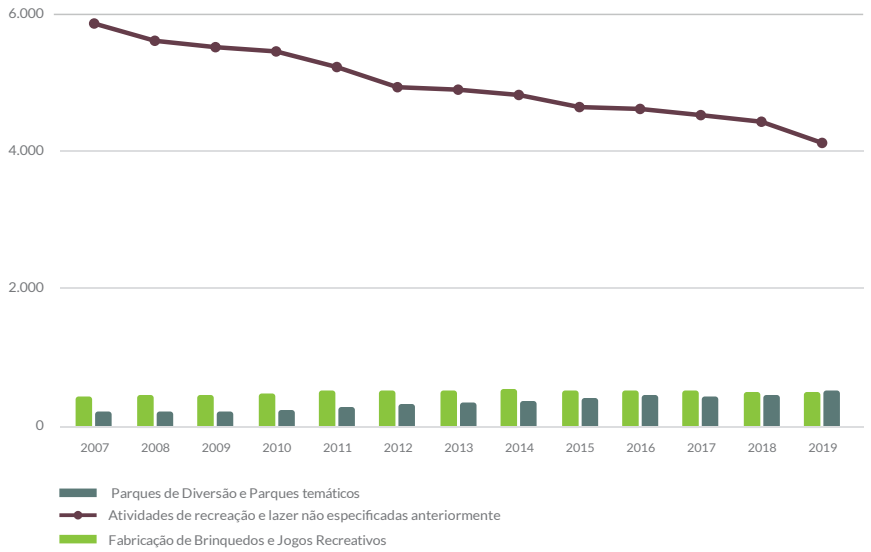
Ademais, a elevação expressiva do número de microempresas de *Cultura Digital* no período confirma essa relação, uma vez que a única CNAE relacionada ao setor é Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, que passou de 169 empresas em 2007 para 2.748 em 2019 (Gráfico 3.18). Também se reduziram os setores *Entretenimento* e *Patrimônio*, motivados pela diminuição das empresas inseridas respectivamente nas CNAE Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente (Gráfico 3.19) e Atividades de bibliotecas e arquivos e Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental (Gráfico 3.20).

Gráfico 3.18 – Evolução do número de microempresas do segmento de Cultura Digital (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

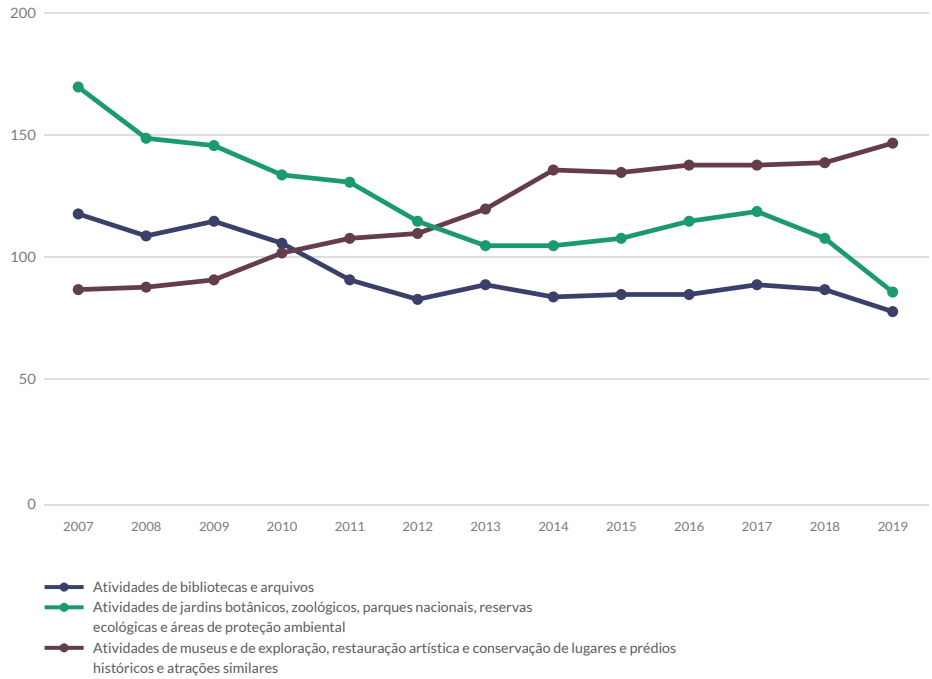
Gráfico 3.19 – Evolução do número de microempresas do segmento de Entretenimento, por subsetor (2007-2019)



*Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

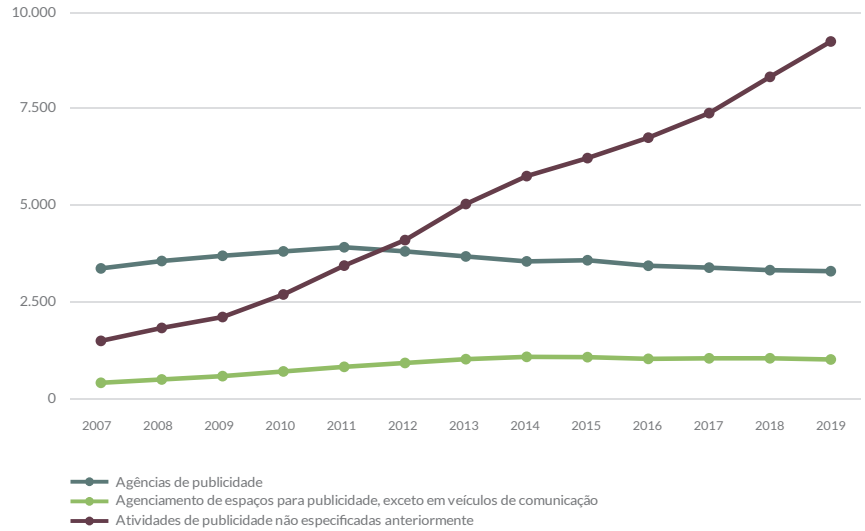
Gráfico 3.20 – Evolução do número de microempresas do segmento de Patrimônio, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

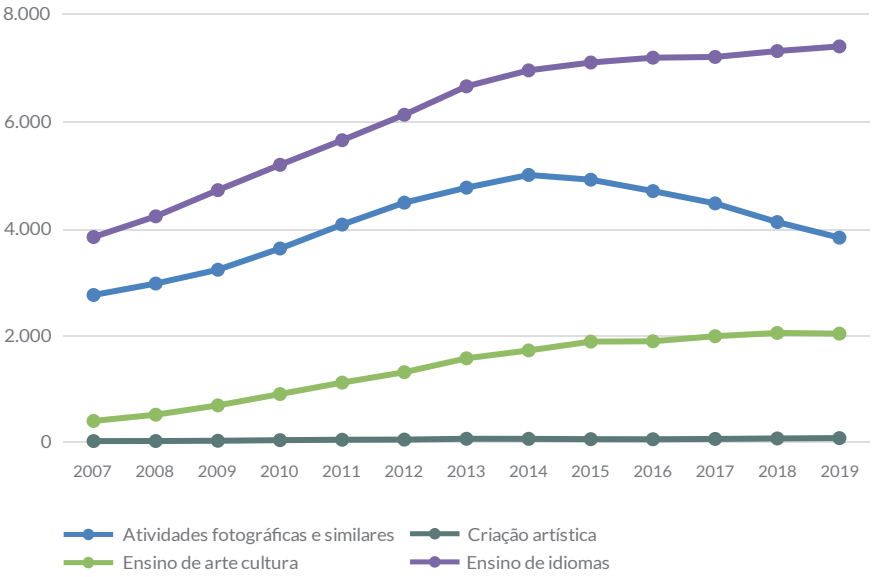
Por fim, nota-se o aumento expressivo das microempresas nos setores de *Publicidade* e *Educação e Criação em Artes*. Destacam-se, internamente ao primeiro setor, firmas de Agenciamento de espaços para a publicidade, exceto em veículos de comunicação e de Atividades de publicidade não especificadas anteriormente, que contrastam om o decréscimo apresentado pelas Agências de publicidade, tradicionalmente um ramo característico do setor atividades (Gráfico 3.21). No caso do segundo, é relevante a expansão das empresas de Ensino de arte e cultura, de Ensino de idiomas e de Atividades fotográficas e similares, todas elas apresentando uma forte expansão em seus tamanhos (Gráfico 3.22).

Gráfico 3.21 – Evolução do número de microempresas do segmento de Publicidade, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

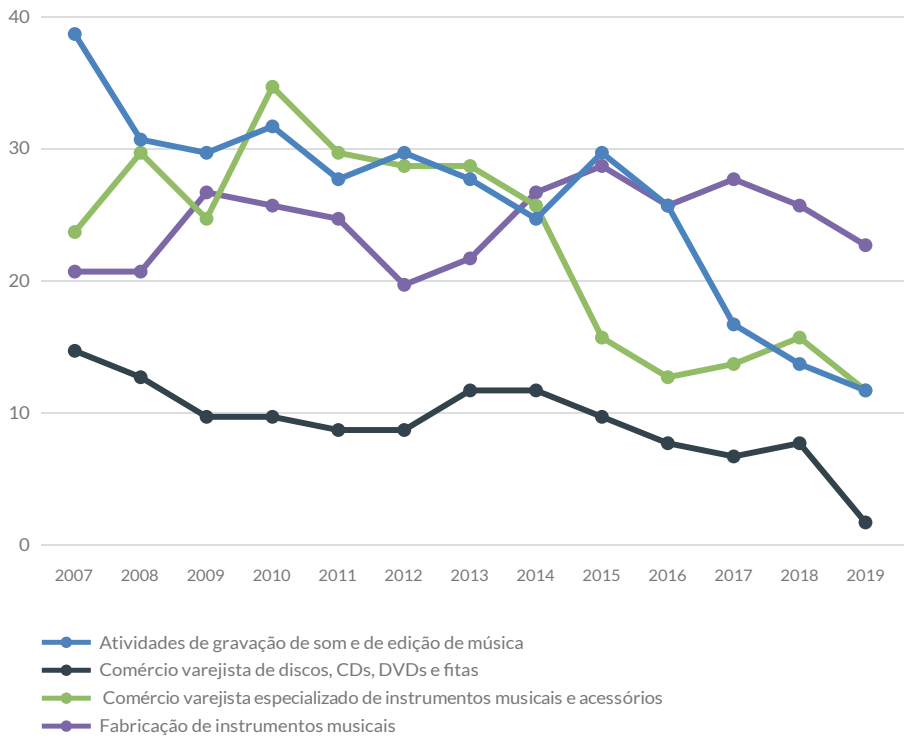
Gráfico 3.22 – Evolução do número de microempresas do segmento de Educação e Criação em Artes, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

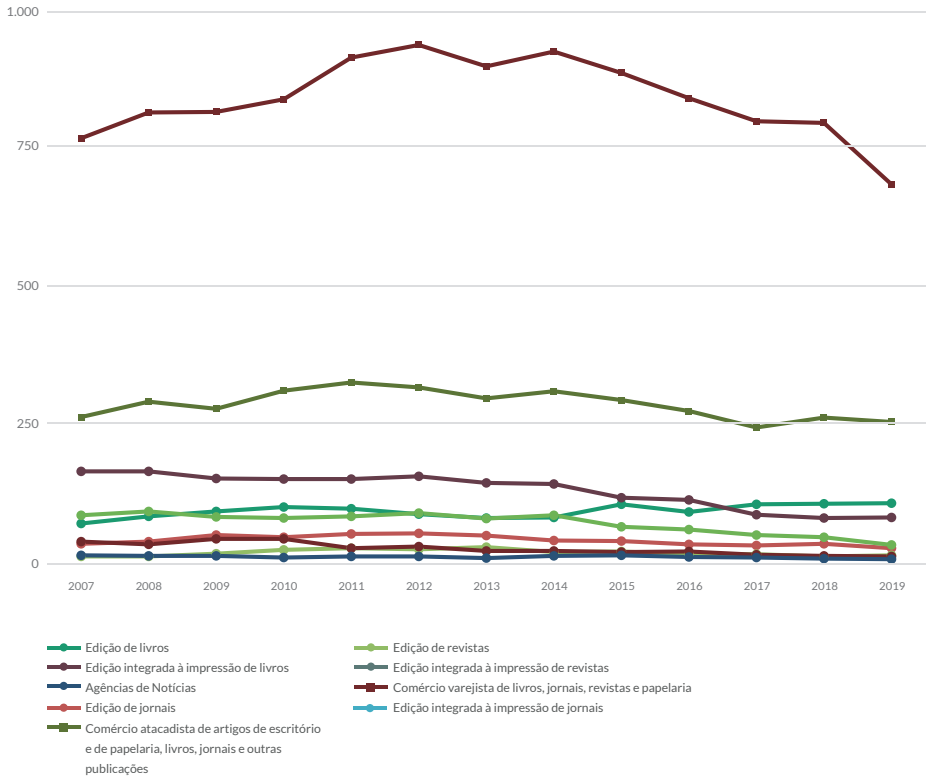
No que diz respeito ao número de pequenas empresas, três segmentos apresentaram queda entre o início e o final do período: *Música* (Gráfico 3.23), *Editorial* (Gráfico 3.24) e *Entretenimento* (Gráfico 3.25), sendo a queda no setor de *Música* a mais expressiva (51%). Esse desempenho se explica pela queda de 87% no subsetor Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas, além da redução em Atividades de gravação de som e de edição de música (69%) e no Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios (50%). Já em *Entretenimento*, apenas o subsetor de Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente apresentou queda, sendo este o maior subsetor do segmento. Assim como no porte de microempresas, o segmento mais dinâmico foi o de *Cultura Digital*, que finalizou 2019 com 213 empresas, em contraste às seis empresas desse porte que totalizavam o setor em 2007 (Gráfico 3.26).

Gráfico 3.23 – Evolução do número de pequenas empresas do segmento de Música, por subsetor (2007-2019)



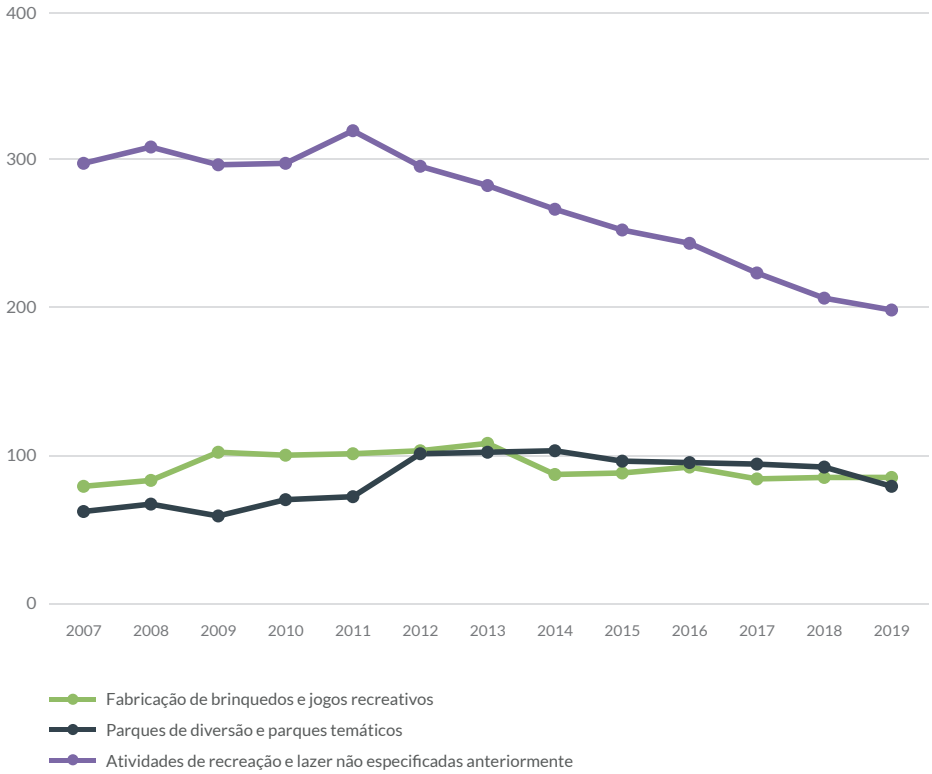
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.24 – Evolução do número de pequenas empresas do segmento Editorial, por subsetor (2007-2019)



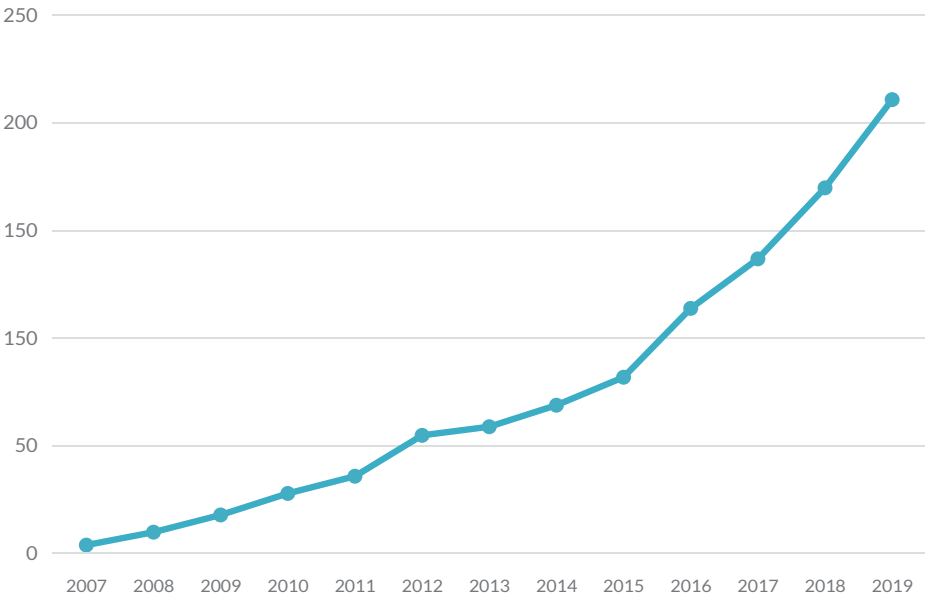
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.25 – Evolução do número de pequenas empresas do segmento de Entretenimento, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

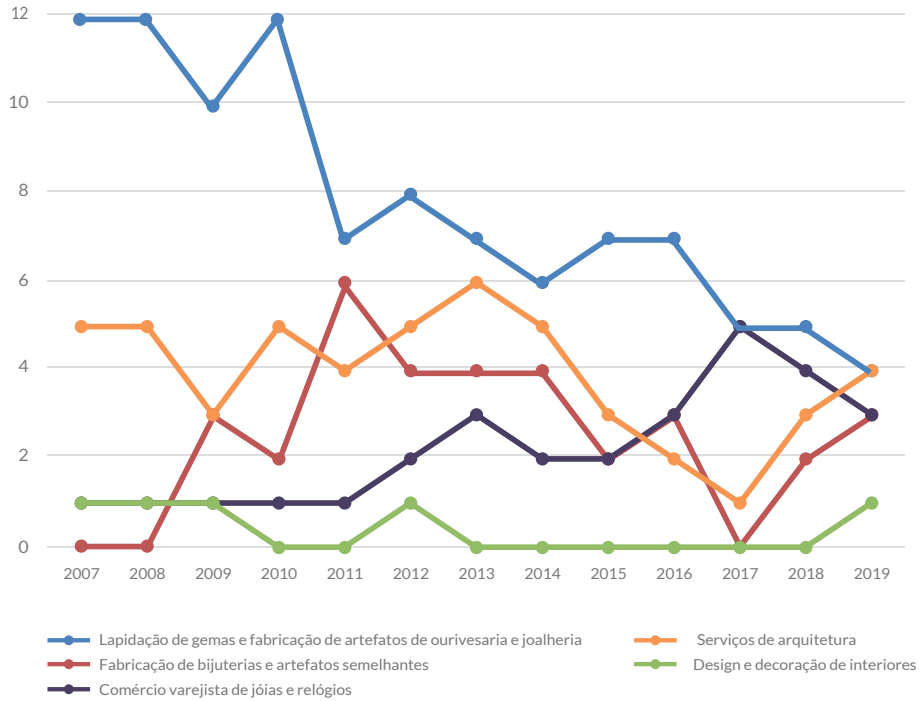
Gráfico 3.26 – Evolução do número de pequenas empresas do segmento de Cultura Digital (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

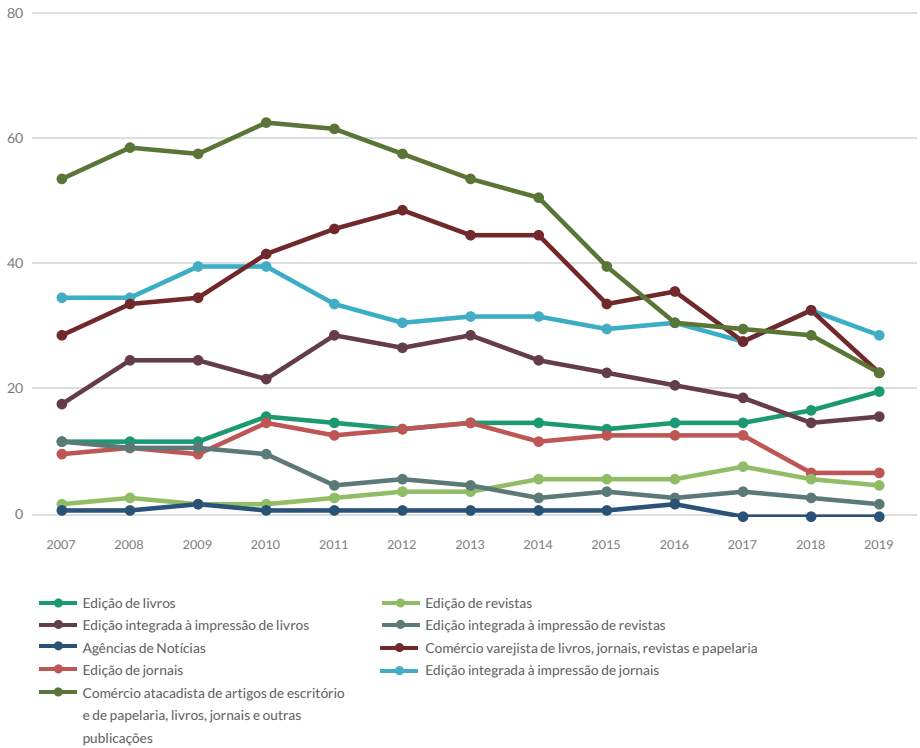
Com relação às médias empresas, foram registradas quedas nos mesmos segmentos que reduziram o número de pequenas empresas, desta vez acompanhados pelo segmento de *Arquitetura e Design* (Gráfico 3.27). Embora o segmento de *Música* tenha apresentado a maior queda (43%), o número de empresas é muito pequeno, explicando a brusca queda relativa. Em termos absolutos, o segmento reduziu de 7 para 4 médias empresas. No setor *Editorial*, em termos absolutos, a queda é maior (Gráfico 3.28). Cabe destacar o crescimento das empresas médias de *Cultura Digital*, que não existiam em 2007, mas totalizaram 35 em 2019. É importante mencionar, ainda, que o crescimento do segmento *Artes Cênicas e Espetáculos* esteve fortemente condicionado ao aumento das empresas de porte médio identificadas com as Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte, que quase dobraram entre 2007 e 2019, enquanto a Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas sofreu forte queda (Gráfico 3.29).

Gráfico 3.27 – Evolução do número de médias empresas do segmento de Arquitetura e Design, por subsetor (2007-2019)



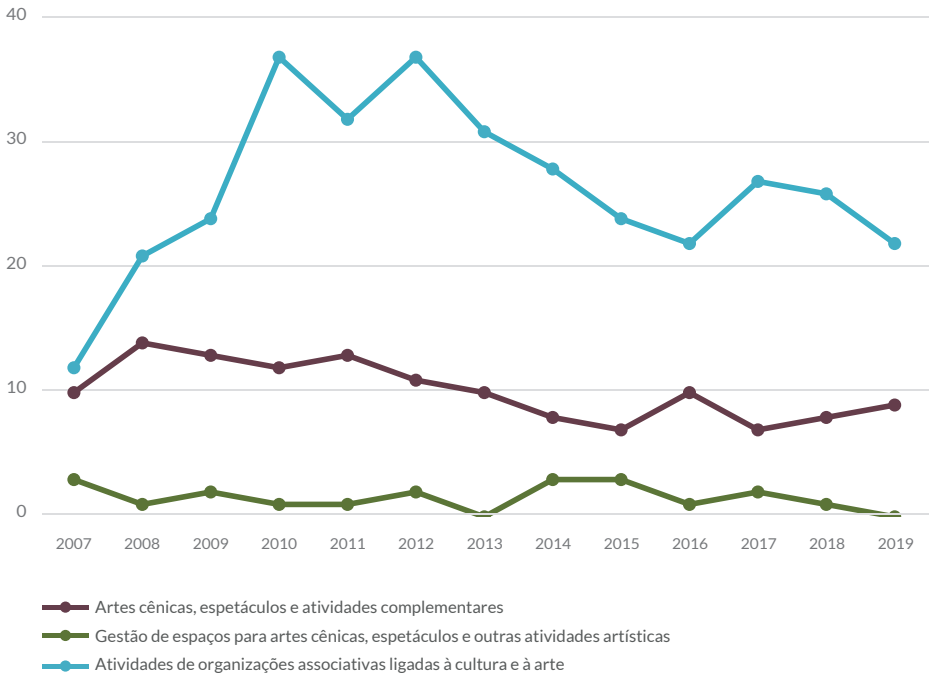
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.28 – Evolução do número de médias empresas do segmento Editorial, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.29 – Evolução do número de médias empresas do segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por subsetor (2007-2019)



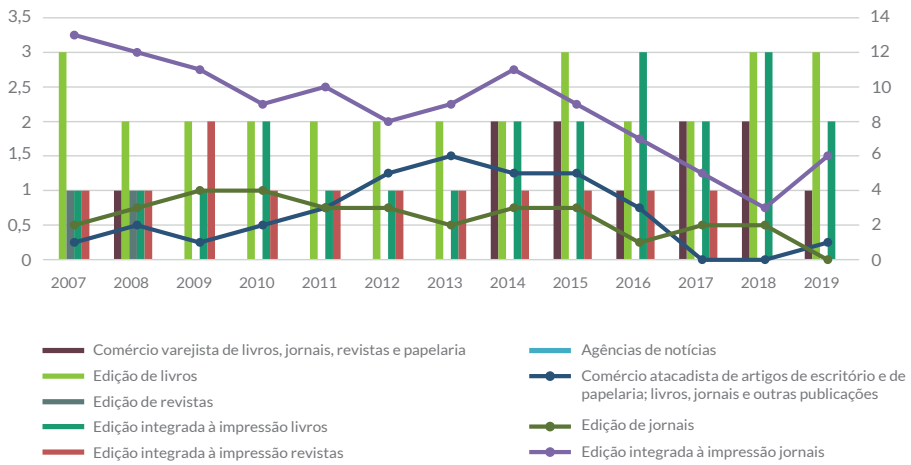
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Finalmente, em relação às grandes empresas, é preciso mencionar que nem todos os setores apresentam empresas desse porte, para todo o período ou para alguns anos. Essa ausência pode ser justificada como inerente às atividades do segmento ou consequência do baixo e desigual dinamismo econômico das empresas nacionais de forma geral. Todavia, é preciso chamar a atenção para os setores cujas condições de oferta e demanda foram tão dinâmicas a ponto de promover o crescimento expressivo de empresas de grande porte. Sublinha-se que a estruturação de uma grande empresa é um processo complexo, que exige grande quantidade de capital, de pessoal, de recursos financeiros, bem como o domínio de avançadas práticas organizacionais de gerenciamento da produção, vendas e de pessoal. Por isso, os setores e subsetores que se destacam indicam um grau de institucionalização que não pode ser desconsiderado.

Como já exposto nos Quadros 3.7a e 3.8a acima, os segmentos *Editorial* e *Audiovisual* são aqueles que mais possuem empresas de grande porte. Mesmo

assim, sofreram reduções para o agregado dessas empresas na comparação início/fim do período, mas com os números oscilando, com anos de aumento e outros de diminuição. O segmento *Editorial* (Gráfico 3.30) teve uma grande redução no número de grandes empresas, onde seus principais subsetores (representados no eixo da direita) não lograram crescimento. Dentre os novos setores, destaca-se a inclusão de quatro grandes empresas de *Cultura Digital* em 2014. Merecem destaque também as Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte, que potencializaram o aumento das empresas do setor *Artes Cênicas e Espetáculos* entre 2013 e 2015 (Gráfico 3.31). Contudo, como o número de grandes empresas é reduzido, qualquer variação para mais ou para menos gera um impacto relativo grande (como se vê no desvio padrão do Quadro 3.9 a seguir).

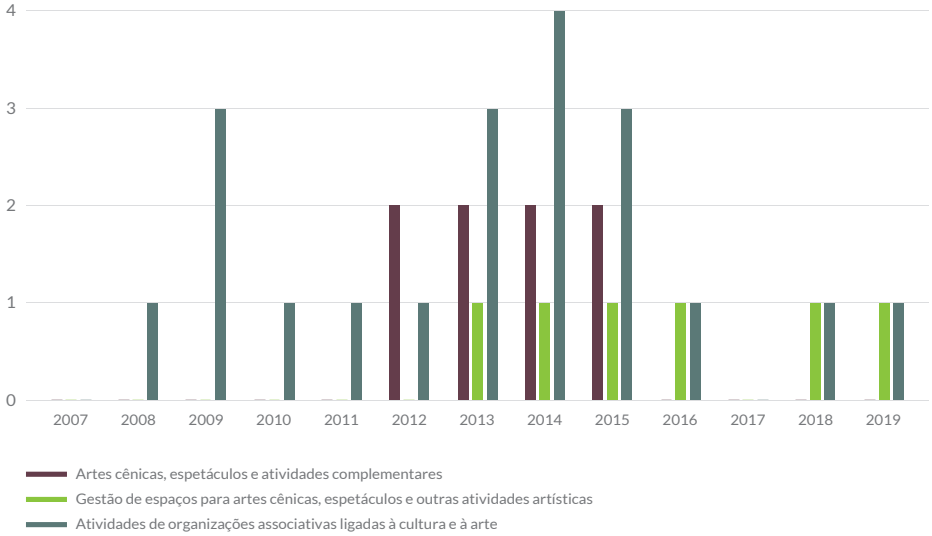
Gráfico 3.30 – Evolução do número de grandes empresas do segmento Editorial, por subsetor (2007-2019)*



*Edição de jornais; Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações; Edição integrada à impressão de jornais no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 3.31 – Evolução do número de grandes empresas do segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Não se pode deixar de salientar, no entanto, que esses movimentos internos aos segmentos acabam por não permitir visualizar o tamanho das empresas dos SCC em conjunto. Ao se verificar a evolução do total de empresas por porte, conclui-se que, na prática, o crescimento acumulado foi positivo para todos os portes, com exceção do grande porte (-17%). Destaque especial para o crescimento acumulado das empresas de pequeno porte, cerca de 18%. Nesse caso, pode-se inferir que, por mais que a microempresa seja a unidade produtiva mais representativa dos SCC, o período entre 2007 e 2019 demonstrou um avanço das firmas de quase todos os portes dos SCC. Em geral, o movimento de crescimento (inclusive nas firmas de grande porte) foi revertido apenas a partir de 2015, seguindo a conjuntura econômica desfavorável (Quadro 3.9).

Quadro 3.9 – Taxa anual de crescimento do número de empresas culturais e criativas, por porte (2008-2019)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Média	Mediana	Desvio padrão
Micro	2,34%	2,60%	4,06%	4,39%	2,42%	2,92%	1,44%	-1,05%	-2,71%	-2,53%	-2,20%	-1,62%	0,84%	1,89%	2,67%
Pequena	6,98%	5,09%	6,65%	8,68%	3,62%	-1,29%	-0,23%	-2,47%	-3,97%	-2,69%	-0,12%	-2,92%	1,45%	-0,17%	4,49%
Média	11,30%	5,08%	8,36%	5,32%	-1,47%	-0,17%	-3,15%	-7,18%	-0,37%	-0,55%	2,23%	-5,64%	1,15%	-0,27%	5,53%
Grande	20,37%	-3,08%	-1,59%	9,68%	4,41%	2,82%	0,00%	-2,74%	-14,08%	-14,75%	0,00%	-13,46%	-1,04%	-0,79%	10,18%
TOTAL	2,62%	2,73%	4,21%	4,62%	2,46%	2,67%	1,32%	-1,16%	-2,77%	-2,53%	-2,07%	-1,72%	0,87%	1,89%	2,73%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

A participação dos SCC em relação ao total das empresas no Brasil

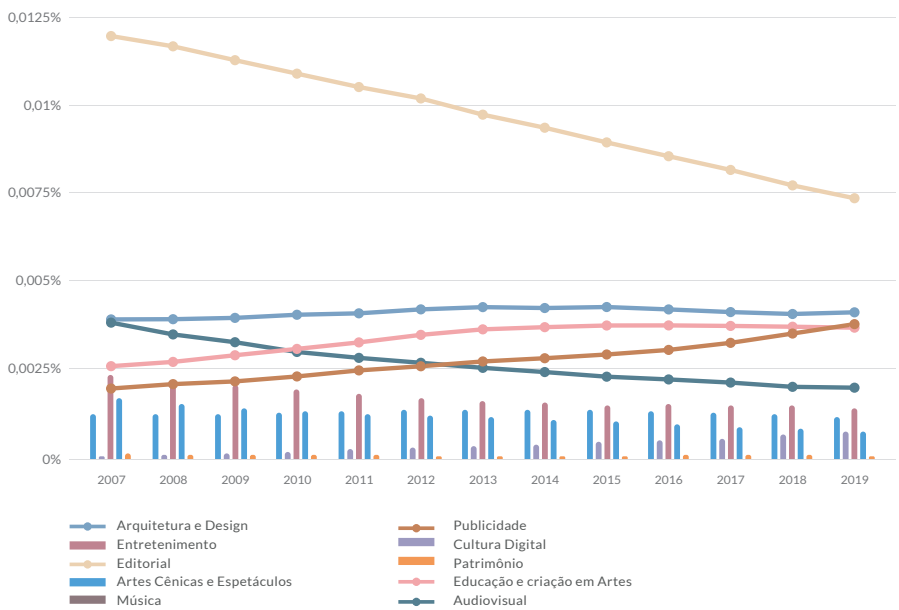
Apesar de todas essas particularidades com relação aos SCC, é preciso reconhecer que, em termos de impacto econômico doméstico, a economia cultural e criativa apresenta ainda um potencial pouco explorado no caso brasileiro[26]. Se os SCC ainda não se constituem em atividades que caracterizam os motores principais da economia interna, eles mostram-se capazes de dinamizar de forma efetiva vários outros setores. Por outro lado, a economia brasileira pode ser considerada relativamente diversificada do ponto de vista

[26] Em alguns países, como no Reino Unido, essas atividades geram em torno de 5% do valor adicionado da economia (UNITED KINGDOM, 2017).

de sua estrutura produtiva, o que dificulta que qualquer setor em particular apresente uma contribuição elevada para a economia doméstica.

Os dados coletados acerca do número de empresas apontam que, dentre todos os SCC considerados, apenas o setor *Editorial* guarda uma participação significativa com relação à totalidade das empresas nacionais (média de 1%), a qual se reduziu continuamente ao longo dos anos analisados. Tal resultado era esperado, dada a preponderância do segmento *Editorial* em termos de quantidade de empresas, principalmente em comparação aos outros ramos. Estes, por sua vez, não chegam a ultrapassar, individualmente, 0,5% das empresas existentes no país em nenhum dos anos (a participação média anual de todos os segmentos ficou em 0,3%). Dentre os setores considerados novos, ou seja, associados às transformações típicas da transição tecno-produtiva para o século XXI, *Educação e Criação em Artes* elevou sua participação de 0,3% para 0,4%, e as empresas de *Cultura Digital* alcançaram 0,1% das empresas nacionais (Gráfico 3.32 e Quadro 3.10).

Gráfico 3.32 – Evolução da participação das empresas culturais e criativas no total de empresas no Brasil, por segmento (2007-2019)*



* Editorial, Arquitetura e Design, Audiovisual, Educação e Criação em Artes e Publicidade no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 3.10 – Estatísticas descritivas – Participação das empresas culturais e criativas no total de empresas no Brasil, por segmento (2007-2019)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	0,42%	0,42%	0,01%
Artes Cênicas e Espetáculos	0,13%	0,13%	0,01%
Audiovisual	0,27%	0,26%	0,06%
Cultura Digital	0,04%	0,04%	0,02%
Editorial	0,98%	0,98%	0,15%
Educação e Criação em Artes	0,34%	0,37%	0,04%
Entretenimento	0,18%	0,17%	0,03%
Música	0,12%	0,12%	0,03%
Patrimônio	0,01%	0,01%	0,00%
Publicidade	0,28%	0,28%	0,06%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Uma forma mais interessante de avaliar esses dados é considerá-los a partir de sua distribuição regional. A depender da unidade federativa e de sua estrutura produtiva característica, os SCC se mostram mais ou menos relevantes ao serem consideradas a totalidade das empresas existentes. Essa discussão territorial é feita na última seção deste capítulo.

O valor adicionado pelos SCC

O panorama descrito pelo número de empresas se torna mais completo se considerarmos o valor adicionado pelos SCC ao total da economia doméstica. Nesse caso, fica claro o paralelo com o número de empresas: os segmentos consolidados dos SCC são aqueles que mais contribuem de forma direta em termos de valor adicionado. Cabe notar, porém, que o *Atlas Econômico da Cultural Brasileira* disponibiliza dados de fluxos econômicos, em função da dificuldade de mensuração e de divulgação de dados sobre os estoques ou a riqueza econômica no Brasil. O Box 3.3 diferencia essas métricas e aplica à economia da cultura e criativa.

BOX 3.3 FLUXOS E ESTOQUES NA ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA

No capítulo 1 do primeiro volume do livro sobre a metodologia do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, Valiati et al. (2017) enfatizam a contribuição de David Throsby na definição de fluxos (processos) e estoques na cultura. Esses conceitos têm uma aplicação ampla. Em linha com o discutido na primeira seção deste capítulo, o conhecimento acumulado pela humanidade é um estoque em contínua expansão. Esse crescimento é possível pela adição de novas informações, resultados de pesquisas, reflexões etc. – em suma, por fluxos de conhecimento que são gerados continuamente e adicionados ao estoque existente. A inovação tecnológica permite acelerar os fluxos e logo a expansão do estoque. Há assim uma forte relação entre fluxos e estoques. Os estoques de uma determinada magnitude aumentam se os fluxos associados forem positivos, e diminuem se os fluxos forem negativos. Em economia a distinção entre fluxos e estoques é fundamental (Klamer, 2002). Um fluxo econômico é uma variação em uma grandeza econômica, medida em termos de quantidades ou valores, ao longo de um período de tempo determinado. Por exemplo, o valor adicionado pelas empresas culturais e criativas é um fluxo econômico, pois se considera o quanto de valor, em termos monetários, foi adicionado à economia pelas atividades daquelas empresas em um determinado período de tempo, geralmente um trimestre ou um ano. Receitas (recebimentos ou entradas de recursos monetários nas empresas) e custos (despesas ou saídas de recursos das empresas) são igualmente fluxos econômicos. Por outro lado, um estoque econômico é uma medida de valor monetário ou de quantidades econômicas em um ponto específico no tempo, por exemplo, no último dia do ano, representando um valor ou quantidade acumulados ao longo de muitos períodos no caso de um estoque durável. O estoque econômico faz parte da riqueza material de uma sociedade. A quantidade de empresas culturais e criativas ao final de cada ano é um estoque, com a criação de novas empresas no ano em questão ampliando-o, e a falência de empresas existentes subtraindo do estoque.

Muitos estoques na economia da cultura e criativa são intangíveis. Por exemplo, o acervo musical de um país é um estoque intangível. Novas composições musicais registradas representam fluxos de serviços musicais que incrementam o acervo existente. Lançamentos são sempre fluxos que adicionam ao estoque da sociedade. Se esses serviços forem direcionados ao mercado, resultando em transações com

valor monetário, haverá aumento do fluxo de renda na economia. Até a revolução do *streaming* (vide box 3.1), as gravadoras basicamente condensavam serviços musicais intangíveis em mídias que assumiam a forma de bens físicos reproduzíveis em dispositivos a partir de uma tecnologia de reprodução, permitindo estocar em parte ou na totalidade o acervo existente. As tecnologias digitais permitem estocar esses acervos igualmente de forma intangível ou de forma condensada. Por sua vez, um concerto musical ao vivo é um fluxo puro de serviços que, sem nem tipo de gravação, é consumido de forma definitiva.

Os fluxos de serviços de artes cênicas e espetáculos possuem a mesma característica. Embora possam ser gravados para reprodução em diversos tipos de mídias, são produzidos para consumo ou fruição imediata, preferencialmente ao vivo. As peças também estão organizadas na forma de um acervo, que tem um recorte nacional, regional e mundial, com a apresentação de peças de autorias diversas no mundo inteiro.

As estações de rádio produzem fluxos de serviços a partir do acervo musical de seus estoques de capital (equipamentos de transmissão, antenas, etc.). Os ouvintes consomem esses serviços a partir de um estoque de bens de consumo duráveis (equipamentos de recepção como aparelhos de rádio, computadores, tabletes, telefones móveis, dispositivos de reprodução digital etc.). Os demais subsetores do segmento audiovisual apresenta características parecidas, mas o consumo típico dos serviços desse segmento é equivalente ao de um bem semipúblico ou de clube (ver capítulo 1 desse Atlas), com a geração do fluxo sendo originada geralmente da reprodução de uma mídia.

Da mesma forma, os livros publicados e distribuídos no Brasil ao longo da história representam o estoque ou acervo literário do País. Reedições de obras antigas não aumentam o estoque ou acervo literário, mas ampliam o fluxo de bens (livros) econômicos. O lançamento de novas autoras permite aumentar o fluxo de obras e de bens econômicos, que adicionarão ao acervo (estoque existente). A digitalização também afeta o segmento Editorial, principalmente pela maior capacidade de estocar o acervo existente em formato eletrônico, efetuar lançamentos de novas obras nos novos formatos e disponibilizar o consumo ou fruição das obras em mídias digitais ou mesmo na restauração da tradição oral para leitores com dificuldade visual.

Os fluxos de serviços arquitetônicos, executados em um determinado período de tempo, se materializam em edificações ou intervenções que passam a integrar o

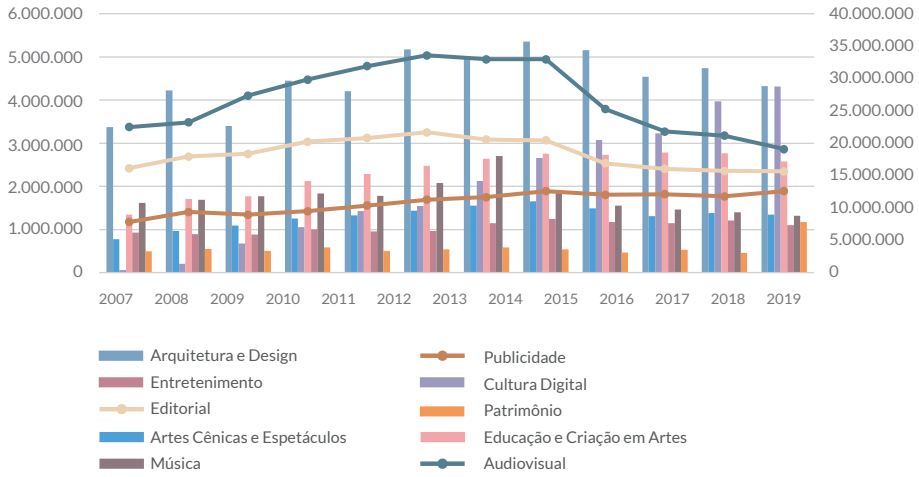
patrimônio ou estoque econômico da sociedade de forma duradoura. Mas esse patrimônio ou estoque é também simbólico, isto é, histórico-cultural, urbanístico etc. Muitas vezes a projeção do valor simbólico do estoque vai além das fronteiras nacionais, transformando um patrimônio cultural local em patrimônio da humanidade. A partir desse patrimônio, fluxos de serviços na forma de fruição de conhecimento são produzidos, podendo gerar renda econômica na forma de cobrança por meio de ingressos pagos para acessar o estoque. Bibliotecas, igrejas, templos e museus podem ser caracterizados de forma similar.

A ênfase do *Atlas* na dimensão dos fluxos não identifica transformações nos estoques, que para alguns segmentos dos SCC são mais importantes para a geração de fluxos de renda. Assim, no segmento de Patrimônio, o valor de um acervo de um museu não entra na mensuração da contribuição econômica do mesmo. O acervo pode ter um preço sombra, isso é, uma estimativa de valor monetário que vigoraria caso as obras de arte estivessem à venda no mercado. Mas o fluxo de receita monetária advém da cobrança pelo ingresso, ou então de subvenções públicas, e não da venda das obras artísticas. Esse modelo é oposto ao das galerias de arte, nas quais a exibição das obras em geral não é cobrada, já que o objetivo é a venda do acervo, ou seja, transferir o estoque, que se renova com o lançamento de novos artistas ou pela aquisição de obras existentes em leilões para posterior revenda como forma de geração de fluxos de renda pela diferença entre o preço de compra e o preço de venda. No momento da exibição as obras têm um caráter de bem semipúblico ou de clube. No momento da venda, são transformadas em bens privados. No modelo dos museus, a medida do valor do acervo ou do estoque é uma métrica mais precisa da importância econômica dos mesmos, como guardiões de patrimônio cultural que assume a forma intrínseca de bem público, enquanto o fluxo gerado pela posse do estoque será uma parcela reduzida, mas não menos importante, da contribuição econômica do setor, já que é necessário para a manutenção do acervo, que necessariamente se deprecia com a passagem do tempo, ao contrário dos acervos intangíveis. Por outro lado, a importância simbólica desse acervo sugere que o estoque não deva ser transferido e permaneça como bem semipúblico ou de clube, ampliando o acesso ao mesmo. Isso condiciona e modifica os fluxos desse importante setor, pois a natureza de bem público requer subvenções orçamentárias para a manutenção do acervo e das condições para acessá-lo de forma universal.

Com relação aos dados sobre os fluxos de valor adicionado, apesar de os novos setores apresentarem uma trajetória ascendente, o valor adicionado pelo setor *Cultura Digital* ou pelo setor *Artes cênicas e espetáculos* é consideravelmente menor do que o valor adicionado pelo *Audiovisual* ou pelo *Editorial*. Conforme se observa no Gráfico 3.33 e nos Quadros 3.12 e 3.12a, esses dois setores, somados ao setor de *Publicidade*, são os que contribuem de forma mais substancial em termos de valor adicionado, totalizando cerca de 81% do valor adicionado total na média.

O Quadro 3.11 apresenta a evolução das estatísticas descritivas do valor adicionado pelos SCC no período, uma expansão média de mais de 15% em termos reais entre o início e o fim do período, e um crescimento mediano de mais de 100% na mesma comparação. A mediana fica significativamente abaixo da média em todo o período, e o desvio padrão é muito elevado, corroborando a heterogeneidade dos SCC com relação também ao valor adicionado. O Quadro 3.13 mostra o valor adicionado por empresa para cada ano com informações disponíveis. Há um crescimento, em termos reais, até 2014, com queda em 2013 e forte redução em 2015. Esses números devem ser considerados também em termos do porte das empresas. Como há o predomínio de microempresas nos SCC, trata-se de números per capita consideráveis, considerando-se por exemplo que, o SEBRAE estabelece o limite de R$ 360 mil de receita bruta, não de valor adicionado, para delimitar as microempresas. Todavia, é preciso considerar também a heterogeneidade dos SCC. O Quadro 3.14 apresenta os dados de valor adicionado por empresa por segmento. Aqui se nota que a capacidade de adicionar valor econômico não está necessariamente associada ao porte ou mesmo ao número de empresas. O segmento *Audiovisual* permanece como o mais importante em termos de valor adicionado por empresa. Porém, o segmento de *Patrimônio*, que possui o menor número de empresas e não possui grandes empresas em muitos anos no período analisado, por essa métrica, é o segundo mais importante. E *Cultura Digital* fica à frente de *Publicidade* (e também de *Patrimônio* pela mediana).

Gráfico 3.33 – Evolução do valor adicionado dos setores culturais e criativos (em R$ mil, 2007-2018)*



*Audiovisual, Editorial e Publicidade no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.11 – Estatísticas descritivas – Evolução do valor adicionado dos setores culturais e criativos (em R$ bilhões, 2007-2018)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Média	5,50	6,08	6,47	7,19	7,55	8,07	8,09	8,21	6,98	6,49	6,46	6,35
Mediana	1,48	1,70	1,77	1,98	2,03	2,28	2,67	2,71	2,90	3,00	3,37	3,44
Desvio Padrão	7,76	8,20	9,23	10,03	10,64	11,13	10,74	10,75	8,37	7,46	7,21	6,79

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.12 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	4.490.682	4.491.126	644.144
Artes Cênicas e Espetáculos	1.299.976	1.339.505	250.621
Audiovisual	26.797.168	26.302.374	5.285.909
Cultura Digital	2.027.448	1.834.630	1.428.800
Editorial	18.368.355	18.150.736	2.270.751
Educação e Criação em Artes	2.330.297	2.527.628	488.324
Entretenimento	1.052.841	1.049.035	129.487
Música	1.757.390	1.729.425	367.382
Patrimônio	575.475	532.826	190.818
Publicidade	10.840.850	11.474.680	1.593.277

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.12a – Estatísticas descritivas – Distribuição setorial do valor adicionado dos setores culturais e criativos (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	6,47%	6,46%	0,7%
Artes Cênicas e Espetáculos	1,86%	1,85%	0,2%
Audiovisual	38,34%	40,44%	4,2%
Cultura Digital	2,91%	2,27%	2,2%
Editorial	26,49%	26,14%	2,0%
Educação e Criação em Artes	3,35%	3,17%	0,6%
Entretenimento	1,53%	1,49%	0,2%
Música	2,52%	2,45%	0,4%
Patrimônio	0,84%	0,74%	0,3%
Publicidade	15,68%	14,90%	2,2%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Quadro 3.13 – Estatísticas descritivas – Evolução do valor adicionado por empresa cultural e criativa (em R$ mil, 2007-2018)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
VA/ Empresa	619,91	666,95	691,76	737,01	740,43	772,18	753,77	754,70	649,33	621,39	633,99	636,31

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.14 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado por empresa cultural e criativa, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

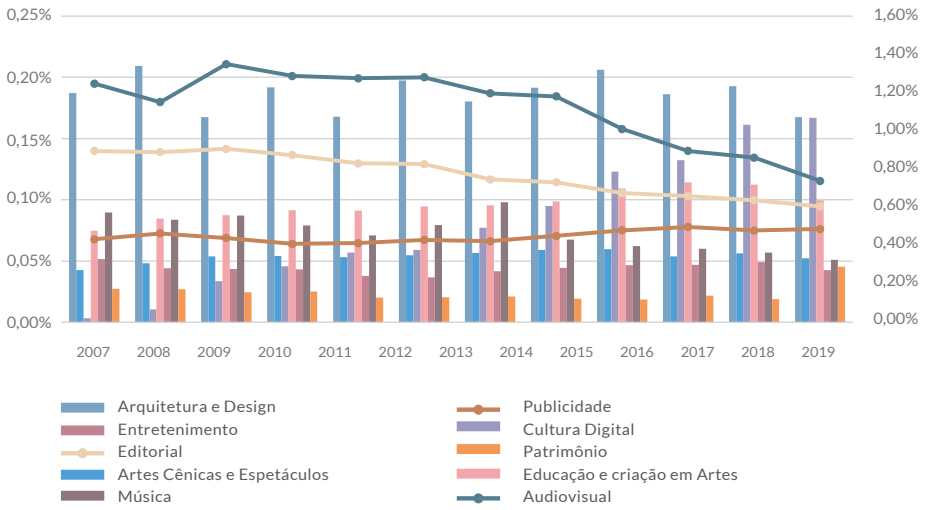
	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	297,08	294,84	24,82
Artes Cênicas e Espetáculos	265,35	270,77	24,78
Audiovisual	2.716,21	2.626,13	470,62
Cultura Digital	1.330,96	1.447,95	415,28
Editorial	512,82	509,85	37,10
Educação e Criação em Artes	186,64	185,87	7,75
Entretenimento	164,97	165,34	28,15
Música	403,16	388,40	69,53
Patrimônio	1.446,31	1.329,04	496,15
Publicidade	1.125,99	1.125,83	156,47

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Os segmentos *Audiovisual*, *Editorial* e *Publicidade* se destacam quando se compara a evolução da razão entre o valor adicionado pelos SCC e o valor adicionado total da economia brasileira ao longo do período vigente. Como mostra o Gráfico 3.34, a participação relativa dos setores *Audiovisual* e *Editorial* apresentou uma tendência de queda nos últimos períodos da análise, enquanto o setor de *Publicidade* manteve estabilidade. Nesse caso, ao contrário do que se verifica ao analisar o número de empresas, destaca-se o setor *Audiovisual*, cuja parcela representa em torno de 1,1% do valor adicionado total da economia, em média, corroborando os resultados por empresa; enquanto que outros setores mais dinâmicos em termos de empresas, como o setor *Arquitetura e Design*, possuem um desempenho menos expressivo, alcançando menos

que 0,2% do valor adicionado total da economia. Uma possível explicação para esse fenômeno deve residir na combinação do tamanho do setor com a própria estrutura produtiva.

Gráfico 3.34 – Evolução da razão entre o valor adicionado dos setores culturais e criativos e o valor adicionado total no Brasil, por segmento (2007-2018)*



*Editorial, Audiovisual e Publicidade no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Apesar disso, não são necessariamente os maiores setores aqueles que apresentam as maiores taxas de crescimento em termos de valor adicionado. Se considerar o crescimento do valor adicionado pelos SCC entre 2007 e 2018, nota-se que três segmentos cresceram de forma muito rápida com base na média anual: *Artes cênicas e espetáculos* (18,5%), *Educação e Criação em Artes* (20%) e principalmente *Cultura Digital* (quase 630%). Com base no crescimento real mediano, *Cultura Digital* ainda apresenta um dinamismo substancial (quase 35% ao ano), com *Arquitetura e Design* crescendo 14% e *Publicidade* 9%. O Quadro 3.15 resume as taxas médias e medianas anuais de crescimento e o desvio padrão para cada segmento.

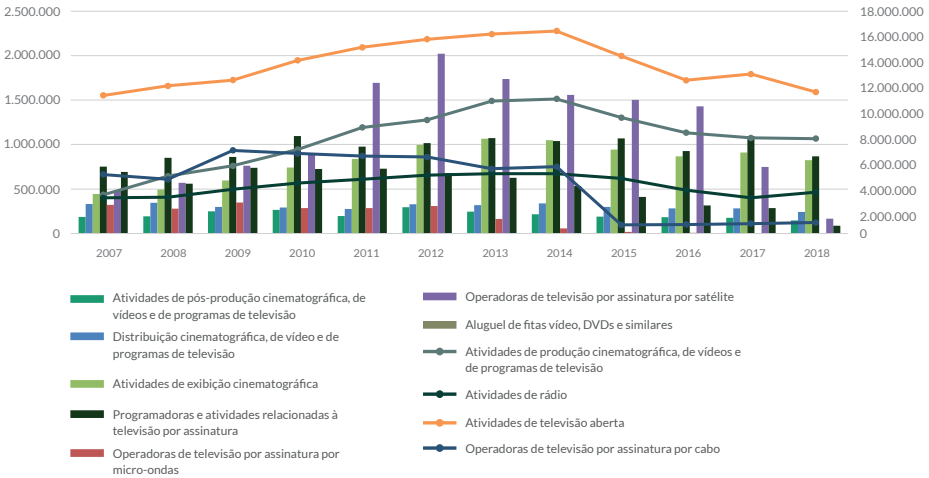
Quadro 3.15 – Estatísticas descritivas – Crescimento do valor adicionado dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	14,04%	13,95%	25,26%
Artes Cênicas e Espetáculos	18,52%	8,33%	29,88%
Audiovisual	3,57%	5,17%	12,14%
Cultura Digital	628,32%	34,55%	1.644,26%
Editorial	1,35%	3,08%	9,71%
Educação e Criação em Artes	20,10%	7,91%	32,56%
Entretenimento	5,55%	0,94%	11,48%
Música	0,88%	2,55%	8,53%
Patrimônio	-0,34%	-3,98%	11,22%
Publicidade	12,40%	8,81%	19,49%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Com base na desagregação por subsetores, é possível identificar quais atividades econômicas sustentam os maiores valores e quais deles estiveram na linha de frente deste incremento no valor adicionado durante o período. Com relação ao setor *Audiovisual*, os maiores valores decorrem das categorias Atividades de televisão aberta, Operadoras de televisão por assinatura por cabo, Atividades de rádio e Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão, os quais representam cerca de 85% do valor adicionado médio no período. Isso mostra a importância das atividades mais tradicionais no sentido de agregar valor à produção. Atividades de televisão aberta é a categoria que mais adiciona valor ao longo do período (média de R$ 13,6 bilhões), sendo seguida pelas Operadoras de Televisão por assinatura por cabo (média de R$ 4 bilhões) (Gráfico 3.35).

Gráfico 3.35 – Evolução do valor adicionado pelo segmento Audiovisual, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*

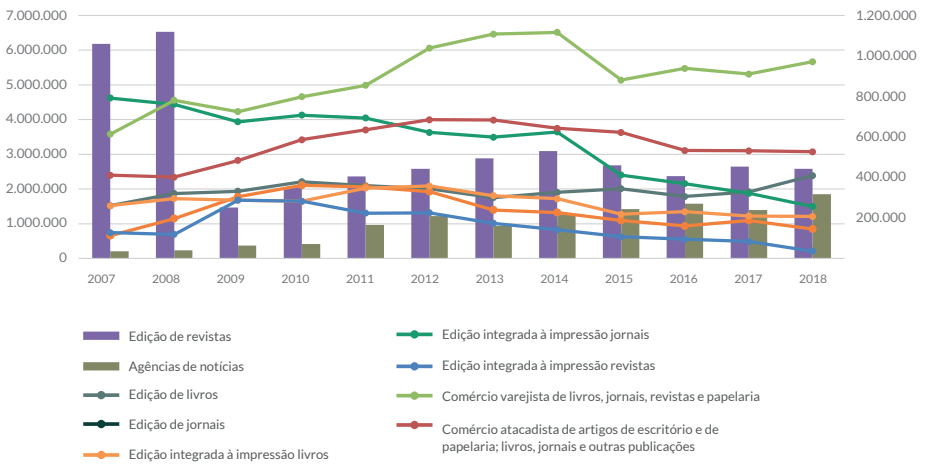


*Edição de Revistas e Agências de notícias no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O setor *Editorial*, o segundo mais relevante em termos absolutos, apoia-se basicamente pelas atividades de Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (valor adicionado médio anual de R$ 5,2 bilhões) (Gráfico 3.36).

Gráfico 3.36 – Evolução do valor adicionado pelo segmento Editorial, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*

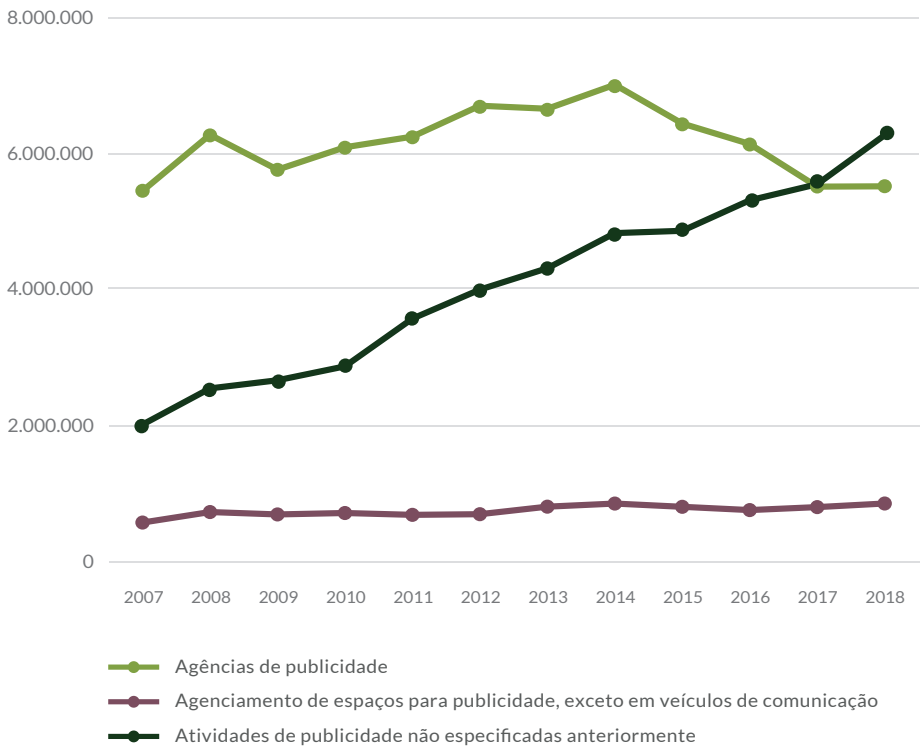


*Edição de Revistas e Agências de notícias no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Destaca-se, ainda, o papel que as Agências de publicidade cumprem no sentido de sustentar o alto valor adicionado pela *Publicidade* (média anual de R$ 6,1 bilhões). Embora seja a categoria mais representativa em termos absolutos, a variação de sua participação é bem menor do que a verificada com relação às Atividades de publicidade não especificadas anteriormente, o que ilustra uma tendência à diversificação na participação dos subsetores tradicionais do segmento *Publicidade*; enquanto o valor adicionado pelas agências, que perfaziam quase 70% do segmento em 2007, cresceu R$ 69 milhões em 2018 comparado àquele ano, as atividades não especificadas aumentaram pouco mais de R$ 4,4 bilhões em 2018, com a subdivisão passando de 23% para 50% do segmento (Gráfico 3.37).

Gráfico 3.37 – Evolução do valor adicionado pelo segmento de Publicidade, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)

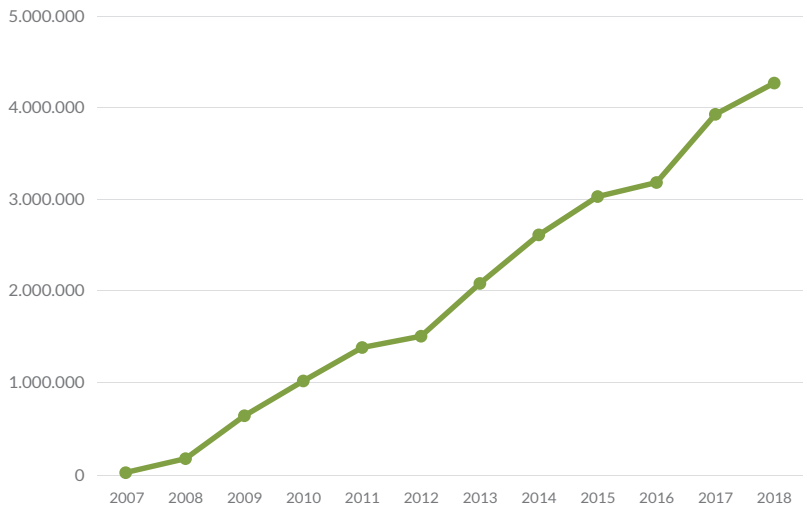


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Por fim, é importante ressaltar as categorias responsáveis pela expansão no valor adicionado dos SCC mais dinâmicos. Novamente, com relação

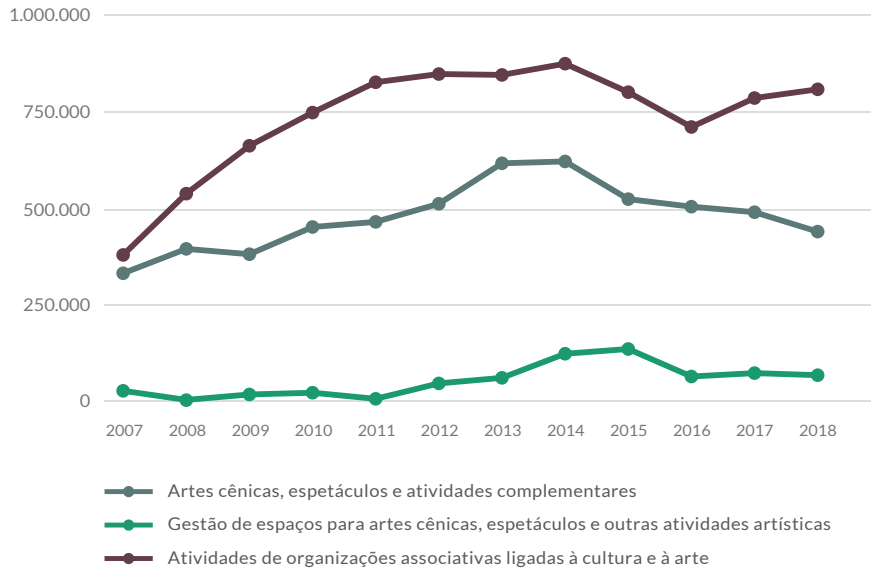
à *Cultura Digital*, a subcategoria Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação proporcionou incremento de mais de R$ 4,2 bilhões durante os doze anos analisados (Gráfico 3.38). No que diz respeito às *Artes Cênicas e Espetáculos,* o subsetor mais importante foram as Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte, que elevou em aproximadamente R$ 400 milhões o valor adicionado do segmento (Gráfico 3.39).

Gráfico 3.38 – Evolução do valor adicionado pelo segmento de Cultura Digital (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 3.39 – Evolução do valor adicionado pelo segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Em resumo, os SCC adicionam cerca de 1% de valor à economia brasileira ao ano, mas com muita variabilidade entre os segmentos e dentro dos segmentos, tanto em termos de velocidade de crescimento e de adição de valor por empresa. Para se ter uma comparação, o setor automobilístico responde por 4% do PIB no Brasil, segundo o IBGE. Isso sugere que, apesar da desaceleração recente, os SCC possuem elevado potencial para alavancar o crescimento e o desenvolvimento (significando aqui mudança estrutural) econômico no Brasil nos próximos anos.

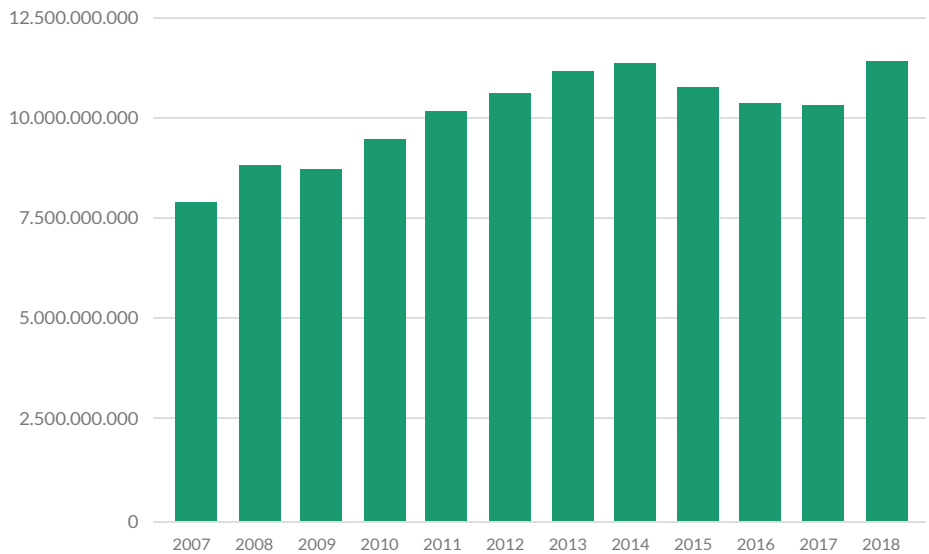
DESEMPENHO MICROECONÔMICO DOS EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E CRIATIVOS: RECEITAS E CUSTOS

Na seção anterior, traçou-se um conjunto de tendências com relação ao tamanho e ao potencial das indústrias culturais e criativas no período analisado. Nessa seção, a avaliação dos empreendimentos criativos e culturais é feita sob

uma ótica da realidade econômica dos SCC e de seu dinamismo em termos de receitas e de custos. A discussão aqui propõe um panorama acerca dessas duas variáveis, eximindo-se da necessidade de realizar uma avaliação mais detalhada acerca das razões pelas quais as receitas e os custos das empresas comportaram-se da maneira apresentada. A dimensão do lucro, disponível na Plataforma do *Atlas*, pode ser induzida aqui a partir da relação entre as duas variáveis analisadas.

O primeiro ponto a ser destacado é a relação que as receitas dos SCC possuem com a evolução dessa variável no agregado da economia brasileira. Para tanto, o Gráfico 3.40 indica o total das receitas da economia nacional ao longo do período analisado. A média anual foi de R$ 10,1 trilhões, com crescimento médio anual de 4,1% e mediano de 4,5%.

Gráfico 3.40 – Evolução da receita bruta total no Brasil (em R$ mil, 2007-2018)

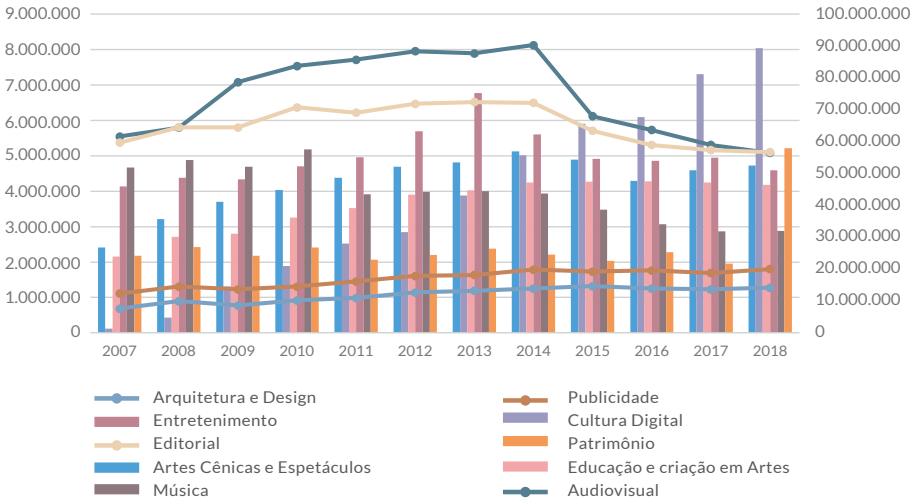


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Percebe-se que há um aumento anual progressivo dos valores, com a exceção do ano de 2009, quando há uma pequena redução. Deve-se atentar para os efeitos imediatos da crise financeira global de 2008 sobre a produção e o consumo, que podem ter feito recuar a trajetória de incremento do total acumulado com as vendas. Ao se analisar o Gráfico 3.41, observa-se que essa contenção da trajetória de elevação da receita ocorre de maneira similar nos SCC, com exceção do setor *Audiovisual*, cujo processo incremental se mantém até 2012. Outra exceção consiste na *Cultura Digital*, que também não sofreu redução em 2009. De maneira geral, no entanto, a receita bruta dos segmentos oscila, mas apresenta uma leve trajetória de elevação, assim como se verifica no agregado em termos de Brasil.

O Quadro 3.16 apresenta as estatísticas descritivas para a receita bruta a partir de cada segmento dos SCC, setor ano a ano, mostrando que a heterogeneidade caracteriza as receitas dos SCC, com medianas bem abaixo das médias e elevado desvio padrão. No agregado, somando as receitas de todos os segmentos, a receita bruta anual média foi de R$ 191 bilhões ou cerca de R$ 19,1 bilhões por segmento. A distribuição real por segmento, contudo, é muito heterogênea. O Quadro 3.17 mostra a receita bruta média e mediana anual por segmento, enquanto o Quadro 3.17a ilustra a distribuição percentual média e mediana para o período. Os segmentos *Audiovisual*, *Editorial* e *Publicidade* representam, somados, cerca de 82% das receitas brutas dos SCC. O Quadro 3.18 mostra a receita bruta média e mediana por empresa para cada segmento. A receita bruta média e mediana anual por empresa no período, para os SCC como um todo, foi de pouco mais de R$ 2,3 milhões. Os dados por segmento mostram a liderança do segmento *Audiovisual*. Contudo, assim como no caso do valor adicionado por empresa, o segmento de *Patrimônio* fica em segundo lugar, seguido pelo segmento de *Cultura Digital*.

Gráfico 3.41 – Evolução da receita bruta dos setores culturais e criativos (em R$ mil, 2007-2018)*



*Arquitetura e Design, Audiovisual, Editorial e Publicidade no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.16 – Estatísticas descritivas – Evolução da receita bruta dos setores culturais e criativos (em R$ bilhões, 2007-2018)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Média	15,70	17,14	18,44	20,07	20,33	21,42	21,73	22,24	19,08	18,10	17,47	17,70
Mediana	4,40	4,63	4,51	4,94	4,67	5,20	5,79	5,37	5,41	5,48	6,13	6,62
Desvio Padrão	23,95	25,27	28,42	30,54	30,65	31,58	31,33	31,84	25,17	23,43	22,07	21,18

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.17 – Estatísticas descritivas – Receita bruta dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	11.967.206	12.942.246	2.394.168
Artes Cênicas e Espetáculos	4.239.253	4.484.512	789.043
Audiovisual	73.960.378	73.306.329	12.919.208
Cultura Digital	3.779.099	3.364.697	2.673.840
Editorial	65.123.266	64.489.420	6.025.763
Educação e Criação em Artes	3.632.899	3.960.387	736.910
Entretenimento	4.990.450	4.883.519	730.491
Música	3.963.590	3.960.914	785.361
Patrimônio	2.459.386	2.204.607	879.761
Publicidade	17.067.589	18.025.835	2.695.795

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.17a – Estatísticas descritivas – Distribuição setorial da receita bruta dos setores culturais e criativos (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	6,27%	6,00%	1,23%
Artes Cênicas e Espetáculos	2,21%	2,20%	0,33%
Audiovisual	38,50%	39,79%	3,61%
Cultura Digital	1,98%	1,56%	1,51%
Editorial	34,16%	33,45%	1,97%
Educação e Criação em Artes	1,90%	1,84%	0,36%
Entretenimento	2,61%	2,58%	0,21%
Música	2,09%	1,85%	0,50%
Patrimônio	1,31%	1,15%	0,53%
Publicidade	8,96%	8,42%	1,42%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

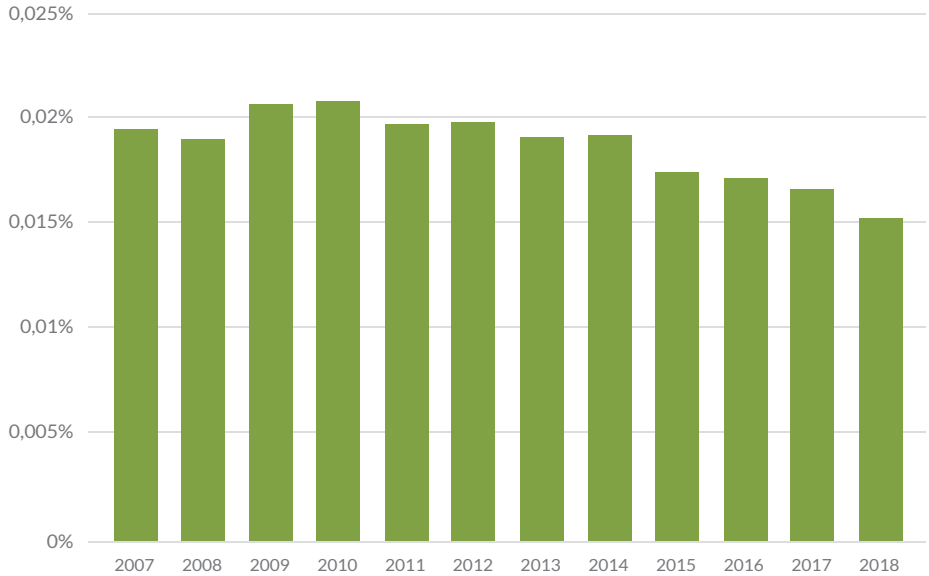
Quadro 3.18 – Estatísticas descritivas – Receita bruta por empresa cultural e criativa, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	784	805	74
Artes Cênicas e Espetáculos	866	889	84
Audiovisual	7.507	7.302	1.156
Cultura Digital	2.488	2.696	753
Editorial	1.821	1.801	80
Educação e Criação em Artes	291	287	11
Entretenimento	780	788	132
Música	902	880	94
Patrimônio	6.177	5.648	2.269
Publicidade	1.768	1.760	228

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Comparando o total das receitas brutas dos SCC com o total das receitas da economia, a participação fica em torno de 1,9% no período. É interessante notar, conforme o Gráfico 3.42, que essa participação atinge um pico em 2009-2010 e declina, com anos de elevação, a partir de 2011.

Gráfico 3.42 – Evolução da participação da receita dos setores culturais e criativos na receita total no Brasil (2007-2018)

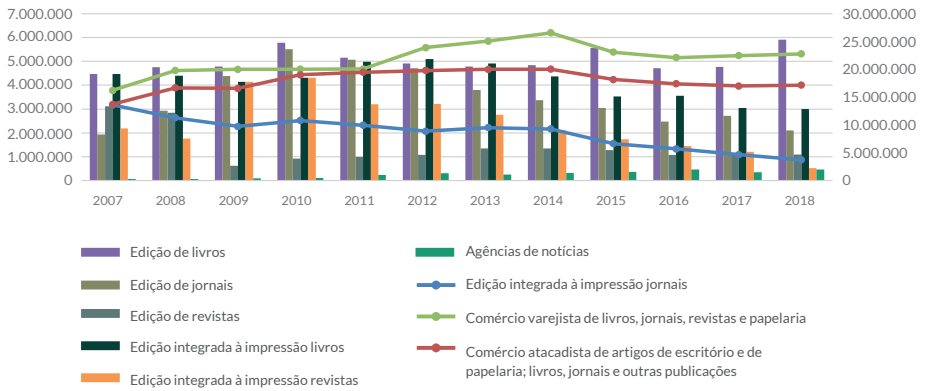


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Sublinha-se também que, com base no Quadro 3.17, de forma similar ao valor adicionado, a receita bruta dos SCC, sem ajustar pelo número de empresas em cada segmento, é mais expressiva naqueles setores mais tradicionais, que já se encontram em graus mais elevados de capilaridade e institucionalização e são importantes pelo grande número de empresas, que multiplica a receita bruta total. Nesse sentido, destaca-se o setor *Audiovisual* (que tem importância mesmo quando se ajusta pelo número de empresas) e o setor *Editorial* como aqueles setores em que a receita bruta obtida é consideravelmente maior do que nos outros setores. Ademais, é possível verificar em ambos uma tendência crescente das receitas até 2014, com uma forte redução em 2015, o que indica a presença de certo dinamismo até o início da crise econômica. Essa tendência contrasta, por exemplo, com a situação de relativa estagnação verificada no caso do *Patrimônio* e do setor *Música*, que apresentam, inclusive uma tendência à redução das receitas brutas na comparação entre o primeiro e o último ano da série (embora o Quadro 3.18 mostre que o setor de Patrimônio apresenta elevada receita bruta por empresa).

Por fim, resta analisar como se apresenta a evolução da receita dos SCC a partir das atividades econômicas específicas, de forma a identificar os subsetores mais dinâmicos. No segmento *Editorial* identificam-se o comércio atacadista (receita bruta anual média de aproximadamente R$ 18 bilhões) e o varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (receita bruta anual média de cerca de R$ 22 bilhões) como os mais significativos em relação à receita bruta, em valores absolutos; e nota-se a tendência de queda das receitas brutas de Edição integrada à impressão de jornais, que em 2018 apresentaram um valor de quase R$ 9,9 bilhões a menos do que em 2007. Em termos proporcionais, porém, a Edição de revistas perdeu cerca de 76% da receita bruta no período (Gráfico 3.43).

Gráfico 3.43 – Evolução da receita bruta do segmento Editorial, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*



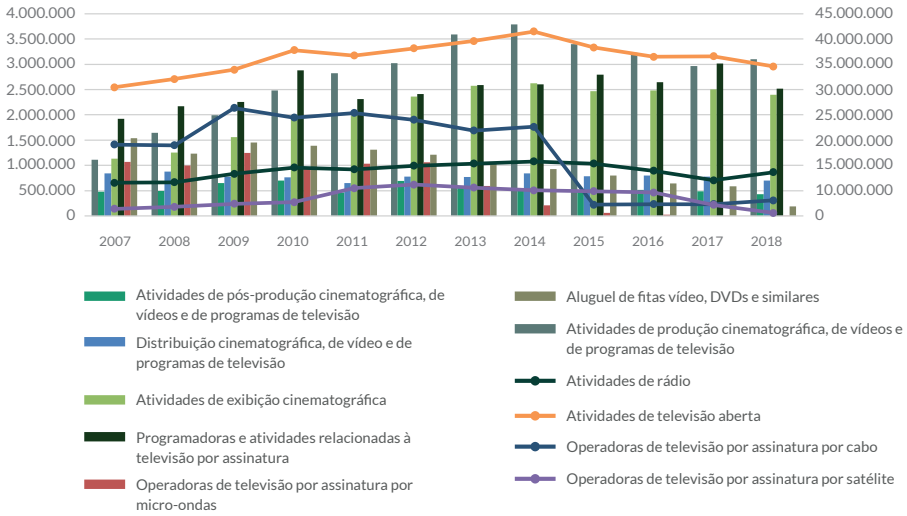
*Edição integrada à impressão de jornais, comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações e comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No segmento *Audiovisual*, a maior parcela das receitas é gerada pelo subsetor de Atividades de televisão aberta, que teve um incremento de R$ 4,6 bilhões de reais entre 2007 e 2018, e receita bruta média anual de aproximadamente R$ 35 bilhões. Outra categoria de relevância em termos de receita são as Atividades de rádio, responsáveis por algo em torno de R$ 9,7 bilhões em receitas brutas para o segmento no ano de 2018, um fato interessante se considerarmos o papel do rádio em contraposição às novas tecnologias digitais e as novas plataformas de conteúdo

musical. Por fim, as Operadoras de televisão por assinatura por cabo perderam mais de R$ 17 bilhões em receitas entre 2014 e 2015 (Gráfico 3.44).

Gráfico 3.44 – Evolução da receita bruta do segmento Audiovisual, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*

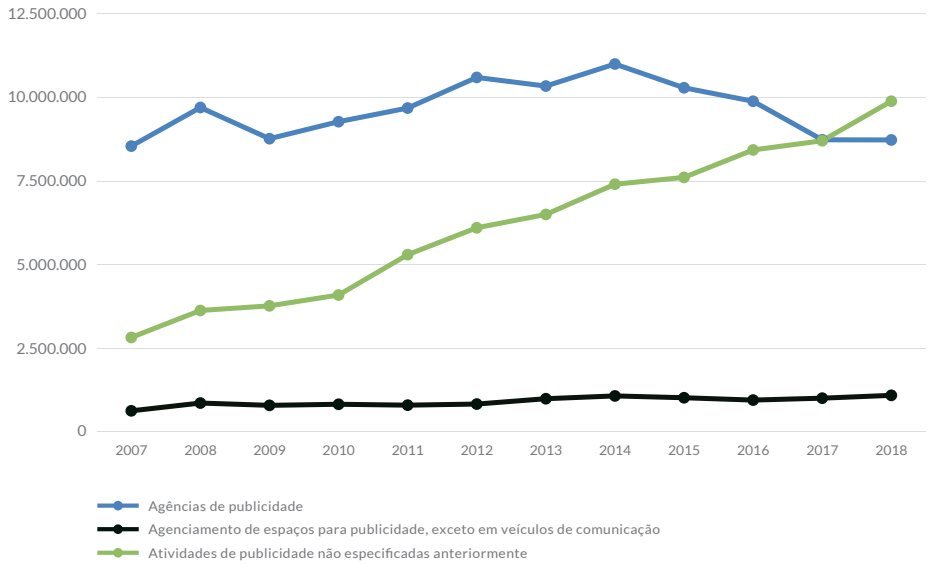


*Atividades de televisão aberta, Operadoras de televisão por assinatura por satélite, atividades de rádio e operadoras de televisão por assinatura por cabo no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação ao segmento *Publicidade*, vale mencionar que grande parte das receitas brutas é derivada das atividades das Agências de publicidade (média anual de R$ 9,7 bilhões), embora não seja esta a categoria mais dinâmica do setor. Nesse caso, há um crescimento de mais de 200% entre 2007 e 2018 nas Atividades de publicidade não especificadas anteriormente. Esse subsetor passou a superar a relevância das agências no quesito receitas brutas obtidas a partir do último ano de análise, como aponta o Gráfico 3.45.

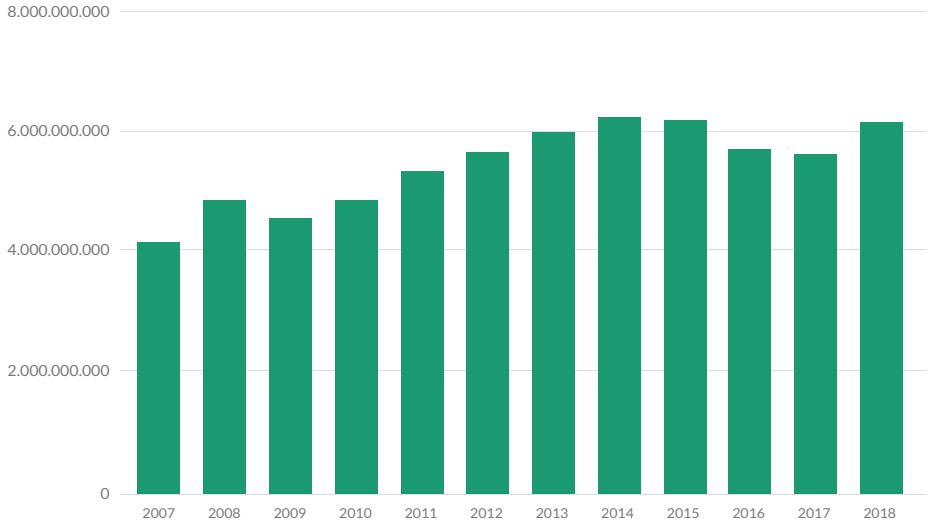
Gráfico 3.45 – Evolução da receita bruta do segmento de Publicidade, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Passando à variável custos, toma-se como referência inicial a evolução dos custos totais da economia brasileira durante o período 2007-2018, com uma média anual de quase R$ 5,5 trilhões. O Gráfico 3.46 mostra a evolução dos custos totais da economia ao longo do período em questão, e evidencia um movimento similar àquele identificado no caso das receitas.

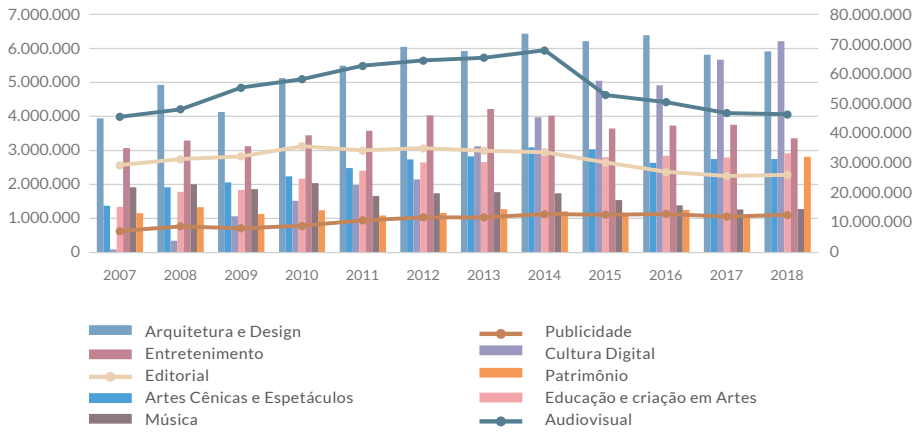
Gráfico 3.46 – Evolução do custo total no Brasil (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Há um declínio no ano de 2009, provavelmente motivado pela reação à crise de 2008, mas a trajetória é rapidamente retomada e segue uma tendência ascendente. No Gráfico 3.47, que ilustra a evolução dos custos totais nos SCC, a queda de 2009, ao contrário do que ocorre no caso das receitas, não parece ter tido um efeito tão abrangente sobre os SCC: dentre os dez setores considerados, metade teve seus custos reduzidos entre 2008 e 2009 e os outros cinco seguiram uma trajetória de elevação. Uma das explicações possíveis para este fenômeno é que, ao contrário do movimento da receita, que depende majoritariamente das vendas ocorridas no período, o custo está associado, dentre outros elementos, à decisão do empresário de investir ou ajustar a produção e às condições apresentadas nesse contexto. Nesse caso, pode ser que as instabilidades da economia global não tenham afetado as expectativas de parte dos SCC, que sustentaram uma trajetória de custos crescentes. No próximo capítulo um componente importante dos custos, os salários, são considerados. No capítulo 6 as importações, outra possível fonte de variação dos custos, são abordadas.

Gráfico 3.47 – Evolução do custo total dos setores culturais e criativos (em R$ mil, 2007-2018)*



*Editorial, Audiovisual, Publicidade no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Quadro 3.19 mostra as estatísticas descritivas para os custos dos SCC a partir dos segmentos. Assim como no caso do valor adicionado e das receitas brutas, a mediana está significativamente abaixo da média e o desvio padrão é muito alto, mostrando a existência de profundas diferenças com relação à participação dos diferentes segmentos nos custos de produção e distribuição de bens e serviços culturais. O custo médio anual total de todos os segmentos dos SCC foi de R$ 118 bilhões, ou R$ 11,8 bilhões na média por segmento. Os Quadros 3.20 e 3.20a mostram que a distribuição dos custos por é por SCC é assimétrica , contudo, com maior participação dos segmentos de *Audiovisual*, *Editorial* e *Publicidade*. O primeiro apenas responde por praticamente metade de todos os custos dos SCC. Somados, representam quase 83% de todos os custos. Por fim, o Quadro 3.21 apresenta o custo por empresa para cada segmento. Assim como no caso do valor adicionado por empresa e receita por empresa, o custo por empreendimento mostra diferenças importantes entre os segmentos. *Audiovisual* segue tendo os maiores custos por empresa, mas *Patrimônio* e *Cultura Digital* também aparecem entre os maiores.

Quadro 3.19 – Estatísticas descritivas – Evolução do custo total dos setores culturais e criativos (em R$ mil, 2007-2018)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Média	9.496.010	10.378.407	11.107.006	12.068.888	12.644.878	13.180.962	13.331.224	13.778.643	11.925.182	11.370.069	10.776.271	11.041.735
Mediana	2.487.899	2.645.609	2.592.428	2.843.806	3.030.902	3.383.574	3.670.390	3.996.839	4.344.960	4.325.577	4.708.081	4.634.660
Desvio Padrão	15.355.078	16.131.952	18.222.295	19.286.869	20.247.476	20.724.139	20.825.758	21.376.869	16.834.704	15.835.990	14.683.514	14.488.221

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.20 – Estatísticas descritivas – Custo total dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	5.530.549	5.865.144	835.096
Artes Cênicas e Espetáculos	2.489.894	2.688.254	504.271
Audiovisual	55.401.715	54.177.788	8.183.571
Cultura Digital	3.007.112	2.632.993	2.120.882
Editorial	31.239.298	31.826.534	3.544.012
Educação e Criação em Artes	2.420.980	2.652.881	518.940
Entretenimento	3.603.998	3.609.413	366.432
Música	1.681.180	1.733.845	266.706
Patrimônio	1.323.977	1.188.422	476.349
Publicidade	10.884.027	11.800.595	2.075.617

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.20a – Estatísticas descritivas – Distribuição setorial do custo total dos setores culturais e criativos (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	4,7%	4,6%	0,6%
Artes Cênicas e Espetáculos	2,1%	2,1%	0,3%
Audiovisual	47,0%	48,1%	2,7%
Cultura Digital	2,5%	2,0%	1,9%
Editorial	26,7%	26,1%	2,7%
Educação e Criação em Artes	2,1%	2,0%	0,4%
Entretenimento	3,1%	3,1%	0,2%
Música	1,4%	1,3%	0,3%
Patrimônio	1,1%	1,0%	0,5%
Publicidade	9,3%	8,9%	1,6%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

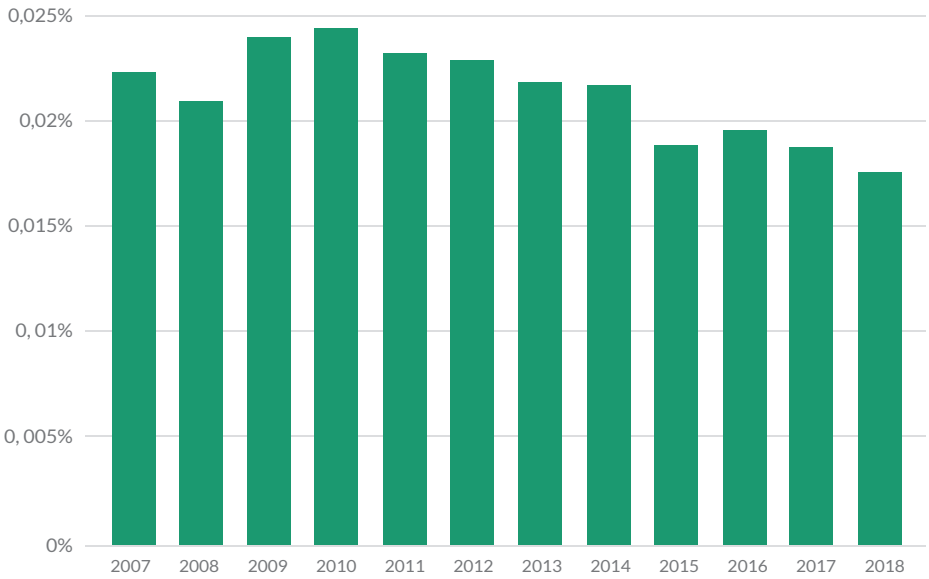
Quadro 3.21 – Estatísticas descritivas – Custo total por empresa cultural e criativa, por segmento (em R$ mil, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	364,77	367,01	21,63
Artes Cênicas e Espetáculos	507,33	513,05	51,30
Audiovisual	5.645,10	5.672,89	840,44
Cultura Digital	1.983,24	2.175,89	615,99
Editorial	872,07	873,60	48,11
Educação e Criação em Artes	193,68	192,39	9,92
Entretenimento	563,28	583,35	76,30
Música	383,97	383,35	24,62
Patrimônio	3.325,51	3.091,92	1.228,95
Publicidade	1.117,35	1.124,67	115,22

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Avaliando a magnitude que o total dos custos associados aos SCC possui em relação ao total dos custos da economia, pode-se perceber que, assim como no caso das receitas, a média fica em 2,2%. Portanto, os custos dos SCC são ligeiramente mais importantes como fração do total da economia do que as receitas. Como mostra o Gráfico 3.48, há uma redução dessa relação em 2008, que é rapidamente recuperada em 2009 e 2010 e, a partir de então, passa a sofrer reduções de forma a atingir um patamar inferior ao do início do período analisado. Oscilações da conjuntura econômica podem explicar esses movimentos, embora uma conclusão possível seja de que, assim como as receitas, os custos dos SCC não superam a marca de aproximadamente 2% dos custos totais.

Gráfico 3.48 – Evolução da razão entre o custo total dos setores culturais e criativos o custo total no Brasil (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Em resumo, não surpreende que os custos totais mais elevados em termos absolutos sejam aqueles associados aos setores mais tradicionais: *Audiovisual* e *Editorial* destoam muito do resto dos setores em valores absolutos (Quadro 3.20). Outra manifestação esperada era o fato de que os setores menos potencializados pelas transformações tecnológicas mencionadas na segunda seção deste capítulo apresentassem uma trajetória de custos relativamente

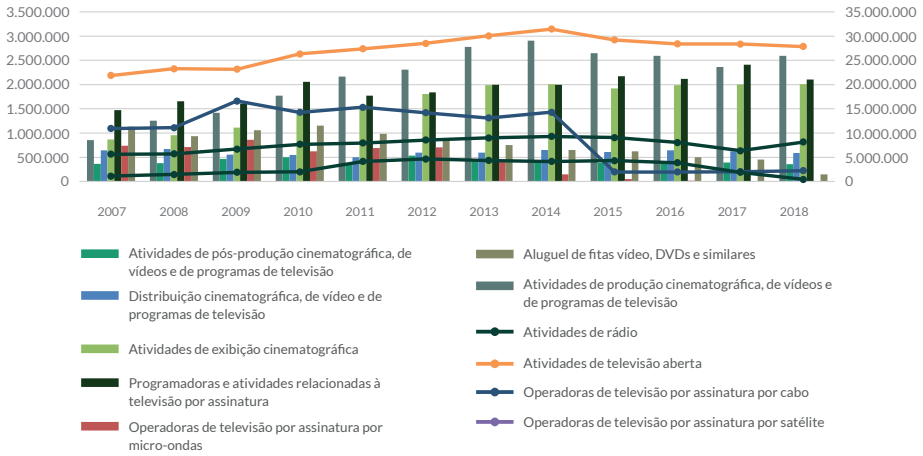
constantes, indicando certa estabilidade no investimento e na evolução da produção. Assim, nota-se que, até 2017, os custos absolutos se mantêm quase iguais no setor *Patrimônio* e *Música*, e decrescem pouco no setor *Editorial*.

Em contraste, como havia de se esperar, o crescimento dos custos absolutos em *Cultura Digital* é muito expressivo (acima de 65 vezes entre 2007 e 2018), enquanto que *Artes Cênicas e Espetáculos* e *Educação e Criação em Artes* aumentam seus custos em torno de duas vezes tendo os mesmos dois anos sob comparação. Finalmente, destacam-se os setores *Arquitetura e Design* e *Publicidade,* que embora não apresentem incremento parecido com os segmentos mais impactados com as transformações produtivas contemporâneas, viram seus custos aumentarem aproximadamente em 50% e 77%, respectivamente.

Por fim, vale ressaltar como os subsetores estão dispostos com relação à evolução dos maiores custos absolutos no período analisado. No setor *Audiovisual*, o subsetor das Atividades de televisão aberta aparece novamente como a categoria mais expressiva em termos de valores absolutos, estando seus custos médios anuais em torno de R$ 27 bilhões. Os custos em 2018 representam aproximadamente R$ 6 bilhões a mais do que aquele verificado no início da série analisada. Também aqui se destacam as Operadoras de Televisão por assinatura a cabo, cujos custos ao longo do período oscilam em torno de uma média de R$ 9,8 bilhões, mas com forte queda de quase R$ 8,7 bilhões em 2018, comparativamente ao início da série (Gráfico 3.49).

Com relação ao setor *Editorial*, duas observações devem ser feitas. A primeira é tendência à queda dos custos em mais de R$ 6,4 bilhões na subdivisão Edição integrada à impressão de jornais e de R$ 1,2 bilhão na Edição de revistas, o que parece indicar uma realocação dos investimentos em outras partes do segmento ou mesmo de outras indústrias. A segunda é a expansão dos custos em aproximadamente R$ 2 bilhões nos subsetores do Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações e da Edição de livros, o que pode estar associado às condições de demanda por esses produtos ao longo do período mencionado, o que se reflete também no caso das receitas em alta (Gráfico 3.50).

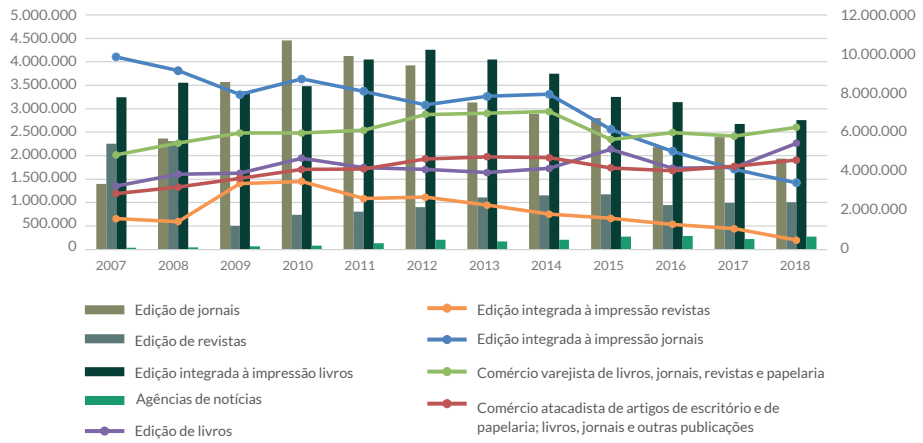
Gráfico 3.49 – Evolução do custo total do segmento Audiovisual, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*



*Atividades de televisão aberta; Operadoras de televisão por assinatura por satélite; Atividades de rádio, Operadoras de televisão por assinatura por cabo no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 3.50 – Evolução do custo total do segmento Editorial, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)*



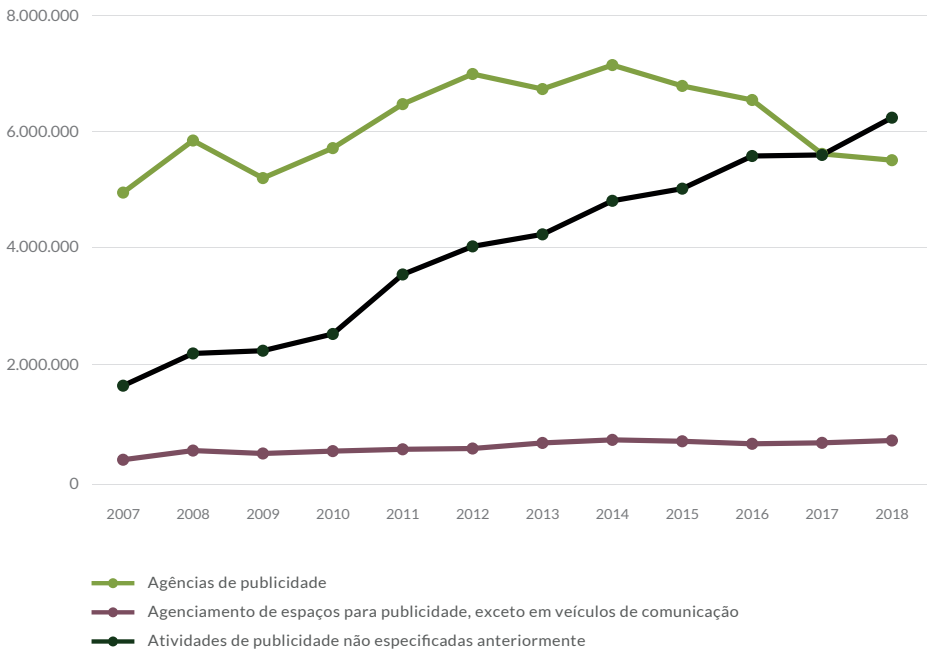
*Edição integrada à impressão de jornais; Edição integrada à impressão de revistas; Edição de livros, Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No setor *Publicidade*, ocorre com os custos um movimento análogo àquele observado na dinâmica das receitas: embora as Agências de publicidade sejam aquelas que estão expostas aos maiores custos absolutos (média anual

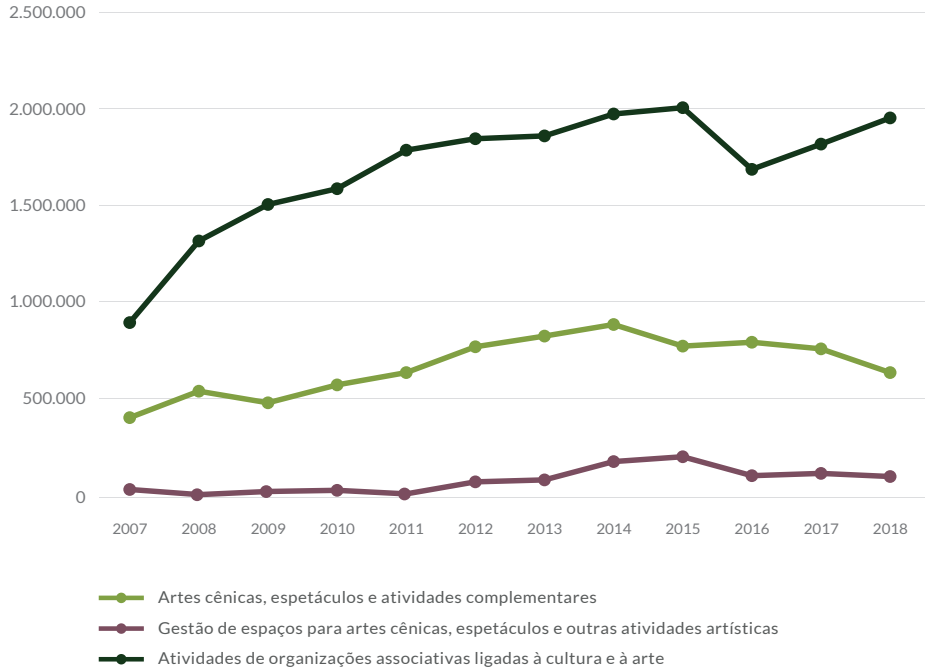
de R$ 6,2 bilhões), o crescimento destes nas Atividades de publicidade não especificadas anteriormente (quase 270% entre o início e o fim do período) parece indicar um ganho de relevância destas últimas frente ao tradicional mercado representado pelas primeiras, assim como no caso do valor adicionado e das receitas brutas (Gráfico 3.51). Por fim, vale destacar que a expansão de mais de R$ 1 bilhão nos custos das Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte entre o primeiro e o último ano de análise influencia o aumento dessa variável no segmento de *Artes Cênicas e Espetáculos*, e está associada ao papel cumprido por essas organizações na expansão da atividade cultural no período (Gráfico 3.52).

Gráfico 3.51 – Evolução do custo total do segmento de Publicidade, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 3.52 – Evolução do custo total do segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por subsetor (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Em resumo, os custos da produção e circulação de bens e serviços culturais seguem uma trajetória bastante parecida com a tendência das receitas brutas e do valor adicionado. Segue a heterogeneidade entre os segmentos e dentro de cada segmento. Os custos dos SCC representam uma fração um pouco maior nos custos totais da economia brasileira que a participação das receitas, sugerindo uma estrutura produtiva mais cara. Esses elementos precisam de maior aprofundamento, o que é feito nos capítulos 4 e 6 desse *Atlas*. Mas é preciso enfatizar que enquanto alguns segmentos apresentam maiores números em todas as abordagens (*Audiovisual*), quando os valores econômicos são ajustados pelo número de empresas algumas mudanças são identificadas, como na maior importância que adquirem os segmentos *Patrimônio* e *Cultura Digital*. Isso sugere diferenças importantes do ponto de vista da eficiência e logo dos lucros de cada segmento. A próxima seção examina a atividade econômica dos SCC por uma ótica territorial.

OS SCC E O TERRITÓRIO BRASILEIRO: IMPACTOS DA ESTRUTURA GEOECONÔMICA NOS EMPREENDIMENTOS CULTURAIS E CRIATIVOS

A estrutura geoeconômica do Brasil parece condicionar consideravelmente a reprodução dos empreendimentos culturais e criativos. É possível constatar, a partir da apreciação das variáveis, a reprodução de uma tendência histórica de longo prazo que marca a economia brasileira como um todo: a concentração econômica no Sul-Sudeste do país, particularmente no estado de São Paulo.

Essa região foi capaz de traduzir sua proeminência econômica atingida com a ascensão do setor cafeeiro, em meados do século XIX, em liderança nos setores mais avançados da economia brasileira, sendo o principal motor regional da industrialização brasileira no século XX, assumindo também importância na transição para o moderno setor de serviços. Por mais que, nas últimas décadas, tenha ocorrido uma efetiva desconcentração econômica na medida em que novas regiões do país foram sendo integradas de formas mais dinâmicas na economia brasileira, os dados sugerem fortemente que, em que pese uma redução na participação total das regiões tradicionalmente desenvolvidas ao longo dos anos, essa concentração continua muito significativa. Com relação ao emprego, por exemplo, em 2007 a soma da participação das quatro principais regiões metropolitanas do país[27] atingia quase 30% do total (SABOIA, 2013) – o que, mesmo se levarmos em conta a redução de 10 pontos percentuais em relação a 1997, é um valor considerável num país com tantas regiões metropolitanas populosas. Considerando-se as unidades federativas, a concentração é ainda maior: a soma das quatro de maior participação, que corresponde às mesmas onde se situam as regiões metropolitanas, atinge 55% do total (FOCHEZATTO, 2016). O capítulo 4 apresenta uma discussão aprofundada das tendências regionais para o mercado de trabalho cultural e criativo no Brasil.

Essa assimetria regional é acompanhada por uma diferenciação qualitativa na localização dos setores e ocupações, que tendem a se situar semelhantemente no Sul-Sudeste do país. Tem-se, portanto uma divisão espacial

[27] São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte.

do trabalho, que adquire elementos específicos no contexto de uma sociedade pós-industrial, como abordado nas seções anteriores. Se, por um lado, vê-se a emergência de novas formas de organização da produção, que tendem a uma maior flexibilidade e descentralização; por outro, as grandes cidades se tornam cada vez mais importantes, na medida em que são o principal meio de interação entre realidades locais e uma economia cada vez mais globalizada e tendem, por isso, a agregar os setores de serviços mais desenvolvidos. Isso pode parecer paradoxal, visto que as novas tecnologias promovem comunicações cada vez mais fáceis entre quaisquer partes do mundo, o que, à primeira vista, descartaria a geografia como um fator importante ainda a ser levado em conta. Entretanto, como afirma Fochezatto (2016, p. 244), "o que determina a localização dos serviços avançados é a presença de micro redes dos processos de tomada de decisões de alto nível, com base em relacionamentos face a face, ligadas a macro redes de execução de decisões". Pode-se dizer, inclusive, que a disparidade brasileira entre Sul-Sudeste e as outras regiões é análoga àquela entre Norte e Sul globais (DOWBOR, 2013).

Portanto, não é surpreendente a concentração geográfica observada na distribuição dos empreendimentos culturais e criativos (Quadro 3.22 e Mapa 3.1). Se levarmos em conta a quantidade de empresas, vemos que, na média do período, 74% delas encontravam-se nas regiões Sul e Sudeste, enquanto que 30% estavam localizadas no estado de São Paulo (média anual de mais de 30 mil empresas no período). O segundo lugar neste ranking fica com Minas Gerais, que possui em média cerca três vezes menos empresas culturais e criativas que São Paulo no período. O número médio de empresas culturais e criativas por UF para o período é de 3.719, com mediana de 1.357 empresas e desvio padrão de 6.005). Se a região Sudeste for retirada, a média cai para 2.056, a mediana para 1.121 e o desvio padrão para 2.251.

Quadro 3.22 – Estatísticas descritivas – Número de empresas culturais e criativas e participação regional (2007-2019)

	Número de Empresas			Participação		
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	3.775	3.823	347	3,75%	3,80%	0,12%
Nordeste	13.921	14.416	1.368	13,84%	13,91%	0,65%
Sudeste	52.858	52.841	2.986	52,67%	52,71%	0,88%
Sul	21.593	21.792	1.213	21,51%	21,52%	0,21%
Centro-Oeste	8.266	8.542	692	8,22%	8,26%	0,26%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Por outro lado, as unidades federativas que apresentaram o maior crescimento relativo de empresas dos SCC na comparação início/fim do período foram aquelas que estão fora do eixo Sul-Sudeste (Mapa 3.2). Observa-se que as unidades federativas mais dinâmicas apresentaram um crescimento entre 33% e 41%. Destaca-se o Centro-Oeste como a região mais relevantes nesse sentido (crescimento médio de 23%), seguido pelo Nordeste com 22%, Norte com 15%, Sul com 11% e Sudeste com 5%. A Paraíba foi o estado em que esse incremento de empresas foi maior (aproximadamente 41%). Em seguida tem-se Ceará (35%) e o Piauí (34%). Entre as unidades federativas que menos cresceram em termos de empresas encontram-se Amapá (caiu 6%), Rio de Janeiro (caiu 1%), Distrito Federal (cresceu 1%) e Minas Gerais (cresceu menos de 5%).

Mapa 3.1a – Total de empresas dos setores culturais e criativos (2007)

Mapa 3.1b – Total de empresas dos setores culturais e criativos (2019)

Mapa 3.2 – Variação no total de empresas culturais e criativas entre 2007 e 2019

Observa-se, ainda, como esse aumento ocorre em relação ao porte das empresas (Quadro 3.23). Com a região Sudeste no cálculo, o número médio de microempresas por UF é de 3.509 (mediana de 1.294 e desvio padrão de 5.647). Sem o Sudeste, a média cai para 1.954, a mediana para 1.058 e o desvio padrão para 2.149). O Nordeste teve crescimento de 31% nas microempresas de 2007 a 2016, o Centro-Oeste de 27%, o Norte de 26%, o Sul de 16% e o Sudeste de 14%. As unidades federativas onde as microempresas mais crescem são Paraíba (47%), Piauí (44%), Ceará (40%); enquanto que os locais onde elas menos se expandem são Rio de Janeiro (10%), Minas Gerais (11%) e Rio Grande do Sul e Distrito Federal (12%). É esperado que o resultado com relação às microempresas seja similar ao resultado obtido com o total de empresas, uma vez que, como vimos anteriormente, aquelas representam em geral 95% deste total. Assim, o Sul-Sudeste permanece com cerca de ¾ das microempresas culturais e criativas.

Quadro 3.23 – Estatísticas descritivas – Número de microempresas culturais e criativas e participação regional (2007-2019)

Número de Microempresas			Participação			
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	3.539	3.583	324	3,73%	3,78%	0,12%
Nordeste	13.143	13.566	1.261	13,87%	13,91%	0,63%
Sudeste	49.450	49.540	2.743	52,28%	52,31%	0,85%
Sul	20.613	20.815	1.139	21,79%	21,80%	0,21%
Centro-Oeste	7.884	8.140	651	8,32%	8,38%	0,25%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

O cenário é diferente, todavia, quando se consideram as pequenas, médias e grandes empresas, principalmente porque, como elas existem em menor número, uma pequena variação absoluta representa uma mudança relativa considerável. Com relação às pequenas empresas (Quadro 3.24), a média geral foi de 191 pequenas empresas por UF em cada ano da série temporal, a mediana de 65 e o desvio padrão de 364. Sem o Sudeste, esses números caem respectivamente para 93, 55 e 96. O Nordeste teve crescimento de 35% no número de pequenas empresas de ponta a ponta no período, o Centro-Oeste de 43%, o Sul de 25%, o Sudeste de 10% e o Norte de 8%. As regiões Sul e Sudeste combinadas aumentam sua participação, com maior concentração regional das pequenas empresas.

Com relação às UFs, nota-se o aumento de aproximadamente 79% das pequenas empresas no Piauí, que passaram a representar um total de 43 em 2019, em contraste com 2007, quando somavam 23. Além do Piauí, destacam-se Ceará (66%), Alagoas (62%) e Mato Grosso (61%) . De certa forma, há que se pesar que tal resultado é pouco relevante se considerado o número absoluto de empresas – e, nesse sentido, o crescimento em São Paulo (9%)

é muito mais significativo[28] – todavia, é um indício de que há espaço para a expansão dos SCC para além dos eixos urbanos mais concentrados. As UFs com menor crescimento foram: Acre (-54%), Amapá (-10%) e Pará (-1%).

Quadro 3.24 – Estatísticas descritivas – Número de pequenas empresas culturais e criativas e participação regional (2007-2019)

	Número de Pequenas Empresas			Participação		
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	209	213	19	4,05%	4,05%	0,19%
Nordeste	701	721	101	13,52%	13,96%	1,04%
Sudeste	3.007	3.014	246	58,23%	58,28%	1,53%
Sul	902	904	80	17,45%	17,40%	0,32%
Centro-Oeste	349	366	41	6,75%	6,50%	0,51%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Com relação às médias e grandes empresas, é importante considerar a quantidade de reduzida de unidades que se encaixam em tais categorias. Nem todas as UFs possuem empresas nesses portes, em todo o período ou durante parte dele.

Feita essa advertência, o Quadro 3.25 mostra as estatísticas descritivas para as empresas médias. O número médio anual de empresas médias por UF no período, incluindo o Sudeste, foi de 21, com mediana de 8 e desvio padrão de 47. Excluindo a região Sudeste, a média anual foi de 9, a mediana de 6,5 e o desvio padrão de 8. A região Sudeste permanece concentrando a maior parte das empresas de porte médio (quase 2/3 do total). A região Nordeste e a região Sul têm aproximadamente a mesma participação média, mas a participação mediana do Nordeste fica acima da mediana da região Sul. A região que experimentou maior crescimento no número de empresas médias entre 2007 e 2019 foi a Norte (37%), seguida do Nordeste (31%), Centro-Oeste (30%), Sudeste (10%) e Sul (-3%). O rápido crescimento das empresas médias na região Norte ilustra o problema do reduzido número

[28] Embora as pequenas empresas tenham crescido apenas 22% em São Paulo, esse aumento representa a variação de 1.514 empresas em 2007 para 1.847 empresas em 2016.

de empresas em um determinado porte. A média da região passou de 2 para 3 e então para 4 empresas de porte médio por ano.

Nesse caso, considerando o número absoluto de empresas médias, temos que enquanto São Paulo e Rio de Janeiro tiveram um incremento de, respectivamente, 31 e 6 unidades, o Ceará apresentou um crescimento de 7 empresas, seguido por Bahia e Paraná, ambos os estados com aumento de 6 empresas. Em termos relativos o Mato Grosso experimentou expansão de 300%, o Maranhão de 100% e o Ceará de 88%. As UF com menor dinamismo em termos de empresas médias foram Tocantins (-100%), Minas Gerais (-32%) e Rio Grande do Sul (-28%).

Quadro 3.25 – Estatísticas descritivas – Número de médias empresas culturais e criativas e participação regional (2007-2019)

	Número de Empresas Médias			Participação		
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	26	27	5	4,61%	4,47%	0,78%
Nordeste	72	74	10	13,03%	13,49%	1,17%
Sudeste	354	350	30	64,07%	63,97%	1,28%
Sul	71	71	5	12,83%	13,01%	1,14%
Centro-Oeste	30	30	3	5,46%	5,47%	0,54%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

No que se refere às grandes empresas, o Quadro 3.26 apresenta as estatísticas descritivas, enfatizando novamente as dificuldades de se interpretar corretamente os números. A média anual com Sudeste é de 2,4 grandes empresas por UF. A mediana é nula (zero). E o desvio padrão é de 6,9. Sem Sudeste os números caem para 0,81, 0 (zero) e 1,30. As regiões Sul-Sudeste contam com 87% das grandes empresas culturais e criativas. Não foi possível calcular a taxa de variação no número de grandes empresas para a região Norte. Mas todas as demais regiões experimentaram contração nesse porte (o que inviabiliza um mapa apenas para a variação do número de grandes empresas): Nordeste, Centro-Oeste e Sul experimentando decréscimo de 1/3 em suas grandes empresas e Sudeste perdendo 12%. Isso sugere que a crise promoveu perdas concentradas nas grandes empresas, o que mostra que

os SCC não estão consolidados no País. A perda de uma ou duas grandes empresas sempre faz uma diferença, mas em uma economia com setores consolidados e diversificada essa redução é diluída e absorvida, mesmo que parcialmente, pelas demais empresas e indústrias. São Paulo é unidade federativa que mais apresentou crescimento absoluto (3 grandes empresas). Em seguida, encontram-se Rio Grande do Norte e Amazonas com uma grande empresa cada.

Quadro 3.26 – Estatísticas descritivas – Número de grandes empresas culturais e criativas e participação regional (2007-2019)

	Número de Grandes Empresas			Participação		
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	1	1	1	1,48%	1,92%	1,29%
Nordeste	5	5	2	7,19%	7,04%	1,91%
Sudeste	47	45	6	75,91%	75,34%	4,42%
Sul	8	8	3	11,85%	11,11%	3,55%
Centro-Oeste	3	2	1	4,17%	3,17%	1,70%

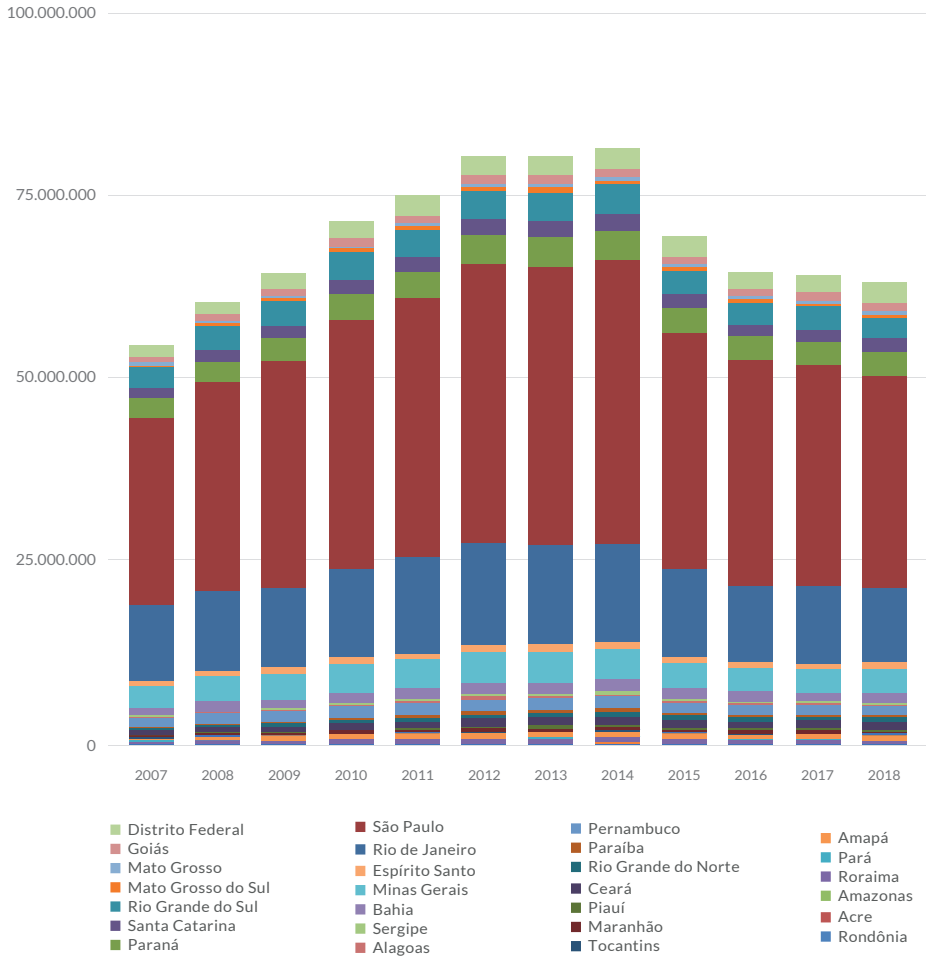
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Em resumo, se calcularmos a média do crescimento de todas as empresas entre 2007-2019 de todos os estados das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste (incluindo o Distrito Federal), teremos a taxa de 29%, enquanto que para Sul e Sudeste ela é de somente 15%, praticamente a metade. É interessante questionar se essas regiões mais dinâmicas do ponto de vista da expansão das empresas culturais e criativas foram beneficiadas pelo crescimento econômico do país e possivelmente por políticas públicas nacionais e regionais. Espera-se que esse resultado de expansão dos SCC esteja relacionado às melhorias das condições de renda nessas localidades, mas também refletindo o período de rápido crescimento nacional até 2014. Atenta-se, ainda, para o fato de que esse aumento no número de empresas se deu não apenas como resultado do surgimento de novas microempresas, mas por meio de um processo que incorporou aos SCC dessas unidades federativas empresas de pequeno e, em menor escala, médio porte, sustentando a tendência de uma maior institucionalização desses setores. Mesmo assim, de modo geral, apenas

as microempresas parecem ter relevância em comparação com a totalidade de empresas existentes nestas e noutras unidades federadas. Enquanto as pequenas, médias e grandes empresas não representam uma parcela minimamente significativa em termos de comparação com seus agregados, as microempresas dos SCC variam de 1,5% a 3,6% do número de empresas existentes em cada unidade federativa, a depender da estrutura produtiva desse país e da quantidade efetiva de empresas criadas. Um resultado que não pode ser menosprezado.

Finalmente, em termos de valor adicionado, essa diferença entre as UFs acaba sendo ainda mais marcante. Em 2007, apenas nove unidades federadas geravam um valor adicionado maior que R$ 1 bilhão pelos empreendimentos criativos e culturais: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Distrito Federal, Pernambuco e Bahia. Em 2019 o número aumentou para 11, incluindo Ceará e Goiás. O Gráfico 3.53 apresenta os dados para as UFs. O Quadro 3.27 mostra as estatísticas descritivas da distribuição regional do valor adicionado. As regiões Sul e Sudeste representam cerca de 84% do valor adicionado no país. Incluindo a região Sudeste, o valor adicionado anual médio por UF é de R$ 2,4 bilhões, a mediana R$ 0,5 bilhão e o desvio padrão de R$ 6,1 bilhões. Sem a região Sudeste, os valores ficam respectivamente R$ 0,8 bilhão, R$ 0,4 bilhão e R$ 1 bilhão. Entre 2007 e 2019, o valor adicionado pelas UFs da região Nordeste tiveram crescimento médio de 55%, as da região Norte tiveram uma expansão média de 45%, enquanto as UFs do Centro-Oeste um aumento de 56%, as do Sul de 19% e as do Sudeste experimentaram um aumento médio de 9% no intervalo. As UFs com as maiores taxas de crescimento foram Rio Grande do Norte com 139%; Ceará com 98% e Roraima com 87%. O menor dinamismo foi observado no Rio de Janeiro (1%), Rio Grande do Sul (1%) e Pernambuco (2%).

Gráfico 3.53 – Evolução do valor adicionado pelos setores culturais e criativos, por UF (em R$ mil, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 3.27 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado anual e participação regional (em R$ mil, 2007-2018)

	Valor Adicionado Anual			Participação		
	Média	Mediana	Desvio Padrão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Norte	1.681.391	1.688.001	270.145	2,41%	2,41%	0,17%
Nordeste	5.693.585	5.702.181	856.058	8,17%	8,21%	0,53%
Sudeste	49.146.161	47.678.986	6.151.605	70,69%	70,72%	1,15%
Sul	8.774.220	8.336.884	1.130.482	12,62%	12,62%	0,27%
Centro-Oeste	4.245.124	4.459.773	651.653	6,11%	6,05%	0,64%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Em resumo, os dados regionais mostram a mesma situação de heterogeneidade vista no caso das empresas, do valor adicionado, da receita bruta e dos custos para os SCC e para os subsetores. Há marcados contrates regionais em termos do número de empresas, quer seja o número total, quer seja feito um recorte por portes. A região Sudeste concentra as empresas culturais e criativas de todos os portes, mas principalmente as de grande porte. A região concentra também a geração de valor econômico. Os dados comparativos com e sem a região Sudeste mostram o peso da mesma nos agregados nacionais. Não é o objetivo desse *Atlas* fazer proposição de política pública, mas as diferenças setoriais e principalmente regionais devem ser consideradas na elaboração de orçamentos e de políticas culturais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo mostrou, a partir da análise de cinco variáveis específicas, a situação dos empreendimentos criativos culturais no Brasil entre 2007 e 2019, bem como as tendências que se apresentam na medida em que a evolução dessas variáveis se encontram relacionadas com fenômenos que remetem às condições econômicas e sociais mais amplas. A segunda seção identificou, de forma não exaustiva, as forças que parecem condicionar a tendência de evolução dos SCC no Brasil: o crescimento mais acelerado de algumas atividades especificamente relacionadas ao contexto econômico-produtivo do século XXI, sendo que uma parcela das mesmas ainda não pode ser mapeada em profundidade em função da própria inovação (*streaming* e *Video on Demand*) em contraposição a certa estabilização de uma indústria já madura de bens criativos e culturais, representada pelos segmentos mais tradicionais, em especial *Audiovisual*, *Editorial* e *Publicidade*. A partir dessa observação inicial, foi apresentado um panorama dos empreendimentos culturais e criativos no Brasil, enfatizando, em primeiro lugar, para a quantidade de empresas existentes nos SCC e em seus subsetores e para o valor adicionado na economia nacional por meio dessas empresas; e, em seguida, para a situação microeconômica geral dos SCC, isto é, para a evolução das receitas brutas e dos custos totais. A ponderação pelo número de empresas permitiu ilustrar a relevância do segmento do *Audiovisual*, mas modificou a distribuição das variáveis de desempenho econômico, indicando a importância da inovação tecnológica no caso da *Cultura Digital*. Setores tradicionais e estabelecidos como *Patrimônio* se mostraram importantes quando os dados são ajustados pelo número de empresas em cada segmento. Por fim, efetuou-se uma análise mais orientada para o território, ilustrando como a interação entre oferta e a demanda por bens e serviços culturais e criativos está sujeita às características estruturais da economia brasileira e reflete, por exemplo, a sua tradicional concentração espacial.

É necessário, todavia, elencar aqui os pontos mais relevantes que aparecem da análise realizada, procurando indicar como as observações podem, em última instância, servir como ferramenta capaz de auxiliar a tomada de decisão dos agentes públicos e privados envolvidos com os SCC, tendo como

foco a reprodução das oportunidades e dos ganhos referentes à atuação dessa indústria. Em primeiro lugar, indica-se que os setores que asseguram a importância da indústria cultural e criativa em relação ao agregado da economia nacional são o *Editorial* e o *Audiovisual,* os quais são acompanhados, devido às tendências recentes já verificadas, por um fortalecimento do setor de *Publicidade.*

Apesar disso, com exceção deste último, percebe-se uma taxa de reprodução estável destes setores, isto é, um dinamismo que, se comparado a outros, é relativamente baixo. Esse fato torna-se mais perceptível quando atentamos para a evolução das variáveis no que diz respeito à *Cultura Digital*, por exemplo. É apressado afirmar que a ascensão deste último setor é potencialmente transformadora da estrutura dos SCC no Brasil: sua trajetória expansiva parece traduzir os efeitos da inserção de uma inovação tecnológica, isto é, ganhos marginais superiores, criação de um mercado consumidor, elevação progressiva das receitas e dos custos. Todavia, não se pode desconsiderar, tendo em vista a discussão realizada na primeira seção deste capítulo, que o setor dinamiza a estrutura econômica-produtiva de modo diferenciado e representa um potencial em termos de geração de crescimento e renda a longo prazo.

Nesse sentido, enfatiza-se que essas externalidades irradiam não apenas para os setores diretamente envolvidos com a transição tecnológica, como *Cultura Digital*, mas, de forma geral, afetam várias das atividades estudadas nesse capítulo, independentemente do setor. Em outras palavras, ressalta-se aqui que a transição tecnológica trazida pela era digital se expressa em maior ou menor grau na maioria dos setores, nos quais torna-se possível observar o crescimento das empresas e dos valores naquelas atividades que são dinamizadas pela tecnologia; bem como uma redução na importância ou no dinamismo naquelas atividades que são substituídas por processos mais contemporâneos. Isso se verifica não apenas com relação à inovação tecnológica em si, mas também levando em consideração as transformações da economia brasileira ao longo da última década, tendo como ponto central o encaminhamento para um modelo pós-industrial de estrutura produtiva com peso crescente do setor de serviços. Assim, setores como *Artes Cênicas e Espetáculos* e *Educação e Criação em Artes* encontram espaço para se desenvolverem, aparecendo, portanto, com resultados positivos durante o período analisado.

Sublinha-se também a trajetória de estagnação ou de perda de importância, em termos absolutos, de setores como *Entretenimento, Música* e *Patrimônio*. Embora as razões para esse desempenho em termos absoluto sejam mais difíceis de se identificar do que o crescimento nos setores anteriores, é valido considerar que a expansão do conteúdo digital tem relevância no sentido de alterar as formas pelas quais as pessoas buscam lazer e informação, além de se considerar novamente a importância de avaliar os resultados também considerando o número de empresas de cada segmento. Nesse sentido, pode-se atentar para uma gradual perda de relevância de museus, bibliotecas, parques, entre outros, ao mesmo tempo em que as empresas nesses subsetores, embora em número menor, se mostram mais importantes em termos *per capita*. É preciso, todavia, lembrar que, de certa forma, os setores podem internalizar as mudanças tecnológicas de forma a aproveitar os benefícios que estas são capazes de fornecer. Um exemplo simples é que a frequência a museus e bibliotecas não precisa se contrair na medida em que se expande o conteúdo digital; este pode ser incorporado de forma a melhorar e potencializar as experiências de consumo destes bens culturais. E essa transição demora para ser captada pelos dados (que já são divulgados com atraso).

Ressalta-se, ainda, a discrepância existente entre os portes das empresas características dos SCC. Como foi possível identificar, as microempresas consistem na grande maioria das estruturas produtivas associadas aos ramos culturais e criativos. Tal fato vai ao encontro, como mencionado na primeira seção, de uma produção orientada no sentido de romper com a lógica da padronização dos bens de consumo de massa. Entretanto, é necessário avaliar até que ponto essa concentração indica apenas uma característica típica dos SCC, ou uma incapacidade, não refletida nos dados selecionados, das empresas de crescerem, isto é, de se consolidarem enquanto grandes estruturas capazes de gerar maior crescimento e renda na medida em que aumentam sua capilaridade no território nacional.

Por fim, importa retomar a questão da concentração geográfica da indústria criativa e cultural, bem como as tendências transformadoras nesse sentido. Por mais que seja perceptível, inclusive devido a razões históricas que determinaram o processo de desenvolvimento da economia brasileira, a concentração das atividades culturais e criativas no eixo Sul-Sudeste e principalmente em São Paulo; essa tendência vem progressivamente se

invertendo na medida em que o crescimento dos setores nas regiões Norte e Nordeste apresenta-se de forma bem mais dinâmica do que naquelas tradicionais. Mais do que isso, é possível verificar uma tendência de perda de relevância de regiões tradicionais como o Rio de Janeiro, o Rio Grande do Sul e Minas Gerais frente à ascensão de novos polos culturais e criativos, como Paraíba, Ceará e Piauí. Isso não significa que os primeiros deixam de ter sua relevância, tanto em termos de tamanho quanto em termos de valor adicionado pelos SCC. Todavia, na medida em que a própria atividade econômica brasileira se desconcentra espacialmente, é plausível que os SCC encontrem, para além das regiões tradicionais, espaço para crescer em termos de produção e de mercado consumidor. Aqui o papel das políticas públicas nacionais, estaduais e municipais podem desempenhar um papel central.

REFERÊNCIAS

AVES, E. **O consumo cultural das famílias brasileiras**. V seminário internacional de políticas culturais--Fundação Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro, 2014.

ANDERSON, P.; TUSHMAN, M. Technological Discontinuities and Organizational Environments. **Administrative Science Quarterly**, v. 31, n. 3, p. 439-465, 1986.

BIELSCHOWSKY, R. Estratégia de desenvolvimento e as três frentes de expansão no Brasil: um desenho conceitual. **Texto para Discussão nº1828**, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2013.

CANO, W. **(Des)Industrialização e (sub)desenvolvimento.** Texto para discussão nº 244, IE/Unicamp, 2014. Disponível em: <www.eco.unicamp.br/docprod/downarq.php?id=3368&tp=a>. Acesso em: 16 nov. 2017.

CARNEIRO, R. **Impasses do desenvolvimento brasileiro:** a questão produtiva. Texto para discussão nº 153, IE/Unicamp, 2008. Disponível em: <www.eco.unicamp.br/docprod/downarq.php?id=1783&-tp=a>. Acesso em: 16 nov. 2017.

CASTELLS, M. **The information age: economy, society and culture**. Volume 1: The rise of the network society. 2nd Edition. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2010.

DOWBOR, L. **Cultura, tecnologias e desenvolvimento local**. In: LEITE, J. G. P. As malhas da cultura. v. 2. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2013, p. 119-132.

FOCHEZATTO, A. **Estrutura setorial e distribuição de ocupações nas regiões brasileiras**, 2006-2011. EURE (Santiago), Santiago, v. 42, n. 126, p. 237-262, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612016000200011&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 11 dez. 2017.

JAMESON, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2001.

KLAMER, A. **Accounting for Social and Cultural Value**. De Economist. Vol. 150, n. 4, p. 453–473, 2002.

LEMOS, A. **Cibercultura, cultura e identidade**. Em direção a uma "Cultura Copyleft", 2004. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/copyleft.pdf.>. Acesso em 11. dez. 2017.

MELLO, G., NYKO, D., GARAVINI, F., ZENDRON, P. **Setor editorial**: Tendências da era digital no mercado brasileiro. In: VALIATI, L., FIALHO, A. L. N. (Org.) Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

Mühleisen, M. **The Long and Short of The Digital Revolution**. Finance & Development, v. 55, n. 2, p. 4-8, 2018.

NASSIF, A.; FEIJÓ, C.; ARAÚJO, E. **Structural change and economic development**: is Brazil catching up or falling behind? Cambridge Journal of Economics, v. 39, Issue 5, p. 1307–1332, 2015.

NELSON, R. **Recent Evolutionary Theorizing About Economic Change**. Journal of Economic Literature, v.33, n. 1, p. 48-90, 1995.

PAGLIOTO, B; MACHADO, A. **Perfil dos frequentadores de atividades culturais**: o caso nas metrópoles brasileiras. Estudos Econômicos (São Paulo), v. 42, n. 4, p. 701-730, 2012.

PEREZ, C. **Technological revolutions and techno-economic paradigms**. Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics, n. 20, 2009. Disponível em: http://e-tcs.org/wp-content/uploads/2012/04/PEREZ- Carlota-Technological- revolutions-and- techno-economic-paradigms1.pdf. Acesso em: 11 dez. 2017.

POTTS, J.; HARTLEY, J.; BANKS, J.; BURGESS, J.; COBCROFT, R.; CUNNINGHAM, S.; MONTGOMERY, L. **Consumer co-creation and situated creativity, Industry and Innovation**, v. 15, n. 15, p. 459-474, 2008.

POTTS, J. D. **Why creative industries matter to economic evolution**. Economics of Innovation and New Technology, v. 18, n. 7-8, p. 663-673, 2009.

ROWTHORN, R.; RAMASWAMY, R. **Deindustrialization**: causes and implications. Washington: International Monetary Fund, 1997.

SABOIA, J. **A continuidade do processo de desconcentração regional da indústria brasileira nos anos 2000**. Nova Economia, v. 23, n. 2, p. 219-278, 2013.

SCOTT, A. J. **Capitalism, cities, and the production of symbolic forms**. Transactions of The Institute Of British Geographers, v. 26, n. 1, p.11-23, mar. 2001. Wiley-Blackwell. http://dx.doi.org/10.1111/1475-5661.00003. Disponível em: http://www1.geo.ntnu.edu.tw/~moise/Data/Books/Economical/04%20other/e04.pdf. Acesso em: 05 dez. 2017.

SOUTO, B., LEAL, C. MOHELSKY, M., PANTOJA, V. **A cultura na economia brasileira**. FGV Projetos nº 23, 2015. Disponível em: <http://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/pdf.pdf>. Acesso em: 11. dez. 2017.

STORPER, M. **The Transition to Flexible Specialisation in the US Film Industry**: External Economies, the Division of Labour and the Crossing of Industrial Divides. In: AMIN, A. (ed.). Post-Fordism: a Reader. Oxford: Blackwell, 1994. p. 195-226. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/book/10.1002/9780470712726>. Acesso em: 5 dez. 2017.

VALIATI, L., FIALHO, A. L. N. (Org.) **Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira**: Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

VALIATI, L., MIGUEZ, P., CAUZZI, C., SILVA, P. P.; **Economia Criativa e da Cultura**: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. In: VALIATI, L., FIALHO, A. L. N. (Org.) Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira: Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

VARIAN, H. R. **Economics of information technology**. University of California, Berkeley, 2001. Disponível em: <http://people.ischool.berkeley.edu/~hal/Papers/mattioli/mattioli.pdf>. Acesso em: 11 dez.2017.

ZACKIEWICZ, M. **A economia do software e a digitalização da economia**. Revista Brasileira de Inovação, v. 14, n. 2, p. 313-336, 2015. Disponível em: < http://ocs.ige.unicamp.br/ojs/rbi/article/view/974>. Acesso em: 11.dez.2017.

Cap. 4

EIXO 2: MERCADO DE TRABALHO

Marcelo Milan, Pedro Romero Maques,
Pedro Perfeito da Silva, Larissa Couto da Silva

O presente capítulo tem como objetivo principal discutir a evolução recente do mercado de trabalho associado à indústria cultural e criativa brasileira entre 2007 e 2019. Os dados relativos ao mercado de trabalho foram dispostos de acordo com uma série de variáveis de emprego, ocupação, remuneração etc., completando o segundo eixo de análise do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*.

Inicialmente, é preciso esclarecer que o mercado de trabalho consiste em um arranjo institucional específico em que os vendedores de serviços de trabalho, ou seja, os trabalhadores, negociam com os compradores desses serviços, isto é, os empregadores. Em termos mais específicos, pode-se afirmar que a transação efetivada neste mercado consiste no fluxo da "capacidade de prestar serviços" por parte dos trabalhadores, que o ofertam às empresas para uso durante um período de tempo (a jornada de trabalho), em troca de uma

remuneração composta por salários e outros benefícios que fazem parte do acordo negociado entre empregados e empregadores (HORN, 2006, p. 179). Em termos de teoria econômica, portanto, o funcionamento do mercado de trabalho pode ser resumido a partir da dinâmica entre a oferta e a demanda pelos serviços do trabalho. Os trabalhadores oferecem a sua capacidade de prestar serviços para uma empresa, o que caracteriza a oferta de trabalho. Os empregadores, por sua vez, de forma a garantir à produção, procuram trabalhadores para cumprir as funções específicas do processo produtivo, isto é, agem no lado da demanda por trabalho.

Esse tratamento baliza a estruturação do presente capítulo, que articula dados de diferentes origens com o objetivo de ilustrar a situação do mercado de trabalho cultural e criativo no Brasil ao longo da última década. Em primeiro lugar, propõe-se um enfoque direcionado para o lado da demanda por trabalho, ou seja, focalizado no sentido de promover uma análise da distribuição setorial e da respectiva remuneração de mão de obra. Essa perspectiva setorial prioriza a ilustração da maneira pela qual a mão de obra encontra-se alocada nos SCC e respectivos subsetores, bem como oferece uma compreensão geral dos rendimentos totais e médios que possibilitam a compreensão dos custos da mão de obra para os empregadores em termos gerais (e que em si refletem também as condições de oferta ou renda por parte dos trabalhadores culturais e criativos).

Em seguida propõe-se uma análise ocupacional, a qual direciona-se para a oferta de trabalho. Neste caso, procura-se ilustrar as condições específicas de fluxo de mão de obra a partir de sua concentração geográfica, sua divisão por categorias qualitativas e, finalmente, considerando o grau de formalização dos trabalhadores no setor cultural e criativo. A questão da formalização é especialmente importante do ponto de vista das políticas públicas. É necessário, todavia, reconhecer que essa simplificação entre oferta e demanda por trabalho é apenas uma tentativa metodológica de apresentar os dados de forma mais compreensível, a qual não está isenta de limitações, como a incorporação da dinâmica demográfica, das transformações técnicas da produção, da transformação da qualidade da força de trabalho em termos educacionais, da evolução da produtividade, da regulação das relações trabalhistas, entre outras.

Para abordar a questão setorial e, portanto, a ótica da demanda dos diferentes segmentos dos SCC por trabalho cultural e criativo, atentou-se

para quatro variáveis específicas – *total de ocupados nos SCC, participação destes com relação ao total da economia, massa salarial dos SCC e remuneração média* – de maneira a mapear a situação da distribuição setorial e dos custos da mão de obra do ponto de vista das empresas, de forma a priorizar a alocação do fator trabalho com relação às diferentes atividades econômicas. Tais variáveis foram apreciadas a partir dos dados coletados pela Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), organizada pelo Ministério do Trabalho, a qual permite analisar a alocação de trabalhadores sob uma perspectiva setorial nos moldes do capítulo anterior, considerando os dez SCC e as respectivas atividades econômicas (CNAEs) ou subsetores a eles associadas.

No que se refere à questão ocupacional e, portanto, à ótica da oferta de trabalho, a análise concentra-se na apreciação das variáveis (*total de ocupados nos SCC* e *remuneração média)* a partir da distribuição geográfica da mão de obra, atentando para os aspectos que diferenciam o grupo de trabalhadores culturais e criativos e identificando os aspectos que caracterizam a oferta de trabalho: sexo, escolaridade, idade, cor/raça e presença de contribuição previdenciária[29]. Nesse caso, torna-se possível a apreciação de elementos que não constam nas séries setoriais do lado da demanda – formalidade, por exemplo – e a sua consideração a partir da perspectiva geográfica, que se ilustra uma das propostas do presente *Atlas.* Os dados analisados sob essa perspectiva foram coletados a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua-IBGE).

O capítulo se divide em quatro seções, além desta introdução e das considerações finais. A primeira seção aborda as questões setoriais acerca do total de ocupados e de sua participação nacional, atentando também para a diferenciação entre os portes das empresas e a quantidade de mão de obra alocada em termos relativos. A segunda seção também se inclui na esfera setorial e trata da questão dos rendimentos totais e da remuneração média por setor e subsetor. A terceira seção observa, ainda em termos setoriais, a distribuição da mão de obra no que diz respeito à desagregação por sexo, idade e grau de escolaridade. A quarta seção realiza a análise ocupacional, unindo elementos abordados ao longo das três seções anteriores, mas tratando-os sob uma perspectiva geoeconômica referente à realidade brasileira. Por fim, são apresentadas breves considerações finais, nas quais são resumi-

[29] Alguns desses fatores também são considerados na análise setorial.

das as tendências recentes do mercado de trabalho cultural e criativo. Estas apontam, em termos gerais, para um aumento da mão de obra alocada nos setores mais novos e dinâmicos, para uma elevação da remuneração média particularmente nestes setores, além de indicar uma crescente participação das profissionais do sexo feminino e uma maior qualificação do trabalhador cultural e criativo.

ANÁLISE SETORIAL DO MERCADO DE TRABALHO CULTURAL E CRIATIVO: NÚMERO DE OCUPADOS E PARTICIPAÇÃO NO TOTAL NACIONAL

A análise setorial do mercado de trabalho cultural e criativo brasileiro deve ser entendida como um panorama acerca da alocação de mão de obra cultural e criativa assalariada, a partir da demanda pelas empresas, nos últimos anos. Nesse sentido, a proposta analítica desta e da próxima seção é ilustrar, de forma aproximada, algumas condições da demanda por trabalho, isto é, identificar quais são os setores e subsetores que mais crescem em termos de ocupações e quais são aqueles que mostram tendência de redução, liberando mão de obra para outras atividades. Ademais, procura-se associar a quantidade de ocupações aos portes das firmas, de forma a mapear a concentração da mão de obra no que diz respeito à estrutura empresarial dos SCC. Sublinha-se também que as variáveis se encontram associadas a oscilações na conjuntura econômica nacional e global, bem como às tendências de adaptação da estrutura produtiva como consequência das inovações tecnológicas discutidas nos capítulos anteriores.

Cabe notar, antes de proceder à análise, que o assalariamento não é a única forma de alocação do fator trabalho nos SCC. Os empregados por conta própria constituem-se em outro fator importante na dinâmica da produção de bens e serviços culturais. O Box 4.1 traz uma discussão sobre os Microempreendedores Individuais (MEIs), a legislação, aspectos tributários e dados para os SCC.

BOX 4.1 – MICROEMPREENDEDORISMO CULTURAL E CRIATIVO

A escala ideal de um empreendimento cultural e criativo depende de cada caso particular. As atividades de alguns segmentos dos SCC, como o audiovisual, possuem custos de equipamento e pessoal que exigem investimentos em escala maior (ver capítulo 3). Por outro lado, empreendimentos menores tendem a apresentar custos e riscos de imobilização de capital menores, e as transformações tecnológicas têm permitido a expansão dessa forma de organização. Além disso, quando o valor do produto ou serviço depende desproporcionalmente da sua raridade ou escassez, como é comum entre alguns bens e serviços culturais, empreendimentos em pequena escala podem aumentar as margens de lucro ao oferecer produtos diferenciados (UNESCO, 2013). No capítulo 3 ficou claro que a grande maioria dos empreendimentos dos SCC é composta por micro e pequenas empresas. Além destas, é preciso considerar os agentes econômicos da cultura que trabalham por conta própria (autônomos ou microempreendedores individuais), muitas vezes sem um registro formal da atividade. Segundo os dados discutidos nesse capítulo, em 2015 cerca de ¾ dos ocupados em atividades da cultura ou atividades relacionadas trabalhavam em situação informal.

A informalidade coloca alguns desafios a estes agentes, especialmente em relação ao acesso a regimes de previdência e obtenção de crédito para os seus microempreendimentos. Buscando promover o acesso dos empregados por conta própria/informais ao mercado formal, foi criada a categoria de Microempreendedor Individual (MEI) através da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, e pela Resolução 02/2009 do Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – CGSIM. A política institucional para o MEI também oferece vantagens a empresários individuais já formalizados com faturamento anual de até R$ 60 mil.

Os optantes pela categoria de MEI têm acesso à aposentadoria, a uma série de benefícios previdenciários e ao registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ). Em troca, a cada mês os MEIs devem apresentar o Relatório Mensal das Receitas Brutas e pagar tanto a contribuição previdenciária do Simples Nacional como os tributos referentes ao ICMS (para atividades da indústria ou comércio) ou ISS (para o setor de serviços), ficando isentos dos demais impostos federais (OLIVEIRA, 2013). O registro de MEI é feito de maneira simples e gratuita.

Os dados apresentados pelo SEBRAE no estudo "Perfil do Microempreendedor Individual 2015" mostram que a porcentagem de MEIs registrados sobre o con-

junto dos trabalhadores por conta própria mais que dobrou entre 2012 e 2015, reduzindo significativamente a taxa de informalidade da economia brasileira. O relatório também indica um alto grau de satisfação dos microempreendedores com a política pública para o segmento, que tem contribuído para as vendas e para compras junto aos fornecedores. O acesso ao crédito e a outras formas de financiamento, porém, permanece um desafio (SEBRAE, 2015).

Segundo dados extraídos do Portal do Empreendedor do governo federal, os SCC compõem 7,2% do total de microempreendedores registrados junto à Receita Federal. Dos 7,7 milhões de microempreendedores, mais de 550 mil desempenham atividades relacionadas à cultura e à criatividade. A tabela A a seguir mostra a representação e os números de cada segmento.

Os setores mais expressivos são Publicidade, com mais de 230 mil microempreendedores, e Educação e Criação em Artes, com mais de 120 mil MEIs registrados. Outros setores com participação importante de empregados por conta própria são os de Artes Cênicas, Editorial e Arquitetura e Design. Esses setores têm características próprias às atividades de profissionais por conta própria, ao contrário do que acontece em setores que exigem empreendimentos maiores e força de trabalho assalariada, como a Cultura Digital, a Música e o Patrimônio.

Figura 4.1 – Microempreendedores Individuais (MEI) registrados em setores culturais e criativos em 2017

Setor	Nº Registros	%
Arquitetura e Design	45.843	8,22
Artes Cênicas e Espetáculos	56.769	10,18
Audiovisual	21.667	3,89
Cultura Digital	15	0,00
Editorial	55.872	10,02
Educação e Criação em Artes	122.487	21,96
Entretenimento	11.908	2,14
Música	8.888	1,59
Patrimônio	1.320	0,24
Publicidade	232.895	41,76
Total Geral	557.664	100

Fonte: Elaboração própria a partir de Receita Federal (2017).

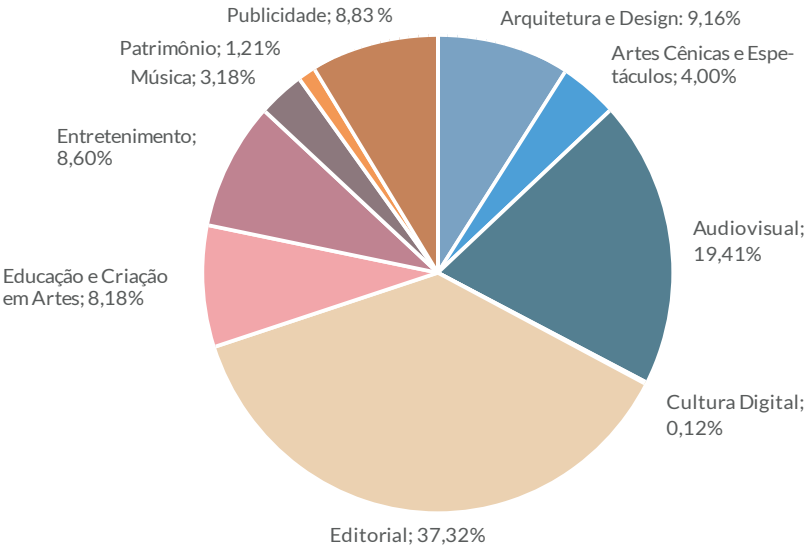
Nota: Calculado sobre o total de Microempreendedores Individuais. Dados extraídos em 22 de dezembro de 2017.

Com relação à dinâmica setorial do emprego cultural e criativo, são apreciados os mesmos dez setores que foram analisados em termos dos empreendimentos culturais e criativos, criando a expectativa de que, salvo em casos específicos, as conclusões sejam similares. Em outras palavras, espera-se que o aumento do número de empresas em determinado setor tenha sido acompanhado por uma incorporação de trabalhadores e trabalhadoras culturais e criativas, mesmo que não na mesma proporção; ao mesmo tempo em que uma redução nos empreendimentos tenha sido acompanhada de uma maior ou menor liberação de mão de obra daqueles setores. As particularidades dessa evolução, todavia, só ficam claras a partir da análise dos dados e das desagregações que são realizadas a seguir. A dinâmica do emprego cultural segue uma dinâmica setorial e regional (LERICHE e DAVIET, 2010), não sendo possível derivar tendências agregadas sem um elevado nível de generalidade.

A mão de obra nos SCC: número de ocupados e participação nacional

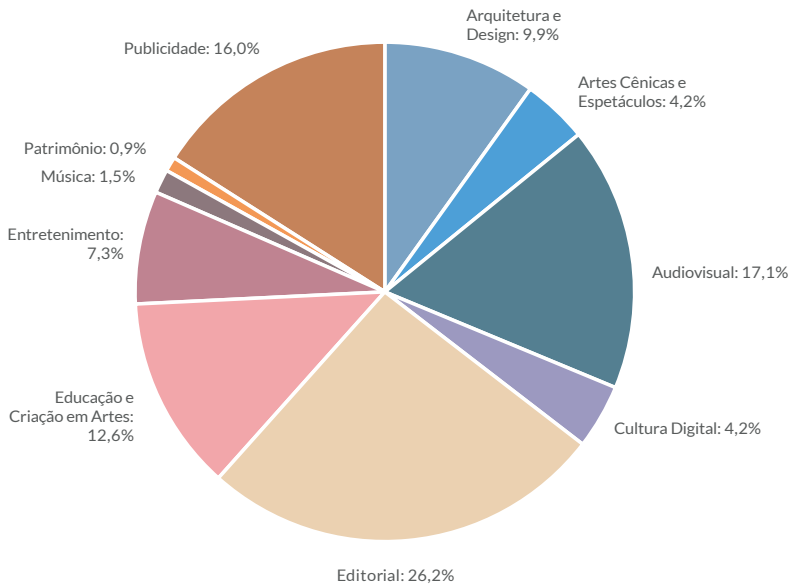
É preciso chamar a atenção, em primeiro lugar, para a alteração na alocação setorial da mão de obra criativa e cultural brasileira entre 2007 e 2019. Embora os dados indiquem uma incorporação de mais de 95 mil ocupados ao longo do período, isto é, um aumento que leva os aproximadamente 589 mil trabalhadores em 2007 para um total que excede 684 mil em 2019, não se pode afirmar que essa variação se refletiu em termos de mudanças significativas na distribuição das ocupações entre os setores criativos e culturais. Como mostram os Gráficos 4.1 e 4.2, com percentuais arredondados, os setores que mais alocaram mão de obra em 2007 – *Editorial* e *Audiovisual* – são os mesmos em 2019, o que faz sentido ao considerar que são os maiores e mais tradicionais setores do ramo, com o maior número de empresas (capítulo 3). Juntos, estes somavam em torno de 57% de todos os empregos dos SCC em 2007, valor que foi reduzido para em torno de 43% em 2019, uma mudança considerável, principalmente para o segmento *Editorial*, mas, ainda assim, incapaz de modificar a relevância destes com relação ao total dos SCC.

Gráfico 4.1 – Distribuição da ocupação dos setores culturais e criativos, por segmento (2007)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.2 – Distribuição da ocupação dos setores culturais e criativos, por segmento (2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

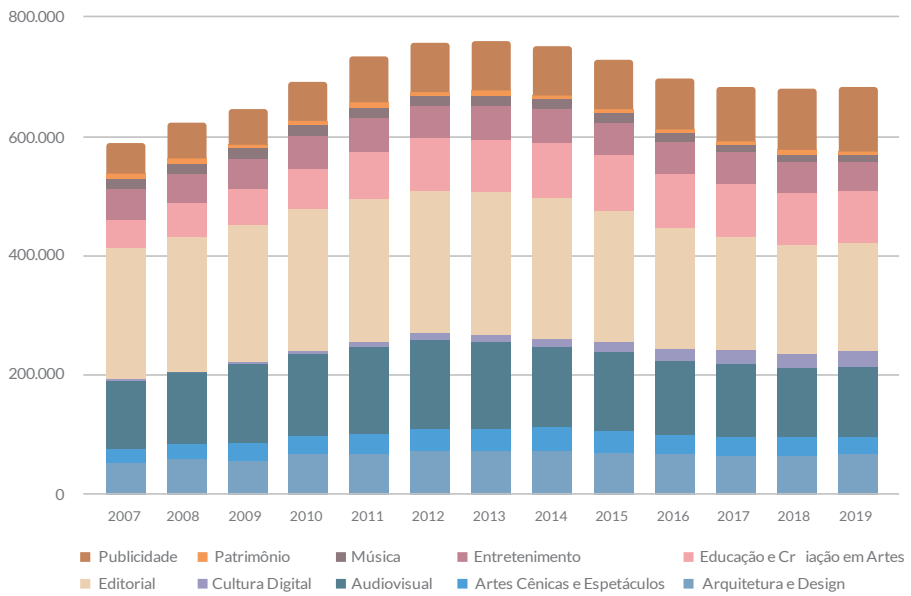
Os Gráficos 4.1 e 4.2 ilustram como a perda de participação dos dois principais segmentos pode ser entendida a partir da incorporação de mão de obra por parte dos outros segmentos analisados. Enquanto diminui o número relativo de trabalhadores nos segmentos tradicionais mencionados, cresce a sua incorporação naqueles de tamanhos médio e pequeno. Com relação aos médios, destacam-se *Arquitetura e Design e Educação* e *Criação em Artes*, cujos crescimentos em número de ocupados foram de, respectivamente, 25,6% e 79,1% no período. Outro segmento intermediário com rápida absorção de mão de obra é o de *Publicidade*, cujo crescimento de 110% entre 2007 e 2019 o tornou o terceiro mais relevante em termos de número de ocupações durante o período de análise.Dentre os setores menos intensivos em mão de obra, em termos absolutos, o crescimento do número de ocupados é significativo em *Cultura Digital,* que se torna aproximadamente 40 vezes maior, uma manifestação esperada se considerarmos os elementos abordados no capítulo anterior.

Ao longo do período analisado, quatro segmentos sofreram reduções na quantidade total de ocupados. Em dois deles, *Música* e *Patrimônio*, a trajetória de liberação de mão de obra apresentou um comportamento tendencial constante, não se alterando de forma significativa durante os anos analisados. No segmento *Editorial*, em que essa diminuição foi de 18,6%, a trajetória é menos evidente. Entre 2007 e 2011 o ramo apresentou uma expansão no número de ocupados, a qual foi rapidamente revertida a partir de 2012, mostrando uma tendência mais acentuada de redução. O setor de *Entretenimento* passou a apresentar uma trajetória constante de decrescimento do número de ocupados a partir de 2014, porém a redução relativa foi menor do que nos outros três setores (apenas 1,3%).

Alterações como essas ocorreram na maioria dos segmentos, o que parece indicar, nesse caso, a influência dos efeitos de contextos relacionados à economia doméstica. Ao atentar para o Gráfico 4.3, nota-se que, com a exceção da *Cultura Digital*, todos os outros setores apresentam taxas de crescimento no número absoluto de ocupações cada vez menores a partir de 2011, e o crescimento se transforma em decrescimento de 2014 em diante. Mas o ritmo de expansão e contração varia de segmento para segmento. Em alguns casos, a mudança na conjuntura doméstica foi acompanhada de uma redução ainda mais significativa na ocupação, como o exemplo já men-

cionado dos segmentos *Editorial* e *Audiovisual*; em outros, essa redução foi mais tímida ou quase inexistente, como no caso da *Publicidade* e de *Educação e Criação em Artes.* Assim, esse movimento generalizado de decréscimo das taxas de incorporação de mão de obra até 2011 reflete tanto uma tendência mais geral da economia brasileira, como uma dinâmica específica de cada setor. O Quadro 4.1 resume as estatísticas descritivas para os dez segmentos para todo o período, mostrando a concentração setorial média e mediana do emprego cultural e criativo em termos absolutos e também relativos.

Gráfico 4.3 – Evolução da ocupação dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 4.1 – Estatísticas descritivas – Ocupação dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	66.638	67.378	6.453	9,6%
Artes Cênicas e Espetáculos	32.233	32.257	4.307	4,6%
Audiovisual	129.645	129.685	11.987	18,7%
Cultura Digital	12.727	11.699	9.169	1,8%
Editorial	219.372	228.598	22.420	31,7%
Educação e Criação em Artes	78.727	86.346	15.417	11,3%
Entretenimento	53.437	53.775	2.492	7,7%
Música	15.533	16.675	2.737	2,3%
Patrimônio	6.794	6.574	881	1,0%
Publicidade	79.171	82.537	16.530	11,4%

Fonte: Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Embora não seja objeto desse capítulo examinar especificamente os efeitos da evolução da conjuntura econômica sobre o grau de ocupação nos SCC, alguns pontos podem ser destacados. O Quadro 4.2 mostra a população economicamente ativa, a população desocupada e a taxa de desocupação entre os anos de 2007 e 2015. Como se pode observar, há uma redução do número de pessoas desocupadas entre 2007 e 2008 e de 2009 até 2012, com uma reversão da tendência em 2013. Ao acompanhar a trajetória da distribuição das ocupações nos SCC no Gráfico 4.3 e observar a redução da taxa de crescimento da incorporação da mão de obra a partir de 2011, percebe-se que a suposição de declínio associado à diminuição da atividade econômica doméstica não parece se sustentar, dado o patamar reduzido da taxa de desemprego entre 2011 e 2013 em comparação a 2009, por exemplo.

Quadro 4.2 – Mercado de trabalho no Brasil (2007-2015)

População Economicamente Ativa (em milhões) (A)	97,87	99,5	101,1	99,1	101,5	102,5	105,9	104,8
População Desocupada (em milhões) (B)	7,97	7,10	8,39	6,63	6,24	6,64	7,25	10,01
Taxa de Desocupação (%)(B)/(A)	8,14	7,14	8,30	6,69	6,15	6,48	6,85	9,63

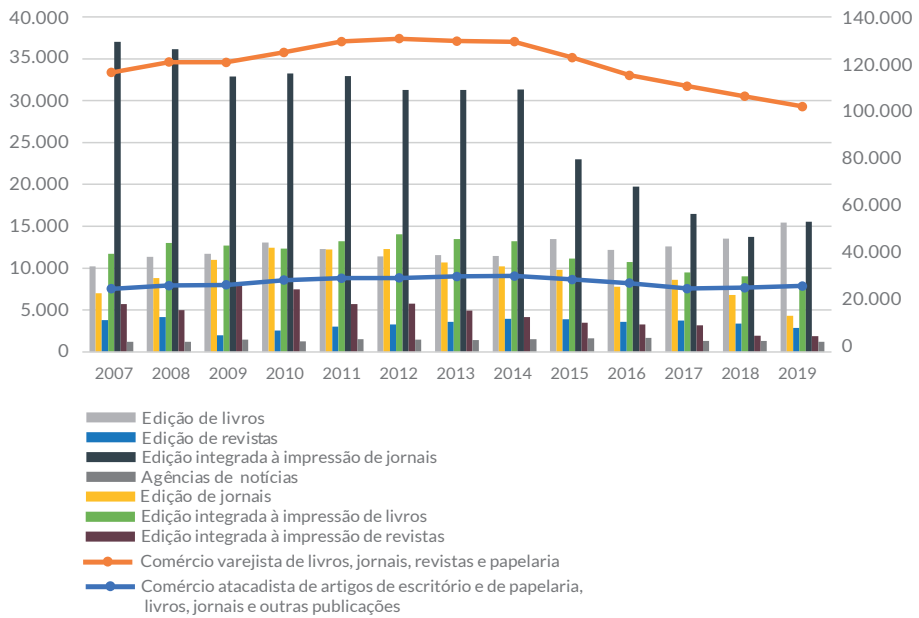
Fonte: PNAD-IBGE. Síntese de indicadores. Vários anos.

Nesse sentido, explicações alternativas precisam ser ponderadas de forma a justificar essa queda na incorporação de mão de obra nos SCC. Uma das possíveis razões alternativas seria um esgotamento de mão de obra qualificada e disponível para os SCC, cujo incremento passa a ser marginalmente menor à medida que se reduz a oferta de mão de obra total da economia. Tal justificativa pode ser melhor trabalhada na análise que se segue, uma vez que as desagregações com relação à idade e ao grau de escolaridade dos ocupantes tendem a mostrar tendências nesse sentido. Outra possibilidade é de que os SCC atingiram seu limite em termos de demanda por trabalho, isto é, dado o nível de consumo vigente e o grau de inovação tecnológica, a capacidade de reprodução das indústrias culturais e criativas em termos de incorporação de trabalho chegou, ao menos temporariamente, a um limite. Essas e outras explicações não são testadas nem respondidas nesse capítulo, mas podem servir de norte para trabalhos que queiram abordar o mercado de trabalho cultural e criativo a partir do *Atlas*.

Pode-se entender melhor a situação e as tendências que se apresentam à incorporação de mão de obra nos SCC a partir da desagregação das atividades econômicas de cada segmento. Vale identificar quais são os subsetores que sustentam a grande quantidade absoluta de ocupados nos setores de maior demanda por mão de obra, bem como a trajetória de aumento ou redução do número de ocupados ao longo dos anos analisados. Ou seja, para além das tendências no nível agregado, a observação das mudanças ao longo do tempo nos subsetores pode fornecer indicadores importantes adicionais sobre o mercado de trabalho cultural e criativo.

Com relação ao segmento *Editorial,* destacam-se as atividades associadas aos comércios varejista e atacadista, que concentravam, em 2007, mais de 65% do total de ocupados no segmento, e que, em 2019, expandiram-se ainda mais, para concentrar em torno de 73% dos ocupados (68% na média do período). Tal fato mostra a importância das redes de distribuição para a sustentação do segmento *Editorial*, bem como a importância dos serviços na garantia do nível de emprego no setor. Mesmo assim, conforme mostra o Gráfico 4.4, há uma diferença considerável entre o comércio varejista, que somou, em 2019, mais de 102 mil ocupados, e o comércio atacadista, no qual estavam alocados em torno de 27 mil trabalhadores. Ainda sobre este segmento, importa ressaltar que a tendência de decréscimo do número de trabalhadores se dá justamente nas atividades em que se verificam, no capítulo anterior, a redução considerável do número de empresas, qual seja, a edição integrada à impressão de jornais e revistas.

Gráfico 4.4 – Evolução do total de ocupados do segmento Editorial, por subsetor (2007-2019)*

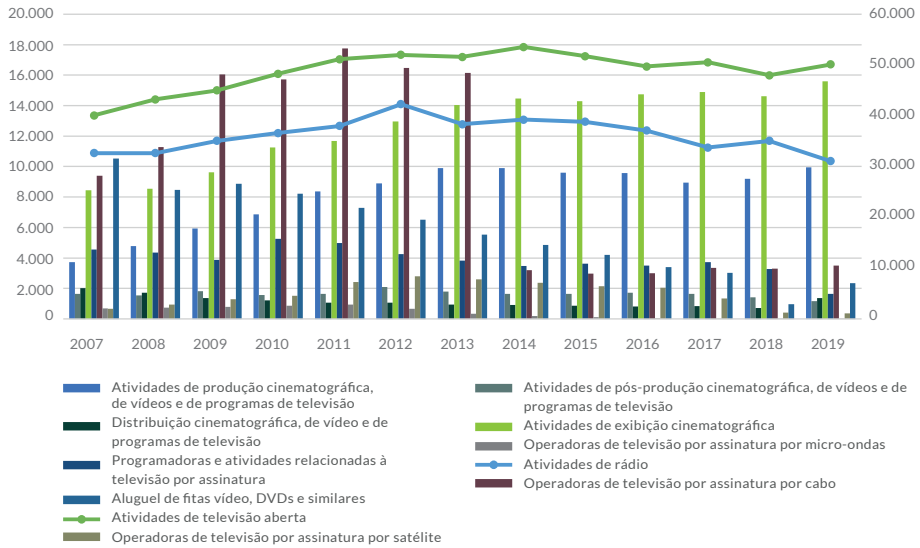


*Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações e Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

A demanda por mão de obra no segmento *Audiovisual*, por sua vez, encontra-se majoritariamente associada às Atividades de televisão aberta e às Atividades de rádio, que juntas somavam 64% dos ocupados em 2007 e cerca de 69% em 2019. Os subsetores de maior crescimento foram o de Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão, que mais que dobrou o número de ocupados entre o início e o fim da série analisada, e Atividades de exibição cinematográfica (85% de aumento). Como indica o Gráfico 4.5, o contrapeso em termos de redução no número de ocupados pode ser verificado nas Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas e por cabo e no Aluguel de fitas de vídeo, DVD e similares, que diminuíram de forma marcante.

Gráfico 4.5 – Evolução do total de ocupados do segmento Audiovisual, por subsetor (2007-2019)*



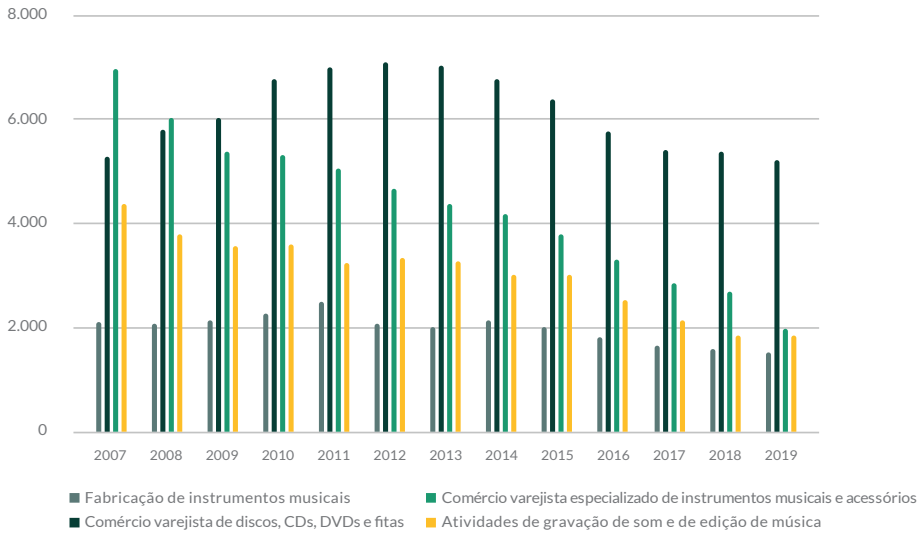
*Atividades de televisão aberta e atividades de rádio no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS

A redução do número de ocupações no segmento de *Música* é expressa por uma liberação de mão de obra, apesar do Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios ter se expandido até 2012. Merece des-

taque aqui o Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas, que encolheu quase 5 mil trabalhadores entre 2007 e 2019 (Gráfico 4.6).

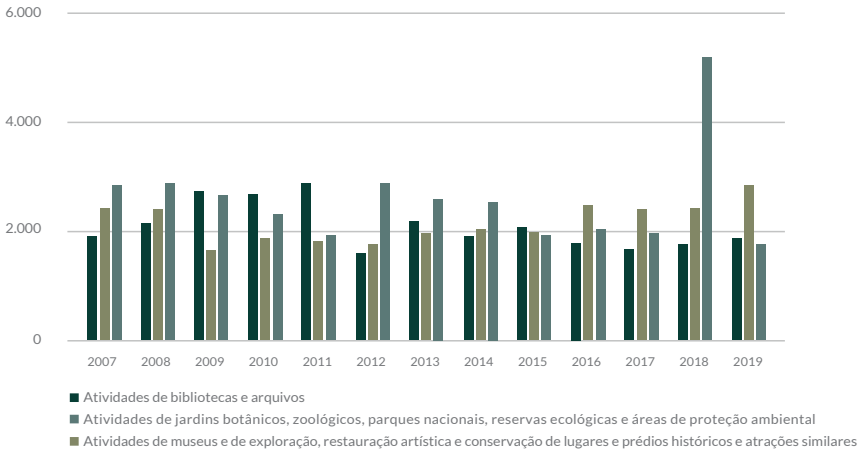
Gráfico 4.6 – Evolução do total de ocupados do segmento de Música, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

No caso do segmento *Patrimônio*, como mostra o Gráfico 4.7, a queda no número de ocupados é menor, e explicada majoritariamente pela diminuição do montante de mão de obra alocado em Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental, o que também aparece de forma similar à expansão dos empreendimentos culturais e criativos destacados no capítulo anterior.

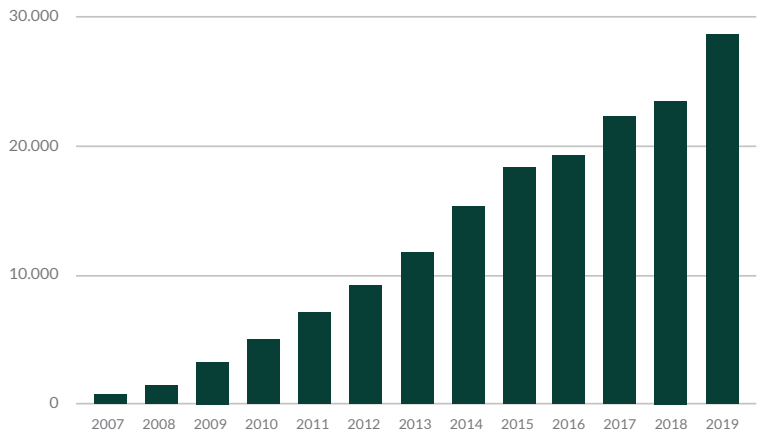
Gráfico 4.7 – Evolução do total de ocupados do segmento de Patrimônio, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Por fim, vale ressaltar que, no caso dos setores que experimentaram aumento significativo do volume de ocupações, destaca-se a atividade de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet ou *Cultura Digital*, cujo aumento de 709 ocupações em 2007 para 28,6 mil em 2019 ilustra a totalidade da incorporação de mão de obra no segmento (Gráfico 4.8).

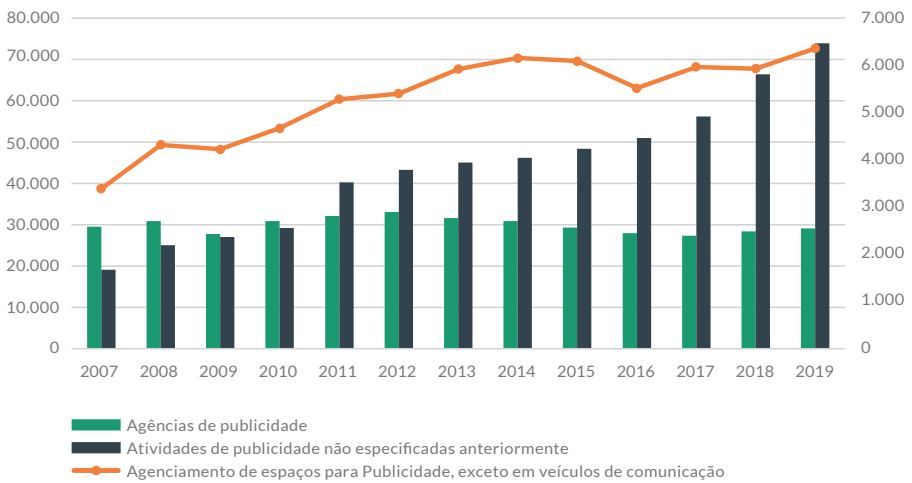
Gráfico 4.8 – Evolução do total de ocupados do segmento de Cultura Digital (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Com relação ao segmento de *Publicidade*, o Gráfico 4.9 mostra que o movimento de elevação do emprego se deve, de forma similar ao que foi visto no capítulo anterior no caso das empresas, às Atividades de publicidade não especificadas anteriormente, que mais que triplicaram a ocupação, enquanto que no caso da *Educação e Criação em Artes* apresentado no Gráfico 4.10, o Ensino de idiomas dobra de tamanho em termos de ocupações, passando de 31,6 mil profissionais em 2007 ara quase 64 mil em 2019, enquanto o Ensino de arte e cultura, embora menor em termos absolutos, quase quintuplicou.

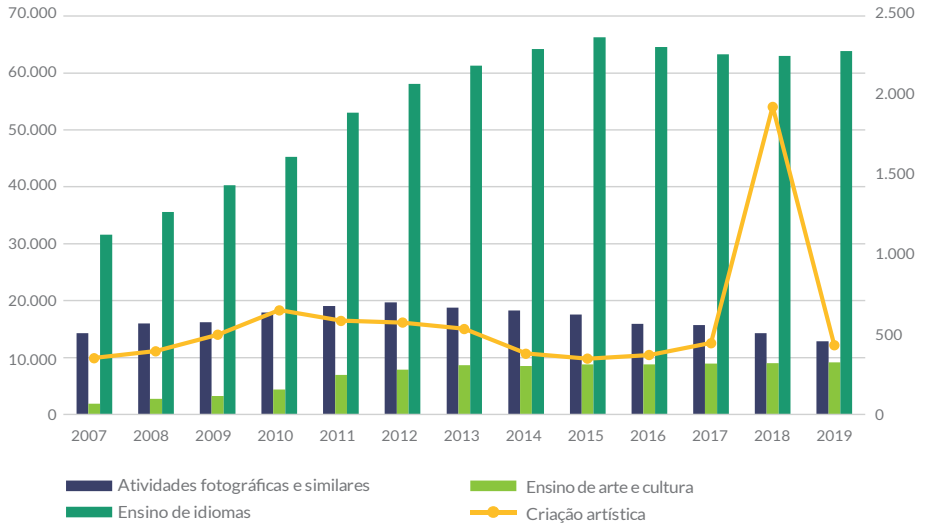
Gráfico 4.9 – Evolução do total de ocupados do segmento de Publicidade, por subsetor (2007-2019)*



*Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.10 – Evolução do total de ocupados do segmento de Educação e Criação em Artes, por subsetor (2007-2019)*



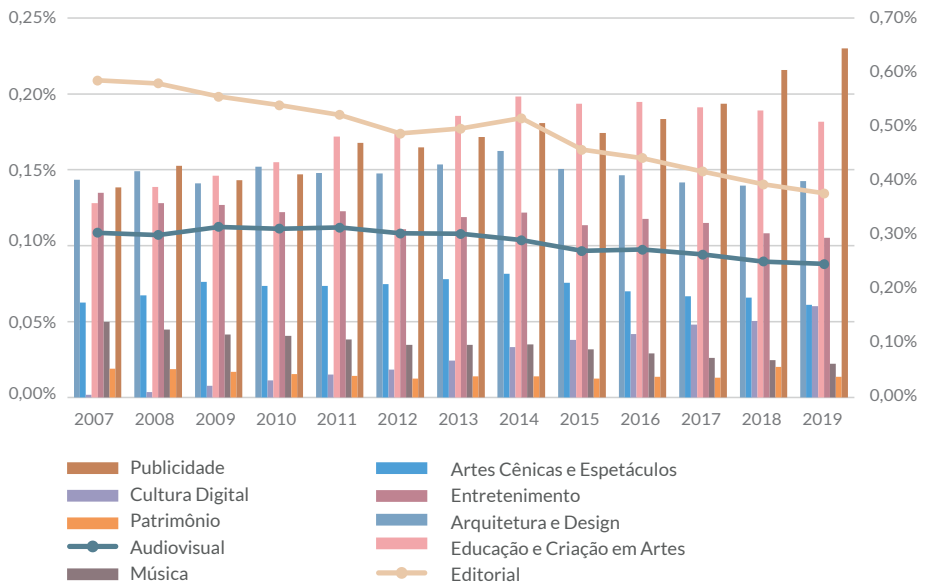
*Criação artística no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Antes de uma análise mais aprofundada acerca das características particulares dos ocupados nos SCC, é relevante mencionar a representatividade desses valores para os níveis de emprego com relação ao total de ocupações existentes na economia brasileira. Assim como indicam os números referentes aos empreendimentos culturais e criativos analisados no capítulo anterior, não é surpreendente que a quantidade de mão de obra alocada nos SCC corresponda a uma parcela relativamente pequena do total da população empregada no Brasil. Mesmo os setores com maior volume absoluto de ocupações, como *Editorial* e *Audiovisual*, representam menos de 1% do total de ocupados no país, representando, em média, respectivamente, algo em torno de 0,49% e 0,29% do emprego total ao longo dos anos observados (Quadro 4.3). Ainda assim, importa reconhecer que ambos os setores perdem participação com relação ao emprego total da mão de obra, embora seja perceptível pelo Gráfico 4.11 que no setor *Editorial* essa mudança foi mais acentuada, como mostra a linha de tendência (pontilhada).

Tais dinâmicas nos ramos tradicionais contrastam com a ascensão de segmentos como *Educação e Criação em Artes* e *Cultura Digital*, cujas linhas de tendência apontam para rápida expansão relativa do emprego. Nota-se que o aumento da representatividade deste último no que diz respeito à demanda total por mão de obra é notável, na medida em que ele deixa de apresentar uma irrelevância relativa para significar algo como 0,06% do total de empregos formais em 2019, superando setores mais tradicionais como *Entretenimento* e *Patrimônio*. Também se destaca a evolução relativa do setor *Publicidade,* cujo percentual em relação ao total da economia doméstica atinge 0,23% em 2019. Aqui fica clara a tendência à expansão de setores como *Cultura Digital, Publicidade* e *Educação e Criação em Artes* frente a uma redução da participação do *Editorial,* da *Música* e do *Audiovisual* e a certa estabilidade das ocupações nos outros setores mencionados.

Gráfico 4.11 – Evolução da participação do emprego nos setores culturais e criativos no total de empregos no Brasil, por segmento (2007-2019)*



**Editorial* e *Audiovisual* no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 4.3 – Estatísticas descritivas – Participação da ocupação nos setores culturais e criativos no total de ocupados, por segmento (2007-2019)

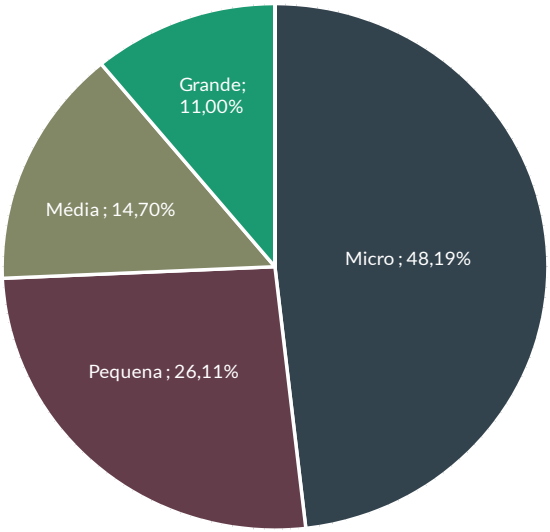
Arquitetura e Design	0,15%	0,15%	0,01%
Artes Cênicas e Espetáculos	0,07%	0,07%	0,01%
Audiovisual	0,29%	0,30%	0,02%
Cultura Digital	0,03%	0,02%	0,02%
Editorial	0,49%	0,50%	0,07%
Educação e Criação em Artes	0,17%	0,18%	0,02%
Entretenimento	0,12%	0,12%	0,01%
Música	0,03%	0,03%	0,01%
Patrimônio	0,02%	0,01%	0,00%
Publicidade	0,17%	0,17%	0,03%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

O volume de emprego e o porte das empresas

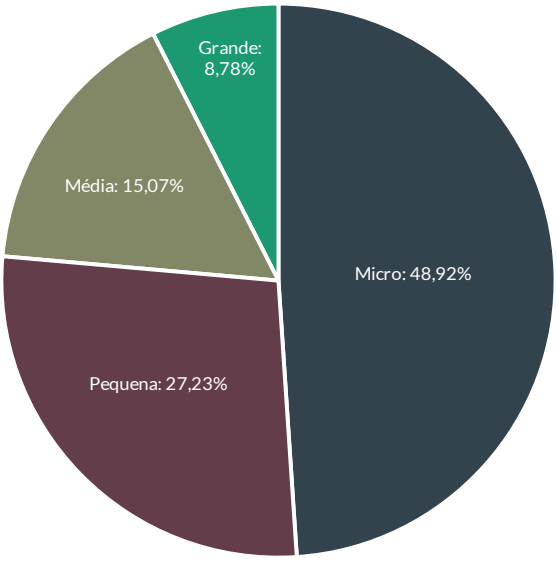
Em termos gerais, em todos os setores analisados são as microempresas que abarcam a maior parte de mão de obra cultural e criativa, uma característica que pouco se alterou ao longo do período analisado, e que vai ao encontro das tendências mundiais de concentração dessas atividades em firmas de menor porte (KAMARA, 2004). Como mostram os Gráficos 4.12 e 4.13, houve pouca variação na maneira pela qual as ocupações estão distribuídas no que diz respeito aos portes das firmas entre os dois anos. Esses resultados são consistentes com a discussão do número de empresas por porte, discutidos no capítulo anterior.

Gráfico 4.12 – Distribuição da ocupação nos setores culturais e criativos por porte da firma (2007)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

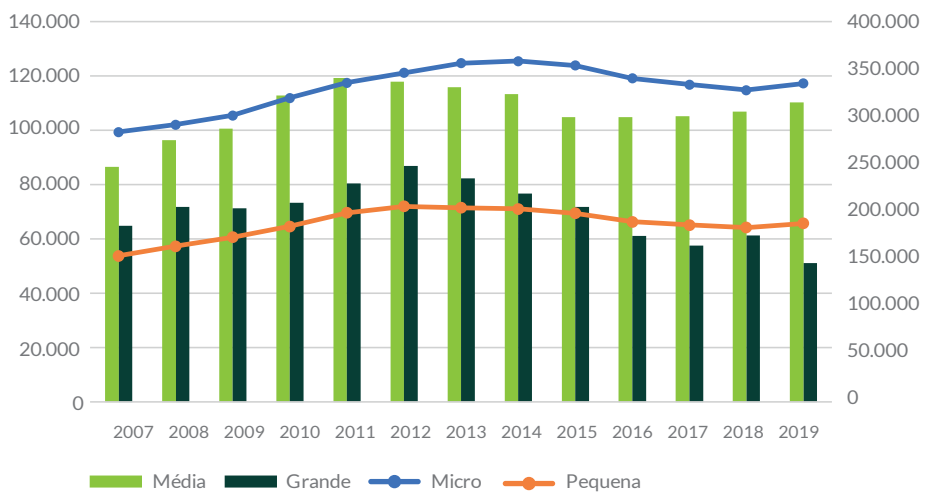
Gráfico 4.13 – Distribuição da ocupação nos setores culturais e criativos por porte da firma (2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Em 2019, as microempresas alocavam 49% da mão de obra, ou mais de 335 mil pessoas, um aumento de 1 ponto percentual em comparação a 2007. As pequenas empresas também aumentaram em 1 ponto percentual, alcançando 27% dos quase 685 mil ocupados em 2019. O movimento mais acentuado foi a redução da participação das grandes empresas, porte que liberou mão de obra para os demais. Representando 11% das ocupações em 2007, apenas 7% dos ocupados eram demandados pelas grandes empresas em 2019. A quantidade de trabalhadores nas empresas de porte médio cresceu de 15% para 16% ao longo do período. Sublinha-se ainda que, como esperado, o movimento de expansão e de posterior retração do número de ocupações verificado na subseção anterior reflete-se na distribuição da mão de obra por firma, que parece ter acompanhado tal processo de forma relativamente uniforme. A diferença se dá, todavia, nos anos em que a tendência se inverte, isto é, quando a trajetória de crescimento é substituída por uma trajetória de encolhimento relativo: no caso das empresas médias, ela ocorre em 2011; para as empresas grandes e pequenas, em 2012; e, finalmente, para as microempresas, em 2014.

Gráfico 4.14 – Evolução do total de ocupados nos setores culturais e criativos, por porte da firma (2007-2019)*



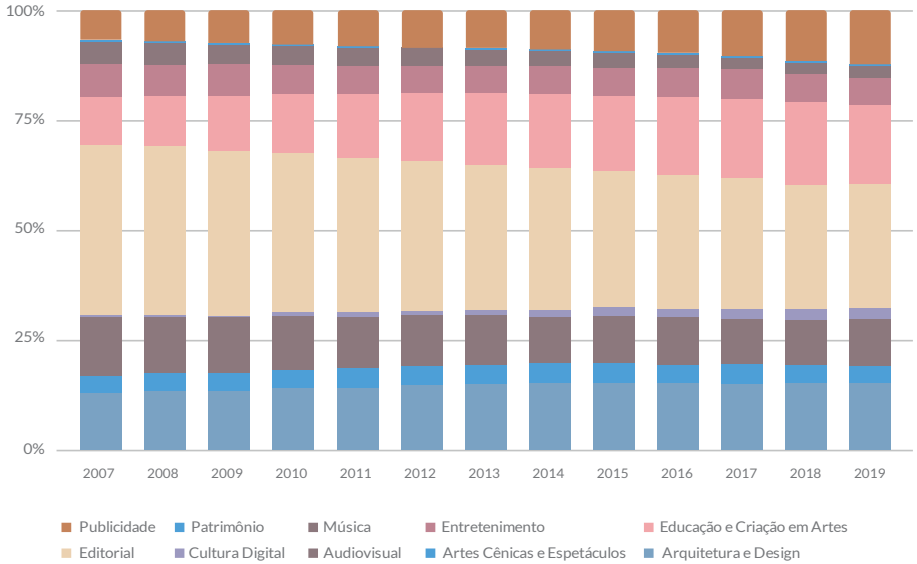
* Micro e pequenas empresas no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Uma apreciação mais detalhada da demanda por trabalho permite identificar algumas tendências relevantes em termos de alocação de mão de obra por porte de firma. Com relação às microempresas, o Quadro 4.4 apresenta as estatísticas descritivas. Na média e na mediana, em termos absolutos, além do segmento *Editorial*, se destacam *Educação e Criação em Artes*, que apresenta elevada variabilidade, e *Arquitetura e Design*. Com relação ao crescimento, o Gráfico 4.15 indica a distribuição da ocupação nos SCC ao longo do período. Os segmentos que mais tiveram aumentos no número de ocupados foram *Publicidade* , que aumentou 118,4%, motivado pelo incremento nas Atividades de publicidade não especificadas anteriormente (Gráfico 4.16); *Educação e Criação em Artes*, que aumentou 98% motivado principalmente pelo incremento contínuo de ocupados em Ensino de idiomas, sugerindo uma mudança nos hábitos de consumo em função da expansão da renda disponível (Gráfico 4.17); e *Cultura Digital,* que elevou em mais de 16 vezes a mão de obra alocada, refletindo as transformações abordadas nos capítulos anteriores (Gráfico 4.18). Houve também, ao longo do período, a liberação de trabalhadores em quatro setores. Dentre estes, o setor de *Música* apresentou a redução mais marcante (-41,38%), majoritariamente motivada pela queda do número de ocupados no Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas, ainda que o subsetor de Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios tenha apresentado ganhos na comparação final do período/início do período (Gráfico 4.19).

Em seguida, devem ser enfatizadas as reduções dos segmentos de *Editorial* (-14,87%), *Audiovisual* (-6,71%) e *Entretenimento* (-2,59%). O que explica esses movimentos são, no caso do primeiro, o Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria e a Edição integrada à impressão de revistas, jornais e livros (Gráfico 4.20). No caso do *Audiovisual*, é a redução considerável da mão de obra alocada em Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares (Gráfico 4.21); já no setor de *Entretenimento*, o subsetor de Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente explica a redução no total de ocupados, mesmo com crescimento relativo dos demais subsetores (Gráfico 4.22).

Gráfico 4.15 – Distribuição da ocupação nas microempresas, por segmento (2007-2019)



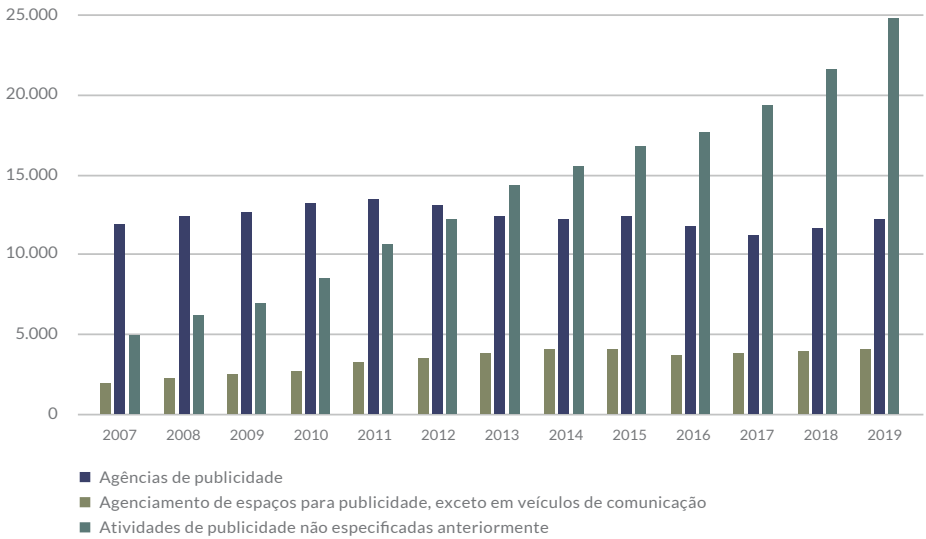
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Quadro 4.4 – Estatísticas descritivas – Ocupação nas microempresas, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	48.329	50.034	5.923
Artes Cênicas e Espetáculos	13.875	14.123	1.591
Audiovisual	37.706	38.344	1.912
Cultura Digital	4.392	4.567	2.757
Editorial	109.565	112.614	8.792
Educação e Criação em Artes	51.354	57.920	11.402
Entretenimento	21.757	21.849	363
Música	11.892	12.863	1.986
Patrimônio	1.193	1.186	84
Publicidade	29.584	30.607	6.625

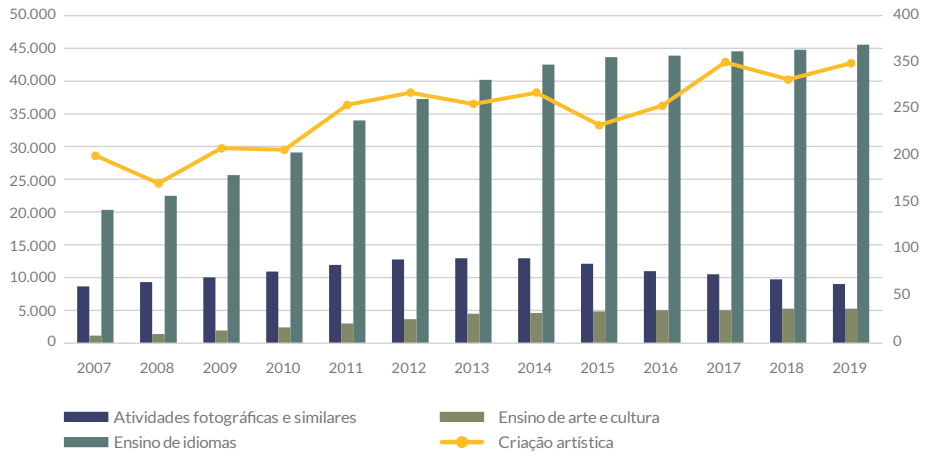
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.16 – Total de ocupados nas microempresas do segmento de Publicidade, por subsetor (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS

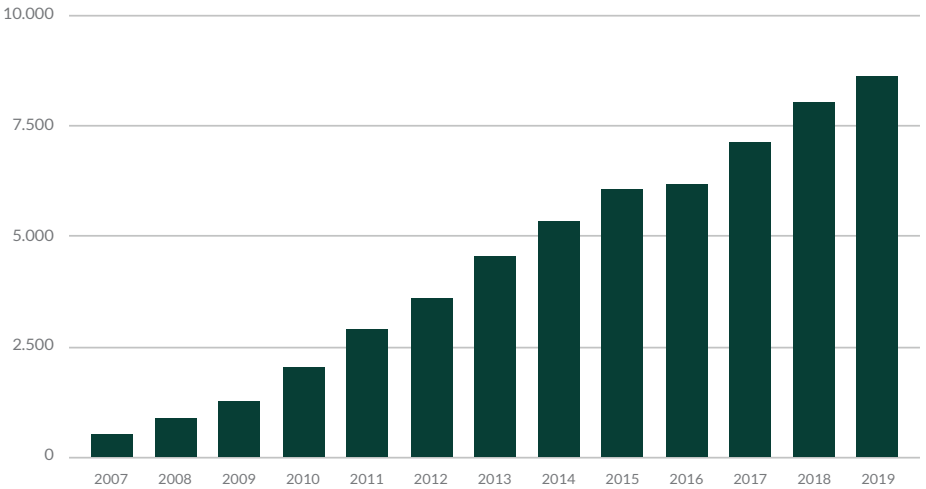
Gráfico 4.17 – Total de ocupados nas microempresas do segmento de Educação e Criação em Artes, por subsetor (2007-2019)*



*Criação Artística no eixo da direita

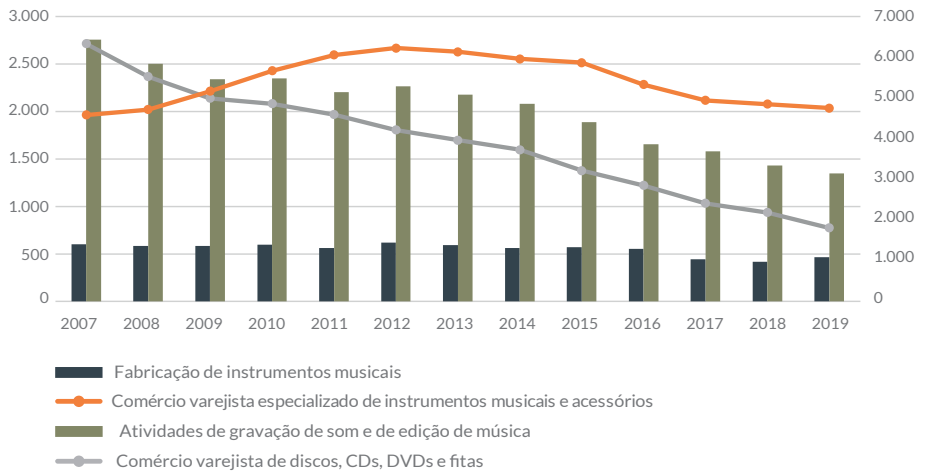
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.18 – Total de ocupados nas microempresas do segmento de Cultura Digital (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

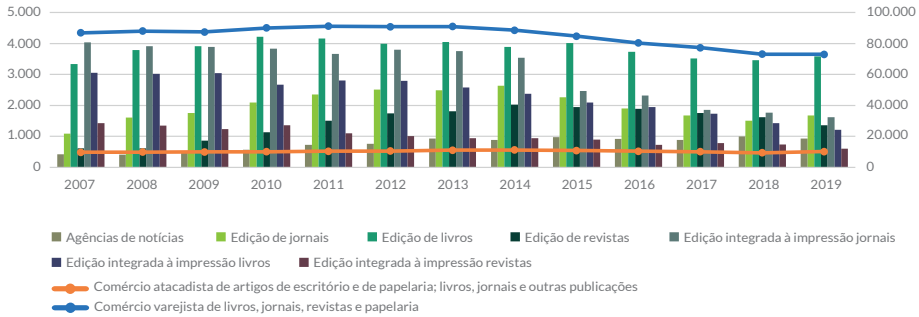
Gráfico 4.19 – Total de ocupados nas microempresas do segmento de Música, por subsetor (2007-2019)*



*Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios e Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

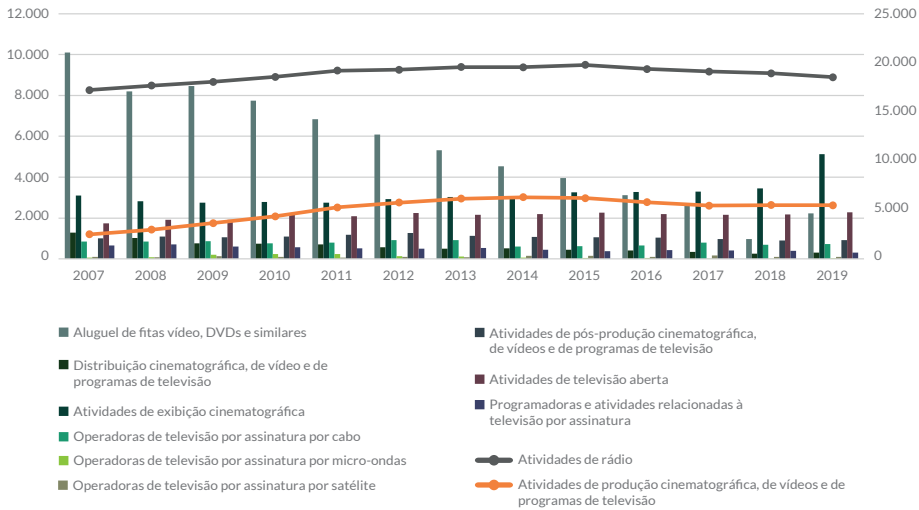
Gráfico 4.20 – Total de ocupados nas microempresas do segmento Editorial, por subsetor (2007-2019)*



*Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações e Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

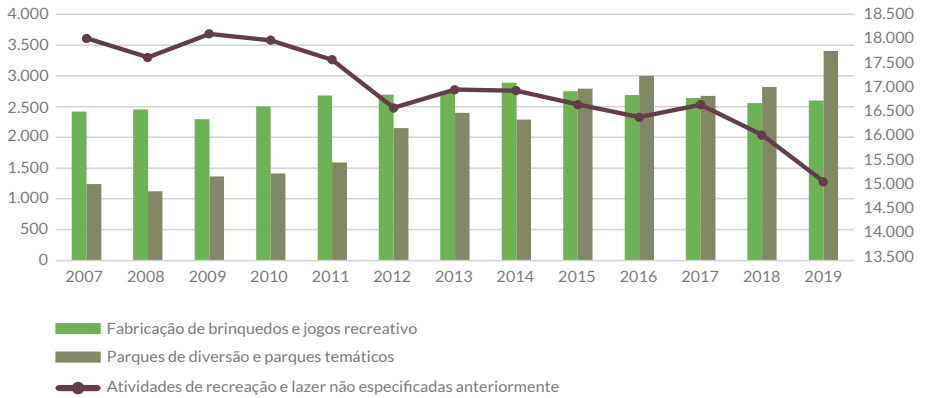
Gráfico 4.21 – Total de ocupados nas microempresas do segmento Audiovisual, por subsetor (2007-2019)*



*Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão e Atividades de rádio no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.22 – Total de ocupados nas microempresas do segmento de Entretenimento, por subsetor (2007-2019)*



*Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

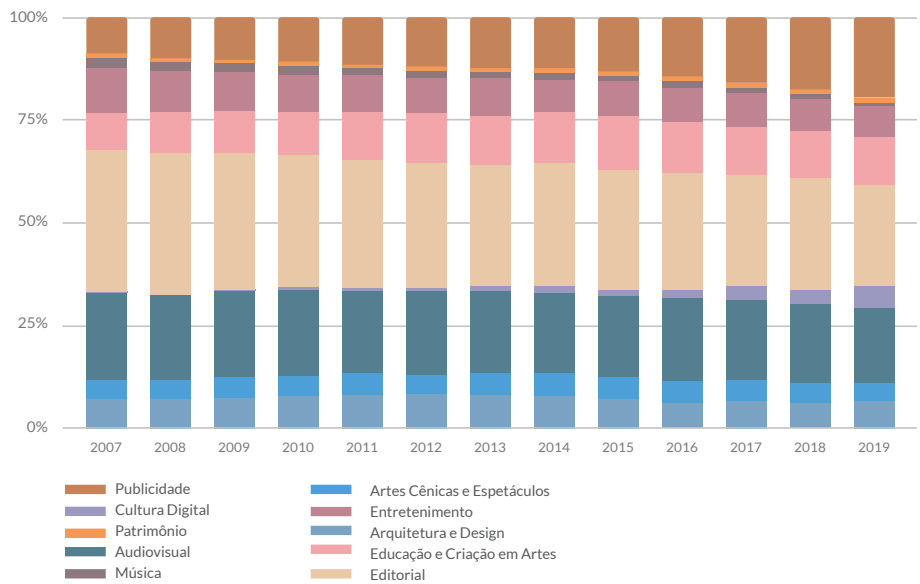
Com relação à pequena empresa, o Quadro 4.5 apresenta uma síntese para o período, com as estatísticas descritivas. Para esse porte, o segmento do *Audiovisual* é o segundo que, na média, mais absorve mão de obra em termos absolutos, atrás do *Editorial*. Sobre a dinâmica de absorção de emprego pelas empresas desse porte, o número de ocupados mais que dobrou em dois setores (Gráfico 4.23): *Publicidade* e *Cultura Digital.* Enquanto no primeiro a grande variação entre 2007 e 2019 para esse porte se deu nas Atividades de publicidade não especificadas anteriormente, que incorporaram 502% trabalhadores a mais ao longo do período (Gráfico 4.24), o crescimento do segundo esteve condicionado ao crescimento de mais de 47 vezes o número de trabalhadores que realizam atividades relacionadas ao único subsetor do segmento, Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet (Gráfico 4.25). Dentre os segmentos que liberaram mão de obra, destaca-se o de *Música* e o de *Entretenimento,* que reduziram, respectivamente, 50,25% e 14,29% entre 2007 e 2019.

Quadro 4.5 – Estatísticas descritivas – Ocupação nas pequenas empresas, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	13.771	12.826	2.157
Artes Cênicas e Espetáculos	9.418	9.400	1.184
Audiovisual	37.642	37.961	2.863
Cultura Digital	3.079	2.255	2.692
Editorial	55.963	57.216	5.079
Educação e Criação em Artes	21.529	21.998	3.814
Entretenimento	16.592	16.806	1.225
Música	2.980	3.189	603
Patrimônio	1.910	1.944	172
Publicidade	24.374	24.852	6.532

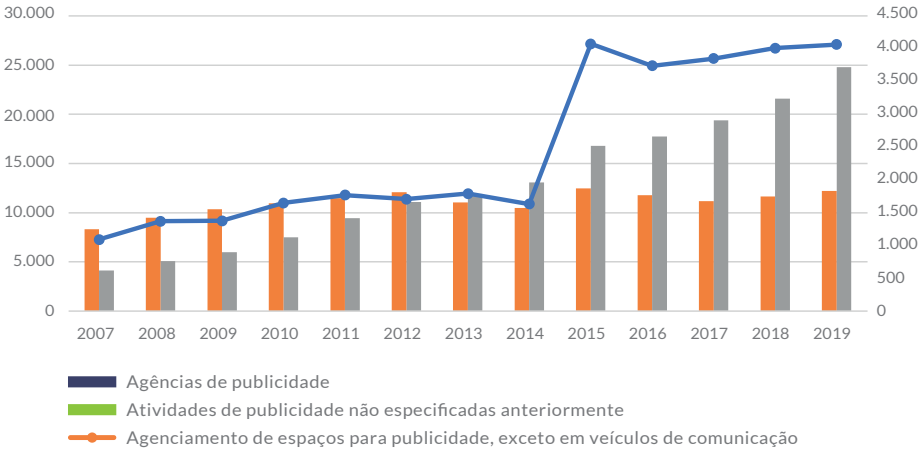
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.23 – Distribuição da ocupação nas pequenas empresas, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

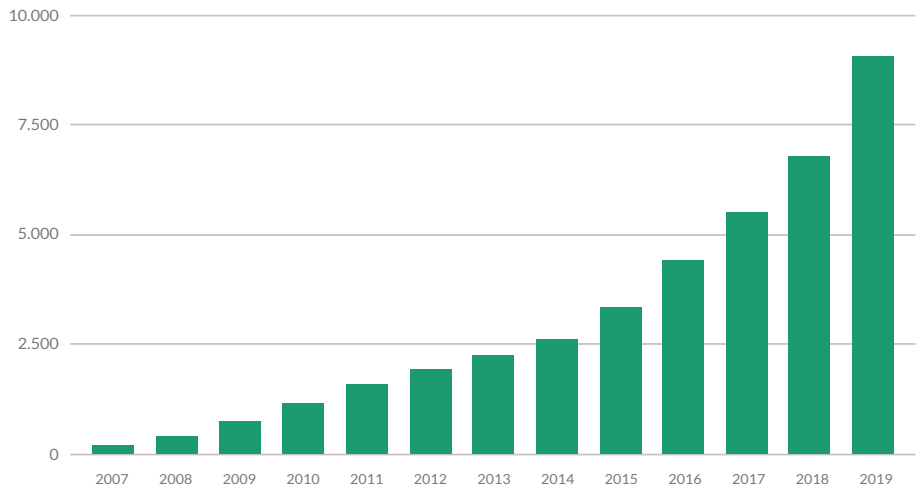
Gráfico 4.24 – Total de ocupados nas pequenas empresas do segmento de Publicidade, por subsetor (2007-2019)*



*Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.25 – Total de ocupados nas pequenas empresas do segmento de Cultura Digital (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

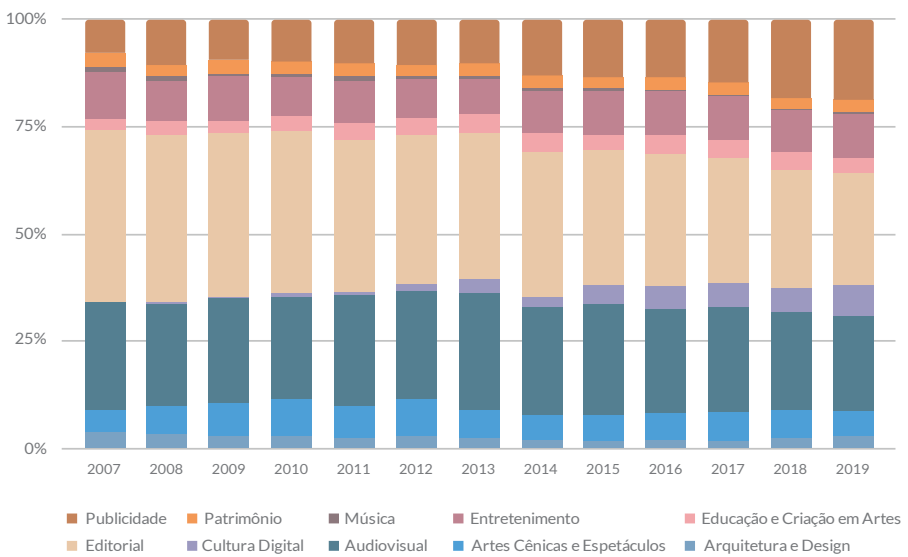
No que diz respeito às empresas de porte médio, o Quadro 4.6 apresenta as estatísticas descritivas. Os segmentos com maior absorção de mão de obra em termos absolutos para esse porte seguem sendo o *Editorial*, o *Audiovisual* e o de *Publicidade*. O Gráfico 4.26 apresenta a evolução da distribuição das ocupações entre os SCC para o período. Com relação à evolução da demanda por mão de obra criativa e cultural, o crescimento mais expressivo do número de ocupados encontra-se no segmento *Cultura Digital*, que em 2008 continha 127 trabalhadores e que acabou 2019 com mais de 8 mil. Em seguida, destacam-se os segmentos de *Publicidade,* que cresceu 205,2% no período, e *Educação e Criação em Artes*, com um aumento de 98,6% na mão de obra alocada. No caso do primeiro, o incremento se deve ao aumento expressivo do emprego nos três subsetores que compõem o setor (Gráfico 4.27); no do segundo, por sua vez, o crescimento se deve à expressiva incorporação de mão de obra em Ensino de arte e cultura (572%) e Ensino de idiomas (104%) (Gráfico 4.28). É importante perceber que esses aumentos são significativos justamente pelo reduzido grau de ocupação dos setores e subsetores, em que pequenas variações absolutas implicam grandes mudanças relativas. Por exemplo, a variação entre 2007 e 2019 para Ensino de arte e cultura foi de 1.727 trabalhadores. Dentre os setores que sofreram reduções no emprego nas empresas de porte médio, destaca-se a liberação expressiva de mão de obra em *Música* (-53,2%). Já em *Arquitetura e Design* (-0,4%), a perda de mão de obra ao longo do período analisado foi quase totalmente recuperada nos dois últimos anos. Destaca-se o crescimento no subsetor Comércio varejista de jóias e relógios (892%) (Gráfico 4.29).

Quadro 4.6 – Estatísticas descritivas – Ocupação nas médias empresas, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	2.804	2.937	510
Artes Cênicas e Espetáculos	7.362	7.040	1.547
Audiovisual	26.421	25.614	2.949
Cultura Digital	3.211	2.807	2.673
Editorial	36.045	37.886	4.875
Educação e Criação em Artes	4.038	4.161	872
Entretenimento	10.436	10.469	805
Música	662	584	242
Patrimônio	3.070	3.062	334
Publicidade	13.270	12.396	3.877

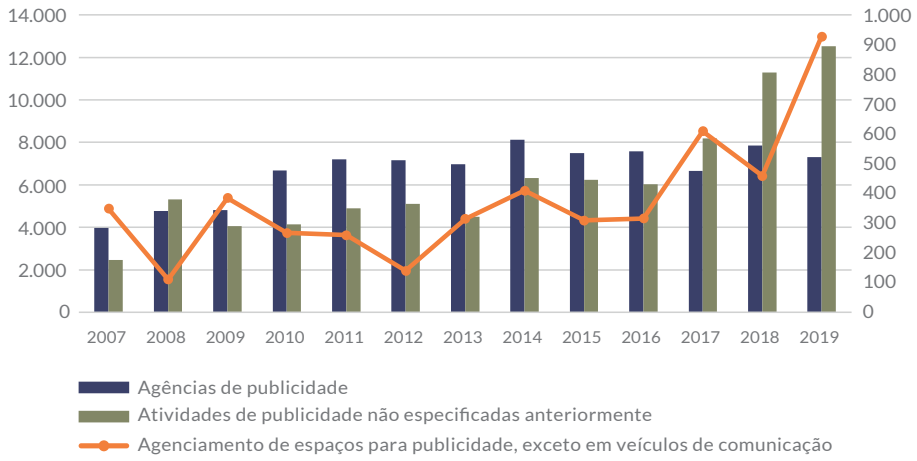
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.26 – Distribuição da ocupação nas médias empresas, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

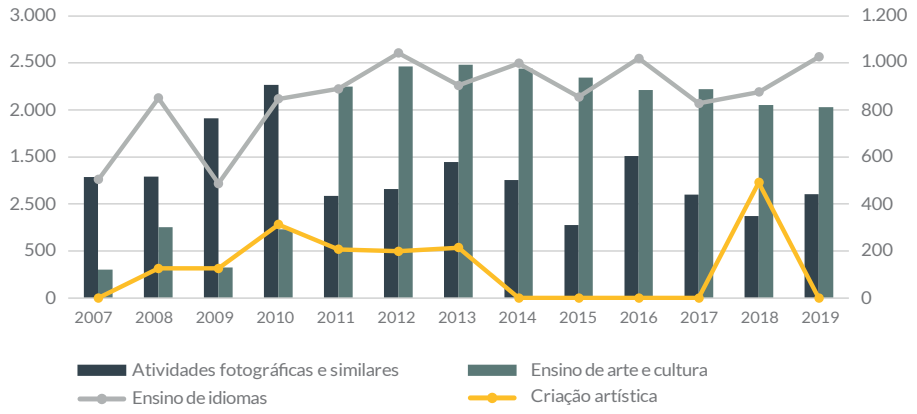
Gráfico 4.27 – Total de ocupados nas médias empresas do segmento de Publicidade, por subsetor (2007-2019)*



*Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

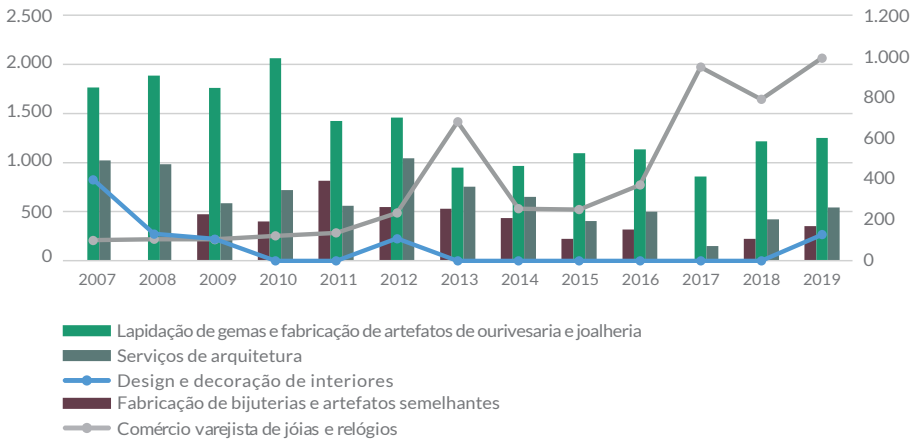
Gráfico 4.28 – Total de ocupados nas médias empresas do segmento de Educação e Criação em Artes, por subsetor (2007-2019)*



*Comércio varejista de joias e relógios e Design e decoração de interiores no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.29 – Total de ocupados nas médias empresas do segmento de Arquitetura e Design, por subsetor (2007-2019)*



*Ensino de idiomas e Criação artística no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

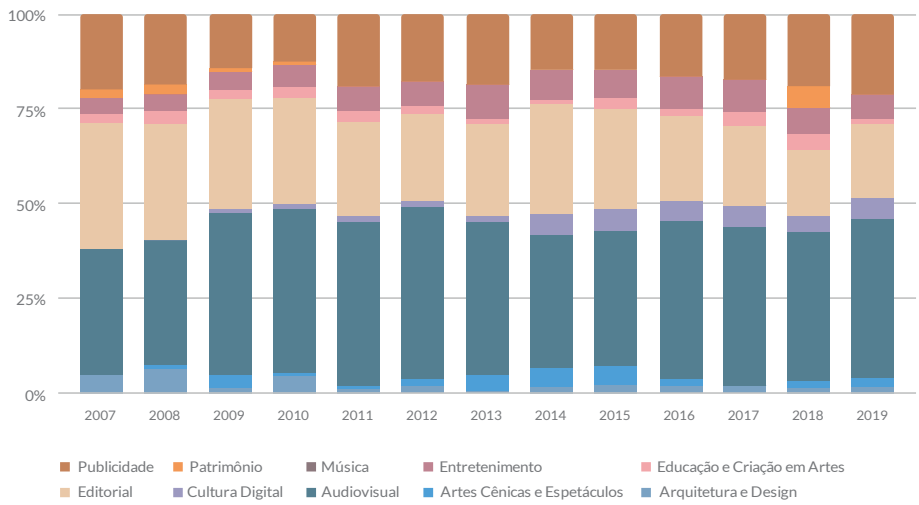
Por fim, atenta-se para as oscilações com relação às empresas de grande porte. O Quadro 4.7 mostra a concentração setorial da demanda por mão de obra nas empresas desse porte, mas a ordem de absorção absoluta de trabalho entre *Editorial* e *Audiovisual* que se apresentou para os demais portes é invertida. Como observou-se anteriormente, houve uma redução das ocupações nas grandes empresas entre 2007 e 2019, o que se manifesta na grande maioria dos segmentos. Apenas quatro apresentaram um incremento de mão de obra: *Artes Cênicas e Espetáculos*, *Audiovisual*, *Entretenimento* e *Cultura Digital*. Dentre os setores que reduziram o número de ocupados, vale destacar a expressiva liberação de mão de obra do segmento *Editorial*, de aproximadamente 11.700 trabalhadores, a qual foi motivada em grande parte pela redução na Edição integrada à impressão de jornais (7.853 trabalhadores).

Quadro 4.7 – Estatísticas descritivas – Ocupação nas grandes empresas, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	1.735	1.163	1.200
Artes Cênicas e Espetáculos	1.578	1.053	1.366
Audiovisual	27.876	25.733	5.484
Cultura Digital	2.045	1.569	1.515
Editorial	17.799	19.968	4.488
Educação e Criação em Artes	1.805	2.031	645
Entretenimento	4.652	5.048	1.254
Música	0	0	0
Patrimônio	621	0	1.076
Publicidade	11.944	11.225	2.287

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.30 – Distribuição da ocupação nas grandes empresas, por segmento (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Em síntese, a demanda por mão de obra cultural e criativa está concentrada setorialmente, mas a dinâmica do emprego nos SCC aponta para mudanças significativas na distribuição da força de trabalho em futuro próximo. Os segmentos tradicionais têm apresentado perda de mão de obra, o que pode resultar de mudanças na demanda pelos bens e serviços do setor ou mudanças na forma de produção dos últimos, com substituição de trabalho por capital. Pesquisas adicionais são necessárias para entender essas transformações internas aos SCC e melhor informar as melhores opções em termos de políticas públicas. Com relação ao tamanho das empresas, com o predomínio das micro e pequenas empresas nos SCC, não é surpresa que o emprego também se concentra nas empresas desse porte. A próxima seção trata da remuneração do fator trabalho nos SCC.

UMA ANÁLISE SETORIAL DOS RENDIMENTOS DO TRABALHO: MASSA SALARIAL E REMUNERAÇÃO MÉDIA POR SETOR

A presente seção complementa a anterior, propondo uma análise setorial dos rendimentos reais da mão de obra nos SCC, com o objetivo de adicionar informações às observações feitas acerca da alocação dos ocupados do ponto de vista do volume de emprego. Ao atentar para duas variáveis apresentadas nessa seção – o total de rendimentos reais dos ocupados ou massa salarial real dos SCC e a remuneração média nos SCC – é possível identificar quais setores e subsetores apresentam as maiores remunerações, o que implica, no caso dos empregadores, em custos relativos mais elevados e, no caso dos empregados, em rendas maiores.

O Quadro 4.8 mostra uma síntese estatística dos rendimentos médios e medianos, bem como o desvio padrão dos mesmos, para o período considerado. Mantém-se a preponderância dos segmentos *Editorial* e *Audiovisual*, totalizando quase R$ 7 bilhões de rendimentos médios e medianos gerados. Em seguida estão os segmentos de *Publicidade*, *Arquitetura e Design* e *Educação e Criação em Artes*, com rendimentos medianos totais de mais de R$ 1 bilhão. Os três maiores segmentos são também aqueles que apresentam maior desvio da média.

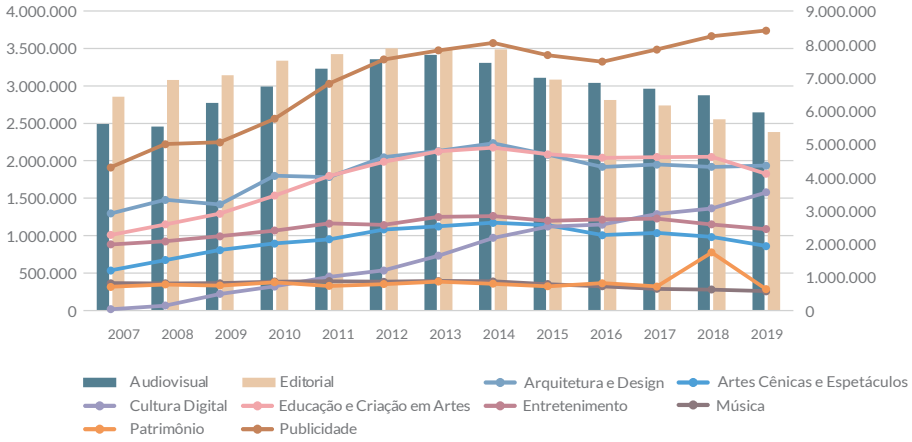
Quadro 4.8 – Estatísticas descritivas – Massa salarial nos setores culturais e criativos, por segmento (em R$ milhões, 2007-2019)

Arquitetura e Design	1.845	1.918	286
Artes Cênicas e Espetáculos	944	984	188
Audiovisual	6.691	6.731	710
Cultura Digital	755	732	524
Editorial	6.905	6.938	848
Educação e Criação em Artes	1.779	1.987	400
Entretenimento	1.121	1.151	123
Música	350	366	47
Patrimônio	375	349	124
Publicidade	3.076	3.352	622

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação à evolução ano a ano, no Gráfico 4.31 nota-se que a síntese apresentada no Quadro 4.8 vale para todos os anos do período, ou seja, grande parte da massa salarial dos SCC se distribui entre os setores *Editorial* e *Audiovisual*, o que não surpreende, tendo em vista a relevância que ambos possuem em termos de número de ocupados, de empresas e de custos totais. Entretanto, ao contrário do que ocorre com relação aos diferentes portes de empresa, há uma significativa mudança na distribuição dos rendimentos entre 2007 e 2019.

Gráfico 4.31 – Evolução da massa salarial nos setores culturais e criativos, por segmento (em R$ mil, 2007-2019)*

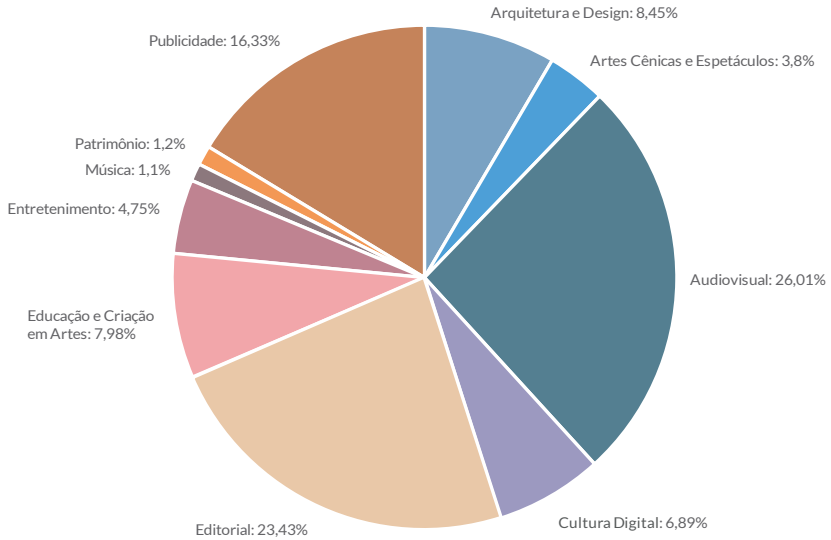


**Editorial* e *Audiovisual* no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

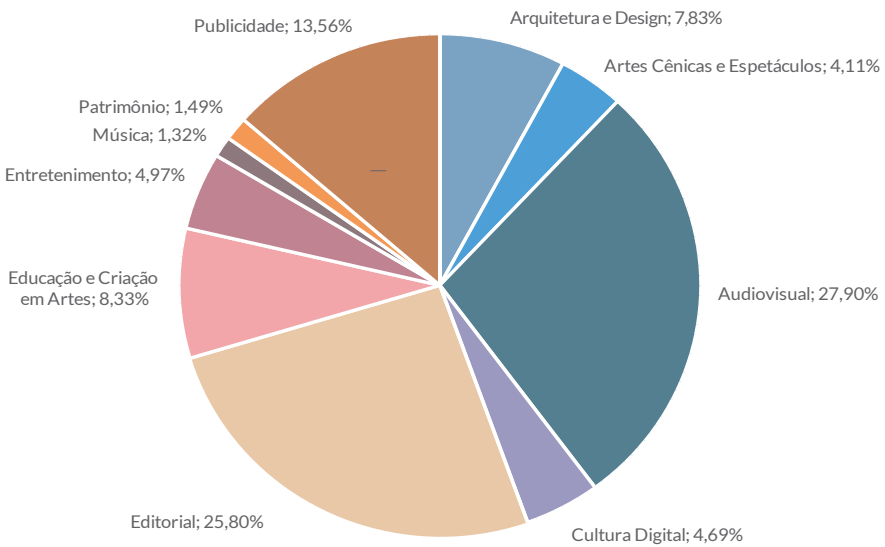
Como mostram os Gráficos 4.32 e 4.33, o segmento com maior perda de participação nos rendimentos totais, seguindo o ocorrido no caso do emprego, foi o *Editorial*, que deixa de concentrar 35% (R$ 6,4 bilhões) dos rendimentos para ter 23% em 2019 (R$ 5,3 bilhões). Os movimentos na composição dos SCC que mais explicam essa alteração é a rápida elevação da massa salarial no setor de *Cultura Digital*, que atinge 7% dos rendimentos (R$ 1,5 bilhão) em 2019, uma expansão de mais de 9.000%, bem como o aumento na participação de 10% para 16% no caso da *Publicidade*, e de 5% para 8% em *Educação e Criação e Artes*. O setor *Audiovisual* também perdeu representatividade no que diz respeito aos rendimentos totais, atingindo 26% em 2019, uma redução de 5 pontos percentuais em comparação com os 31% de 2007. É preciso reconhecer que existem diversas possíveis causas para essa nova configuração dos números relativos aos rendimentos entre os setores. Um dos fatores é o crescimento em termos de firmas e números de ocupados nos outros setores, que aumenta a massa salarial relativa desses setores e diminui a porcentagem associada ao *Editorial* e ao *Audiovisual*. Todavia, também pode estar associada a esta redução dos rendimentos uma queda nos salários relativos aos setores analisados, bem como um aumento nos salários dos setores mais dinâmicos.

Gráfico 4.32 – Distribuição da massa salarial nos setores culturais e criativos, por segmento (2007)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS

Gráfico 4.33 – Distribuição da massa salarial nos setores culturais e criativos, por segmento (2019)

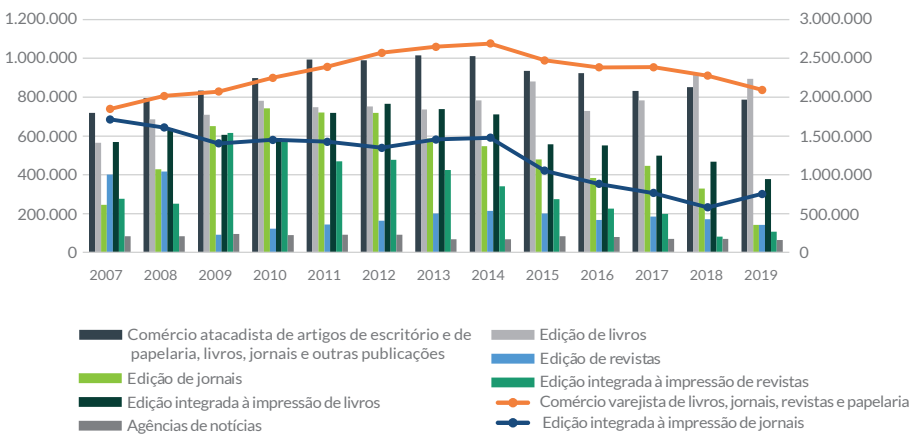


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Com relação à dinâmica dos rendimentos ao longo do período, nota-se que a grande maioria dos segmentos apresentou um crescimento dos rendimentos totais, sendo as exceções os de *Editorial* (-16,46%), *Música* (-29,34%) e *Patrimônio* (-10,09%). No caso do setor *Editorial*, a redução em termos absolutos é robusta (mais de R$ 1 bilhão), em função da grandiosidade desse setor. Dentre os segmentos que expandiram a massa salarial, destaca-se, como já enfatizado, o de *Cultura Digital,* com um aumento de mais de 90 vezes, o que está possivelmente associado à expansão do setor em termos de unidades produtivas e mão de obra, como vimos neste e no capítulo anterior. *Publicidade* também experimentou crescimento, aproximadamente dobrando o total remunerado entre 2007 e 2019.

Por fim, vale sublinhar quais são as atividades ou subsetores que sustentam a massa salarial produzida nos maiores segmentos. No que diz respeito ao *Editorial*, grande parte dos rendimentos concentra-se nos ramos comerciais de distribuição atacadista e varejista, bem como na Edição integrada à impressão de jornais, muito embora essa última categoria tenha experimentado uma redução de mais da metade de sua massa salarial real entre 2007 e 2019, tornando-se menos relevante do que era no início do período analisado (Gráfico 4.34).

Gráfico 4.34 – Massa salarial no segmento Editorial, por subsetor (em R$ mil, 2007-2019)*

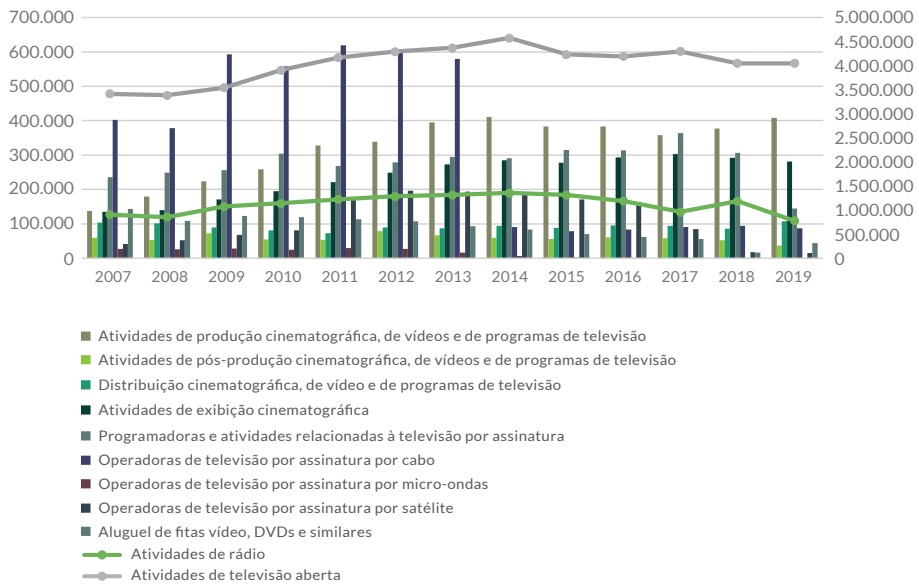


*Edição integrada à impressão de jornais e Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação ao *Audiovisual*, o subsetor com maior massa salarial em 2007 foi o de Atividades de televisão aberta, somando R$ 255 milhões. Essa posição foi mantida em 2016, quando os rendimentos atingiram R$ 3 bilhões. Em comparação com outras atividades, tais valores são muito significativos, como se percebe pelo fato de que as Atividades de rádio, que representam a segunda maior massa salarial do setor, somavam em torno de R$ 900 milhões em 2007 e R$ 776 milhões em 2019 (Gráfico 4.35).

Gráfico 4.35 – Massa salarial no segmento Audiovisual, por subsetor (em R$ mil, 2007-2019)

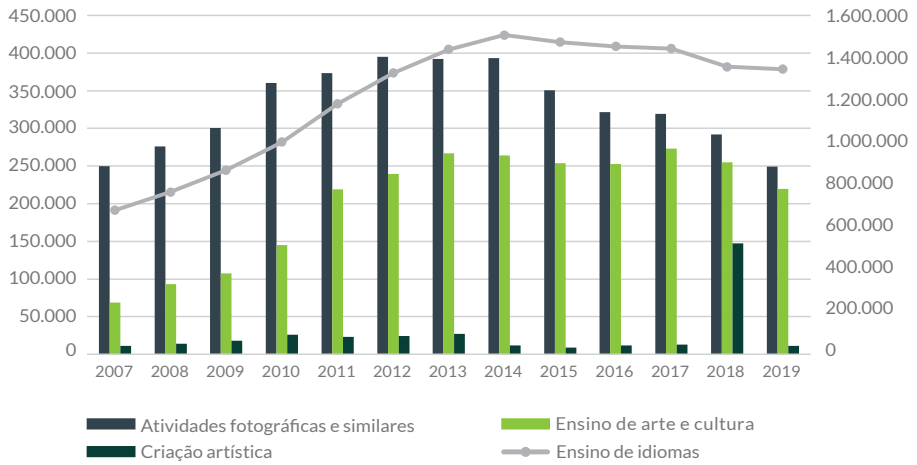


*Atividades de rádio e Atividades de televisão aberta no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Vale também mencionar as atividades que sustentam o crescimento dos rendimentos em *Educação e Criação em Artes*. A mais relevante é o Ensino de idiomas, cuja massa salarial cresceu de aproximadamente R$ 680 milhões para R$ 1,3 bilhão, seguida do Ensino de arte e cultura que se elevou de aproximadamente R$ 69 milhões para quase R$ 220 milhões em 2019 (Gráfico 4.36).

Gráfico 4.36 – Massa salarial no segmento de Educação e Criação em Artes, por subsetor (em R$ mil, 2007-2019)*



*Ensino de idiomas no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Essa evolução fica mais clara à medida que se avalia a remuneração média dos ocupados, de acordo com o setor em que estão inseridos. Aqui importa fazer a ressalva de que a remuneração média mensal do trabalhador nos SCC não depende apenas da atividade realizada internamente a esta esfera produtiva. Existem vários fatores que condicionam o valor dessa remuneração, como, por exemplo, o valor dos salários nos outros setores da economia, o salário mínimo nacional e regional fixado por lei, o nível de desemprego, entre outros (THROSBY; ZEDNIK, 2010; HESMONDHALGH; BAKER, 2011). Nesse sentido, a apreciação da remuneração mensal média dos SCC não permite avaliar se os salários estão altos ou baixos, mas ajuda na identificação dos setores mais bem-remunerados e naqueles em que os salários vêm diminuindo. Apenas para efeitos de comparação, no Brasil em 2015 o rendimento mensal médio foi de R$ 1.218.

O Quadro 4.9, com estatísticas descritivas, mostra uma distribuição setorial diferente da da massa salarial. As maiores remunerações médias e medianas estão nos segmentos de *Cultura Digital* e *Patrimônio*, que também

apresentam as maiores variações médias. *Audiovisual* e *Publicidade* completam o quadro das maiores remunerações mensal média e mediana.

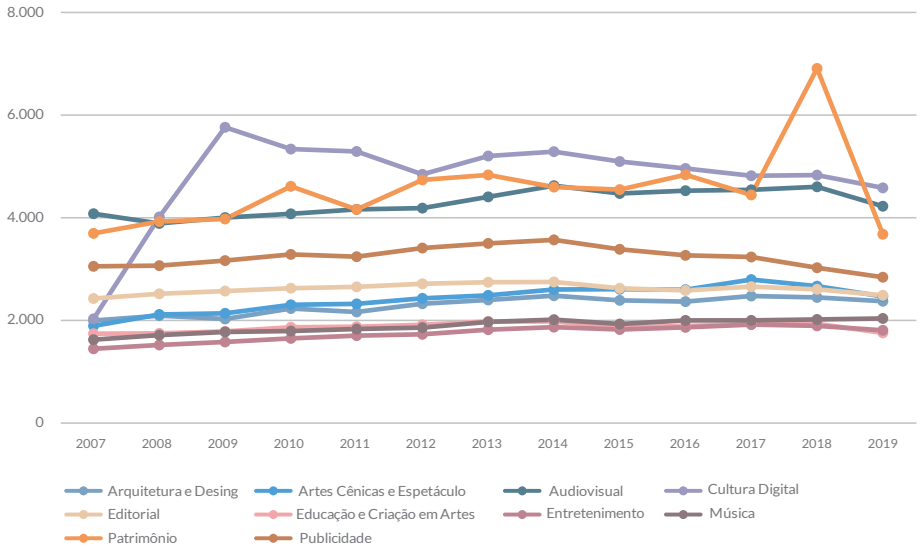
Quadro 4.9 – Estatísticas descritivas – Rendimento mensal médio nos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2019)

Arquitetura e Design	2.296	2.372	170
Artes Cênicas e Espetáculos	2.424	2.473	256
Audiovisual	4.301	4.233	249
Cultura Digital	4.783	4.970	928
Editorial	2.619	2.632	96
Educação e Criação em Artes	1.872	1.882	84
Entretenimento	1.746	1.812	151
Música	1.895	1.935	134
Patrimônio	4.544	4.557	825
Publicidade	3.242	3.248	205

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 4.37 mostra que, com exceção do segmento *Cultura Digital*, que apresentou crescimento extremamente rápido entre 2007 e 2009, todos os outros apresentam uma trajetória de crescimento estável, com algumas poucas oscilações. A elevação de mais de 126% no valor da remuneração média em *Cultura Digital* pode ser explicada pelo fato de que o setor é recente e, por isso, a dinâmica entre oferta e demanda de trabalho toma certo tempo para estabilizar-se em um nível que reflita as condições mais gerais do mercado de trabalho. O setor de *Patrimônio* apresenta uma exceção na trajetória de estabilidade, no ano de 2018, com um súbito crescimento do rendimento médio, mas retoma o patamar anterior já em 2019.

Gráfico 4.37 – Evolução do rendimento mensal médio, por segmento (em R$, 2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

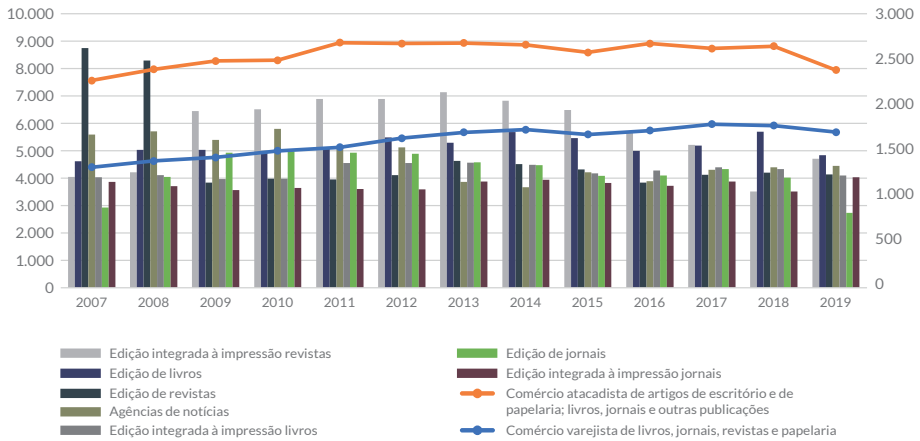
Como já foi mencionado nos outros capítulos, o caráter altamente dinâmico e o uso tecnológico intensivo do segmento de *Cultura Digital* parecem se refletir no valor médio da remuneração, que supera todos os outros a partir de 2008. Uma hipótese para tal acontecimento é a qualificação altamente especializada da mão de obra que o segmento exige, o que pode ter efeito sobre a elevação da remuneração. Assim, a reduzida oferta de profissionais qualificados tende a provocar um aumento dos rendimentos do trabalhador.

O segmento em que a remuneração média apresenta menores valores é o de *Entretenimento*, seguido por *Educação e Criação em Artes e Música*, o que não significa que estes foram aqueles em que a elevação da remuneração real ao longo de período foi menor. Houve diminuição do rendimento real em dois setores: Publicidade (-6,95%) e Patrimônio (-0,47%). Mesmo assim, o baixo crescimento relativo da remuneração em *Educação e Criação e Artes* (0,94%) chama atenção pelo fato de que o crescimento da massa salarial, como vimos anteriormente, foi expressiva no segmento durante o período, sugerindo uma menor dispersão dos rendimentos nos SCC. Ao retomar a discussão sobre o número de ocupados adicionados ao segmento no período,

chega-se à conclusão de que o crescimento dos rendimentos do setor se deve mais à incorporação de novos trabalhadores do que ao aumento dos salários e rendimentos. O mesmo fenômeno parece ocorrer com o segmento *Artes Cênicas e Espetáculos*, em que os rendimentos aumentam consideravelmente, apesar de a remuneração média variar pouco. Quando se atenta para as atividades específicas dos subsetores, esses movimentos tornam-se mais claros. *Educação e Criação em Artes,* por exemplo, é um dos segmentos em que as remunerações médias por atividade não são elevadas em termos comparativos. Especificamente no que diz respeito ao Ensino de idiomas, o subsetor que mais cresce em termos de massa salarial, observa-se que a remuneração média fica, em média, em R$ 1.853, e decresce entre 2007 e 2019 (-2%).

As atividades que apresentam as maiores remunerações, no entanto, com exceção de *Cultura Digital,* são aquelas associadas aos setores mais tradicionais, como *Editorial* e *Audiovisual.* No caso do primeiro, destaca-se, em termos de crescimento, o Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (29%) e a Edição integrada à impressão revistas (16%). Todavia, ao final do período, o maior rendimento mensal médio está no subsetor de Edição de livros (R$ 4.835). Além disso, sublinha-se a Edição de revistas e Agências de notícias, que, apesar da elevada remuneração média, demonstram uma tendência de redução substancial desse valor (Gráfico 4.38). No que diz respeito ao *Audiovisual*, as Atividades de televisão aberta apresentam uma das maiores remunerações médias e mantêm relativa estabilidade ao longo do período. Tal movimento é diverso nos subsetores Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão e Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura que, além de apresentarem remunerações relativamente altas, também demonstram uma tendência de crescimento ao longo dos anos analisados.

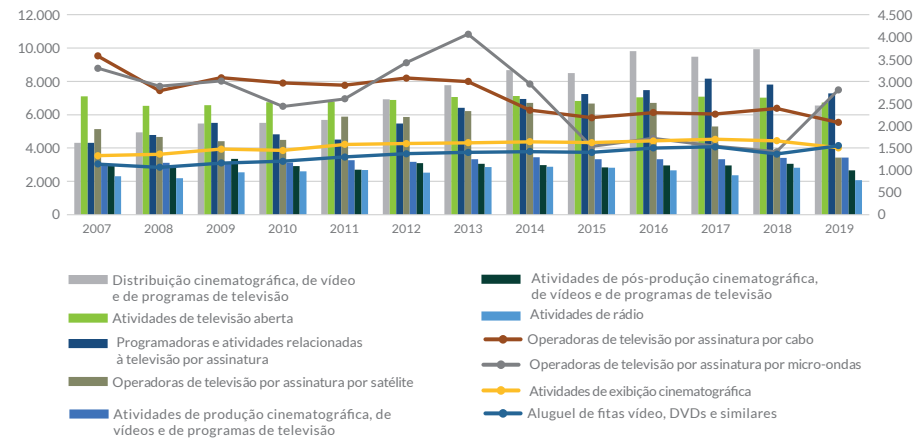
Gráfico 4.38 – Remuneração mensal média no segmento Editorial, por subsetor (em R$, 2007-2019)*



*Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações e Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 4.39 – Remuneração mensal média no segmento Audiovisual, por subsetor (em R$, 2007-2019)*

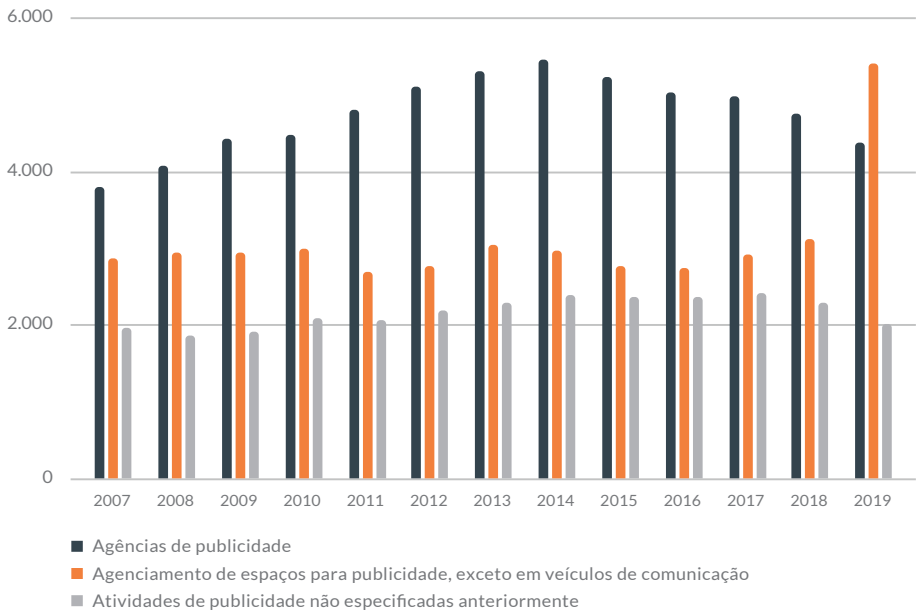


*Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares; atividades de exibição cinematográfica; operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas; operadoras de televisão por assinatura por cabo no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

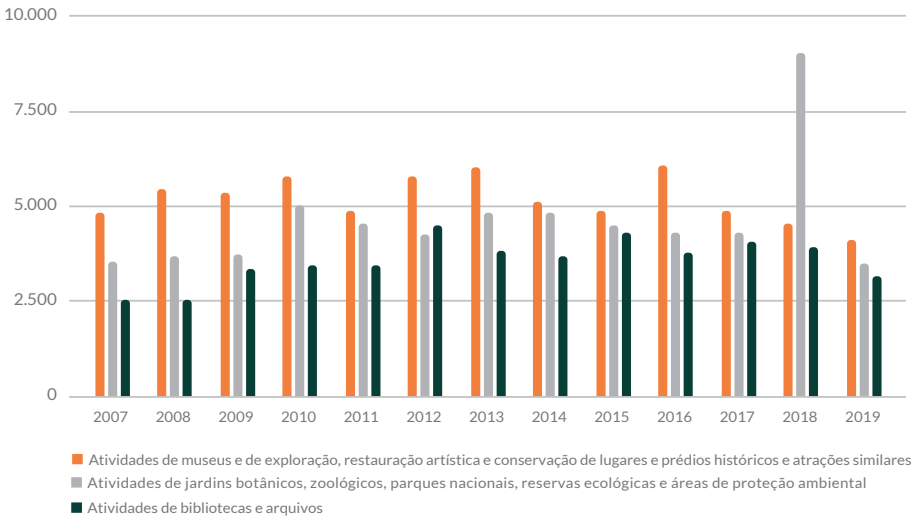
Merecem destaque ainda, no que se refere a remunerações médias elevadas, as Agências de publicidade e Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares, que mantêm a média dos respectivos segmentos – *Publicidade* (Gráfico 4.40) e *Patrimônio* (Gráfico 4.41).

Gráfico 4.40 – Remuneração mensal média no segmento de Publicidade, por subsetor (em R$, 2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 4.41 – Remuneração mensal média no segmento de Patrimônio, por subsetor (em R$, 2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Assim, da mesma forma que no caso do número de empreendimentos e dos custos totais (capítulo 3), a remuneração total se concentra nos mesmos segmentos, ainda que com diferenças consideráveis dentro daqueles segmentos com maior número de subsetores. Contudo, os setores mais dinâmicos passam a representar uma parcela cada vez mais significativa da remuneração total nos SCC. E do ponto de vista da remuneração média, ainda que a mesma heterogeneidade seja verificada em cada segmento, há uma menor dispersão entre os segmentos. Finalmente, cabe uma ressalva acerca das atividades que apresentam níveis menores de remuneração média. Um fator que se destaca é que aquelas que mais movimentam a massa salarial e que têm maior número de ocupados são justamente aquelas em que a remuneração média é menor. Nesse sentido, identificam-se atividades associadas ao comércio e à distribuição em diversos segmentos, como o Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios (em média 1.630/mês), Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria (em média R$ 1.607/mês), Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas (em média R$ 1.466/mês), Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares (em média R$ 1.340/mês). Essa informação parece evidenciar a diferenciação

salarial entre as atividades mais identificadas com a atividade industrial e de criação e aquelas que estão mais associadas à distribuição e ao comércio, tradicionalmente com menores índices de remuneração.

A próxima seção apresenta informações a respeito das características dos ofertantes de força de trabalho cultural e criativa.

CARACTERÍSTICAS DA MÃO DE OBRA NOS SCC

O objetivo desta seção é destacar alguns elementos que caracterizam os ocupados nas empresas culturais e criativas. A análise continua a ser setorial, mas com a intenção de compreender as características e a composição social da mão de obra dos SCC. Aborda-se a apresentação com a tentativa de analisar o total de ocupados, agora não mais de forma generalizada, mas atentando para algumas características dos ofertantes de trabalho que podem condicionar a demanda por trabalho, isto é, para aqueles fatores que determinam a contratação de um ou outro perfil social do trabalhador. Sem ser exaustiva, na análise são avaliados três condicionantes: sexo, idade e grau de escolaridade da mão de obra. Ademais, procura-se comentar brevemente acerca de como as ocupações sob a perspectiva setorial estão distribuídas no território nacional, agregando um elemento geográfico.

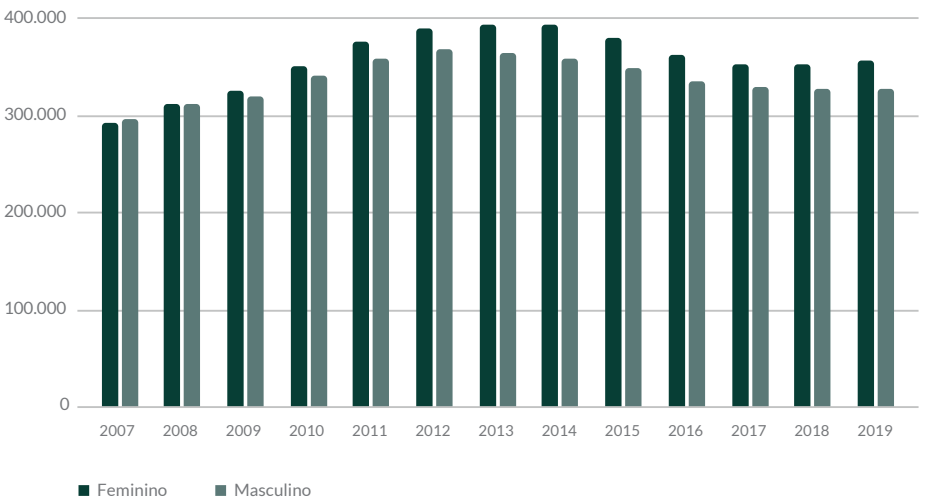
Sexo

Essa subseção discute os impactos setoriais da contratação de profissionais identificados com o sexo masculino e com o sexo feminino. Importa lembrar, de antemão, que a inserção da mulher no mercado de trabalho de forma ampla é um fenômeno recente na economia brasileira. Esse processo se deu a partir dos anos 1970, quando a retomada do movimento feminista, a reorientação dos padrões de consumo, as inovações tecnológicas com a produção de bens de consumo duráveis, a necessidade de complementação de renda familiar e a redução da taxa de natalidade, entre outros fatores, possibilitaram as condições necessárias para que as mulheres optassem por uma inserção mais permanente ao mercado de trabalho, reduzindo a relevância do trabalho doméstico no que diz respeito às atividades diárias desenvolvidas. Mesmo

assim, mais de três décadas depois, as condições de inserção profissional das mulheres ainda se manifestam como desiguais em relação a dos homens, seja por meio de salários menores ou pelas funções desempenhadas por estas nas empresas (BRUSCHINI, 1994; SOUSA; GUEDES, 2016).

Como indica o Gráfico 4.42, ao considerar a diferenciação entre sexo masculino e feminino para o total de ocupados nos SCC, percebe-se que há uma inversão qualitativa importante entre 2007 e 2008: o número de mulheres ocupadas superou o dos homens em termos agregados. O número de profissionais do sexo feminino aumentou proporcionalmente ao masculino até meados de 2013, quando uma estabilização dessa relação parece ter sido atingida. Na média, os SCC empregaram cerca de 357 mil mulheres ao ano no período (357 mil na mediana), e 337 mil homens (334 mil na mediana). A razão homem/mulher ficou em média em 0,95 no período.

Gráfico 4.42 – Total de ocupados nos setores culturais e criativos, por sexo (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base nos dados da RAIS.

Sendo este o cenário geral dos SCC, importa detalhar como essa relação aparece em cada segmento. O Quadro 4.10 mostra a evolução da razão entre o número de trabalhadores do sexo masculino e do sexo feminino nos SCC ao longo do período, assim como a média.

Quadro 4.10 – Razão de emprego homem/mulher nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	0,71	0,71	0,63	0,66	0,60	0,58	0,54	0,53	0,53	0,50	0,50	0,50	0,49	0,57
Artes Cênicas e Espetáculos	0,89	1,02	0,99	0,97	1,02	1,03	1,03	1,04	1,03	1,05	1,06	1,04	1,07	1,02
Audiovisual	1,72	1,72	1,68	1,68	1,68	1,73	1,67	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65	1,62	1,67
Cultura Digital	1,27	1,48	1,30	1,21	1,15	1,13	1,07	1,10	1,16	1,12	1,12	1,05	1,02	1,17
Editorial	0,91	0,90	0,89	0,88	0,87	0,86	0,85	0,86	0,85	0,86	0,86	0,85	0,85	0,87
Educação e Criação em Artes	0,47	0,46	0,45	0,47	0,48	0,49	0,49	0,49	0,49	0,50	0,50	0,50	0,49	0,48
Entretenimento	1,33	1,28	1,25	1,23	1,21	1,14	1,13	1,11	1,13	1,15	1,16	1,17	1,14	1,19
Música	1,56	1,58	1,60	1,66	1,62	1,63	1,64	1,67	1,72	1,66	1,65	1,66	1,70	1,64
Patrimônio	1,14	1,04	0,98	0,95	0,93	0,98	1,00	1,00	0,98	1,08	1,02	1,36	1,06	1,04
Publicidade	1,00	0,97	0,99	0,97	0,95	0,95	0,95	0,94	0,96	1,01	1,05	1,05	1,06	0,99
Publicidade	1,00	0,97	0,99	0,97	0,95	0,95	0,95	0,94	0,96	1,01	1,05	1,05	1,06	0,99

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Os números maiores que 1 indicam que a ocupação no segmento apresenta maior número de homens, enquanto que os números menores que 1 indicam uma maior proporção de trabalhadoras. Quanto maiores forem os primeiros e menores forem os segundos, tem-se que, respectivamente, mais concentrado é o segmento em termos de homens e, por outro lado, de mulheres. De certa forma, a heterogeneidade entre as duas categorias parece ser relativamente equilibrada nos SCC, isto é, com a exceção do *Audiovisual* e de *Música*, onde o desequilíbrio é mais acentuado em termos de emprego masculino, e *Educação e Criação em Artes*, em que o desequilíbrio é no sentido do emprego das mulheres, não há segmentos que se destaquem excessivamente na absorção de mão de obra de um dos sexos em questão. Não se pode ignorar, todavia, as nuances que estão incorporadas nessa relação.

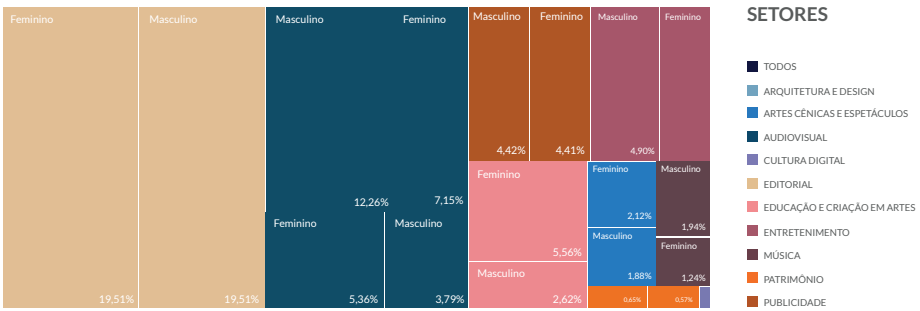
Ao atentar para *Arquitetura e Design, Editorial* e o já mencionado segmento de *Educação e Criação em Artes,* nota-se que nestes setores o sexo feminino se destaca frente ao masculino em termos de ocupados ao longo do período. Embora a predominância feminina esteja mais marcada no setor *Educação e Criação em Artes,* é nos outros dois que ela parece se acentuar ao longo do período analisado. Com relação aos dois segmentos com predomínio masculino, a diferença entre ambos é que o primeiro apresenta uma redução nessa concentração, enquanto o segundo parece se encaminhar no fortalecimento dessa tendência. Destaca-se também a redução da concentração masculina em *Cultura Digital,* apesar de ser possível se verificar um aumento dessa relação em *Artes Cênicas e Espetáculos.*

É possível identificar essas alterações de forma mais detalhada na medida em que se analisa a relação masculino/feminino nos subsetores. Sob essa perspectiva, notam-se algumas atividades que, ao contrário dos segmentos, parecem ter uma discrepância maior entre homens e mulheres. Ao observar o segmento *Audiovisual*, por exemplo, é possível perceber o alto grau de concentração masculina (com uma razão que excede 2,0) para Atividades de televisão aberta e Atividades de rádio, duas categorias relevantes em termos de ocupação de mão de obra. Também se nota nesse segmento uma tendência a uma maior concentração nas operadoras de televisão e na pós-produção e distribuição de cinema, vídeos e programas de televisão. A mesma alta concentração masculina é identificável no setor *Música,* em que o Comércio varejista especializado em instrumentos musicais e acessórios

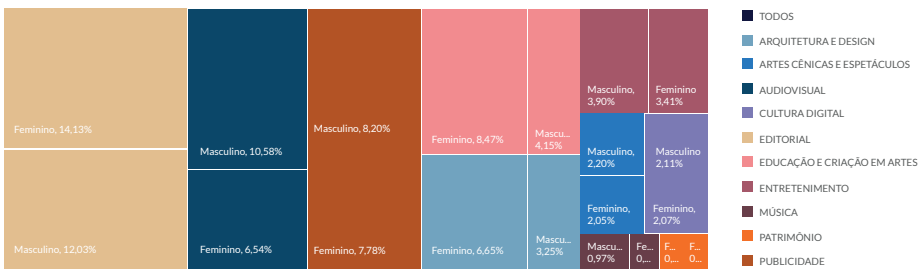
também supera a razão de 2,0, enquanto que a Fabricação de instrumentos musicais se aproxima da razão de 1,9 em 2019, apesar de uma trajetória anterior de redução da concentração masculina.

Vale mencionar ainda que a análise da evolução das atividades no segmento *Arquitetura e Design* sugere que, ao contrário do que foi concluído para o *Audiovisual*, existe uma tendência de diminuição da concentração masculina, a qual é verificada em quase todas as categorias apresentadas no período. A situação oposta é verificada, por exemplo, em *Educação e Criação em Artes*, no qual a redução da concentração feminina se deu em todas as categorias, majoritariamente alavancada pela Criação artística. O Treemap 4.1 e o Treemap 4.2 auxiliam na visualização da evolução da divisão por sexo.

Treemap 4.1 – Composição da ocupação setorial cultural e criativa, por sexo (2007)



Treemap 4.2 – Composição da ocupação setorial cultural e criativa, por sexo (2019)



Importa também comentar brevemente sobre as diferenças entre a alocação de mão de obra masculina e feminina no território nacional, considerando

a desagregação com relação às unidades federadas. Como esperado, há uma tendência de inversão entre o número de homens e o número de mulheres empregados na grande maioria das unidades federadas ao longo do período. Em 2007, eram nove as UFs que ocupavam mais mulheres do que homens no agregado, enquanto que em 2019 esse número elevou-se para onze. Esse número ganha relevância quando se observa que apenas quatro unidades federadas (Roraima, Amapá, Tocantins e Bahia) apresentaram aumento do número de homens frente ao número de mulheres empregadas ao longo do período. Em todas as outras UFs houve uma redução desta relação e, em alguns casos, de forma muito significativa: no Rio Grande do Sul a diferença passou de 162 homens a mais para 3.115 mulheres a mais entre 2007 e 2019; em Rondônia, de 33 homens a mais para 312 mulheres a mais. Em São Paulo e Minas Gerais, onde as mulheres já predominavam no mercado de trabalho em 2007, o aumento da diferença a favor das últimas foi de mais 200% no caso da primeira UF e mais de 700% no caso da segunda.

É preciso, por fim, descrever como a divisão entre sexo masculino e feminino afeta o nível de remuneração média nos SCC. Semelhante ao quadro anterior, o Quadro 4.11 mostra a razão entre a remuneração média masculina e a remuneração média feminina ao longo do período analisado.

Quadro 4.11 – Razão entre a remuneração média de homens e mulheres nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2019)

Arquitetura e Design	1,04	1,11	0,98	1,06	0,98	1,02	0,96	0,97	0,95	0,95	0,95	0,94	0,98	0,99
Artes Cênicas e Espetáculos	1,09	1,07	1,07	1,07	1,04	1,01	1,03	1,03	1,04	1,02	1,03	1,05	1,03	1,05
Audiovisual	1,26	1,24	1,23	1,20	1,18	1,14	1,17	1,14	1,12	1,11	1,10	1,06	1,11	1,16
Cultura Digital	1,14	1,35	1,33	1,26	1,35	1,37	1,41	1,41	1,41	1,41	1,39	1,38	1,33	1,35
Editorial	1,33	1,32	1,32	1,30	1,30	1,29	1,28	1,27	1,25	1,24	1,23	1,24	1,22	1,27
Educação e Criação em Artes	1,18	1,19	1,19	1,20	1,19	1,16	1,17	1,16	1,13	1,11	1,12	1,16	1,08	1,16
Entretenimento	1,20	1,21	1,21	1,22	1,24	1,24	1,26	1,25	1,23	1,21	1,19	1,20	1,21	1,22
Música	1,14	1,13	1,12	1,11	1,10	1,12	1,09	1,11	1,12	1,08	1,11	1,09	1,04	1,11
Patrimônio	0,98	1,02	0,95	1,00	1,00	0,94	0,97	1,02	0,94	0,94	0,93	1,07	0,94	0,98
Publicidade	1,11	1,15	1,15	1,18	1,18	1,19	1,19	1,19	1,19	1,17	1,14	1,12	1,13	1,16

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Em 2007, verifica-se que apenas o segmento *Patrimônio* apresentava rendimentos médios maiores para as mulheres, enquanto nos demais setores, os rendimentos masculinos eram de 4% a 33% maiores. Em 2019, a situação não mudou de forma significativa, uma vez que se somou ao *Patrimônio* apenas o setor *Arquitetura e Design* e elevou-se a diferença entre as remunerações médias em três outros setores: *Publicidade, Entretenimento* (nesse caso marginalmente) e *Cultura Digital* (nesse caso significativamente), a favor dos rendimentos masculinos. Nesse ano, portanto, a remuneração média oscilou, a depender do setor, entre 3% e 33% a mais no caso dos homens. Na média, os rendimentos médios femininos superam os masculinos em apenas dois setores (*Arquitetura* e *Design* e *Patrimônio*). Enquanto nos demais, os rendimentos masculinos superam os femininos em até 33% na média do período.

De maneira geral, percebe-se que a remuneração média masculina é maior, em termos absolutos, nos segmentos de *Cultura Digital* e *Audiovisual,* enquanto que a feminina se destaca em *Patrimônio*, seguido pelos outros dois setores mencionados. Ainda assim, ao atentar para os setores em que a remuneração média atinge seu valor mais significativo para cada um dos sexos, tem-se que a média feminina para o período no setor *Patrimônio* é de R$ 4.589/mês, enquanto que a masculina, para *Cultura Digital*, é de R$ 5.450/mês. A menor remuneração média para ambos os sexos ocorre no setor de *Entretenimento.*

É relevante comparar esses resultados com a razão da remuneração média referente ao total da economia brasileira, como mostra o Quadro 4.12.

Quadro 4.12 – Razão entre a remuneração média de homens e mulheres no Brasil (2007-2019)

1,21	1,21	1,20	1,20	1,20	1,21	1,21	1,21	1,19	1,18	1,17	1,16	1,13

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Pelo Quadro 4.12, percebe-se que os SCC apresentam, em sua maioria, uma menor diferença entre os salários médios mensais do sexo masculino e do sexo feminino em comparação com a economia nacional. Uma exceção é o setor *Editorial*, cuja desigualdade salarial encontra-se acima da média nacional para todo o período analisado.

Notam-se, ainda, algumas alterações na comparação entre as séries que merecem destaque. A primeira delas é que a redução da diferença salarial entre homens e mulheres no segmento *Audiovisual* levou essa relação, que em 2007 era superior à média nacional, para um patamar consideravelmente inferior àquela em 2019. Tal fato ocorreu mesmo com uma redução dessa desigualdade em termos nacionais, o que indica que a alteração na comparação temporal do segmento *Audiovisual* foi marcante. Em seguida, importa mencionar a elevação dessa desigualdade salarial no que diz respeito ao segmento *Cultura Digital*. Ao considerar que este consiste em um setor em consolidação, a sua estruturação do emprego parece priorizar profissionais do sexo masculino, apresentando uma tendência de crescimento da desigualdade salarial que contraria e, além disso, excede, os valores discriminados na relação entre as remunerações médias em escala nacional.

Por fim, com relação às atividades específicas dos subsetores, importa mencionar que apenas quatro categorias apresentaram remunerações médias femininas superiores às masculinas em todos os anos da série histórica. Duas delas pertenciam ao segmento *Arquitetura e Design* – Serviços de arquitetura e Comércio varejista de joias e relógios – uma ao setor *Publicidade* – Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação – e uma em *Educação e Criação em Artes* – Criação artística. Dentre as atividades em que a remuneração média pesa consideravelmente mais para o sexo masculino, destacam-se as Operadoras de televisão por assinatura (satélite e micro-ondas) no caso do *Audiovisual*, Ensino de idiomas no caso da *Educação e Criação em Artes* e Design e decoração de interiores, com relação à *Arquitetura e Design*.

Idade

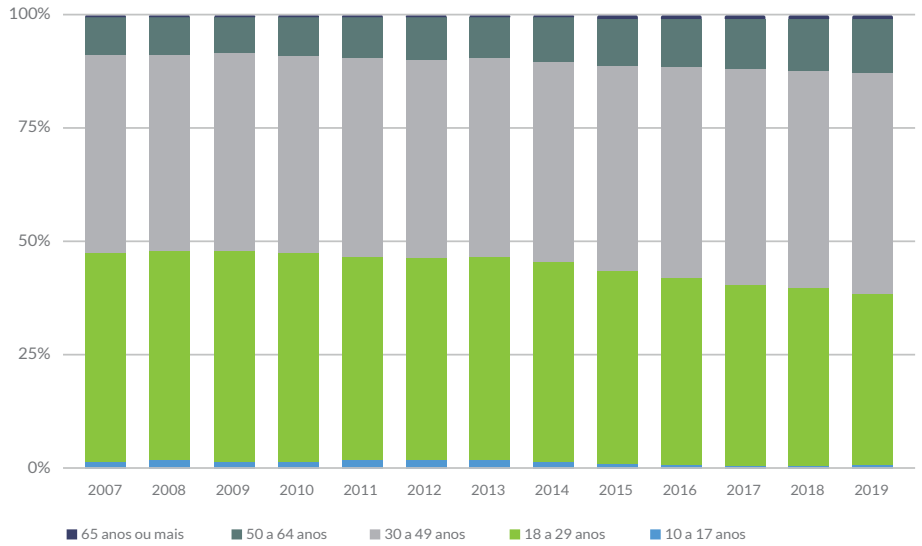
Para analisar o impacto da idade dos trabalhadores ocupados nos SCC, importa ressaltar que a segunda e a terceira faixas etárias, entre 18 e 29 anos

e entre 30 e 49 anos, respectivamente, são a parcela mais significativa das ocupações disponíveis em todos os SCC, assim como ocorre na grande maioria dos setores das economias contemporâneas. Por isso, é preciso identificar as diferenciações entre os segmentos, bem como entender as tendências que se manifestam com relação ao aumento ou à diminuição da parcela que cabe à determinada faixa etária no emprego cultural e criativo.

Os Gráficos 4.43 a 4.52 ilustram, para cada segmento, a maneira como está distribuída a mão de obra da perspectiva etária. A tendência mais geral a ser salientada consiste no fato de que alguns setores parecem estar em fase de transição no que diz respeito à alocação de mão de obra, isto é, vêm enfrentando o envelhecimento de seus profissionais, um fenômeno que pode, inclusive, estar associado às características demográficas da evolução recente da população brasileira.

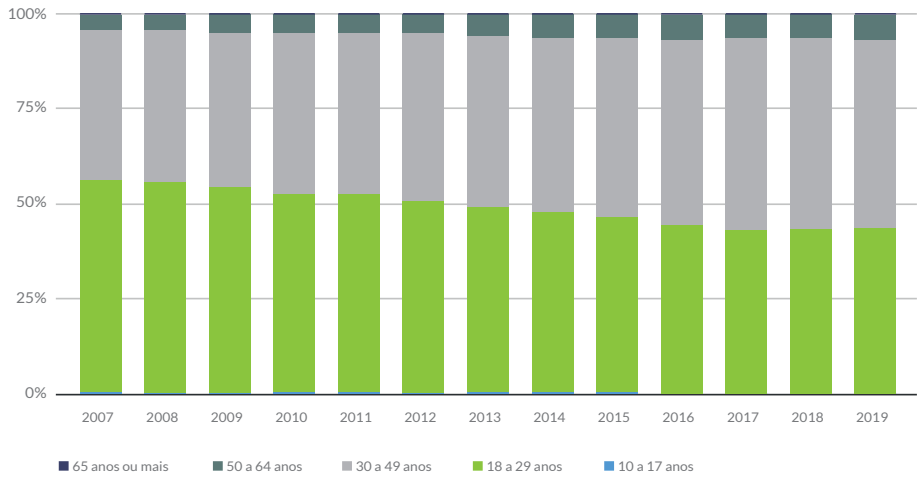
No segmento de *Arquitetura e Design*, a segunda e a terceira faixas responderam por cerca de 89%, em média, das ocupações no período (Gráfico 4.43). Já para o segmento de *Publicidade*, a concentração da ocupação nessas duas faixas etárias é ainda maior, com 94% na média do período (Gráfico 4.44).

Gráfico 4.43 – Composição da ocupação no segmento de Arquitetura e Design, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

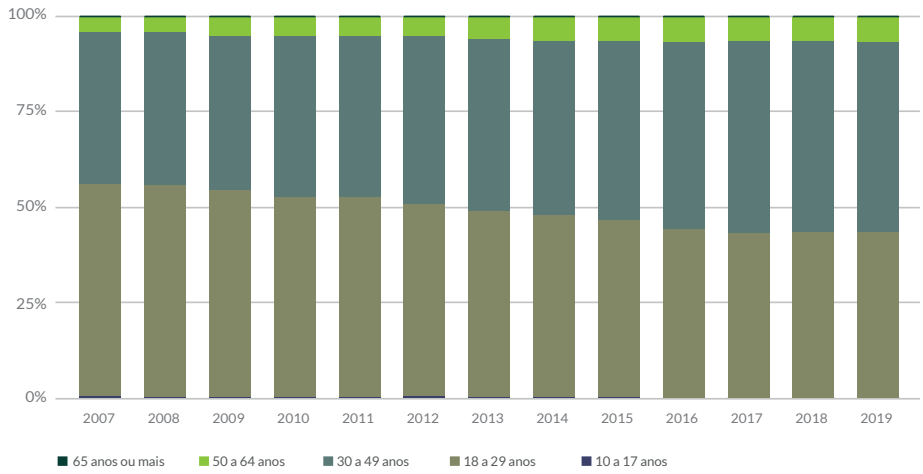
Gráfico 4.44 – Composição da ocupação no segmento de Publicidade, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

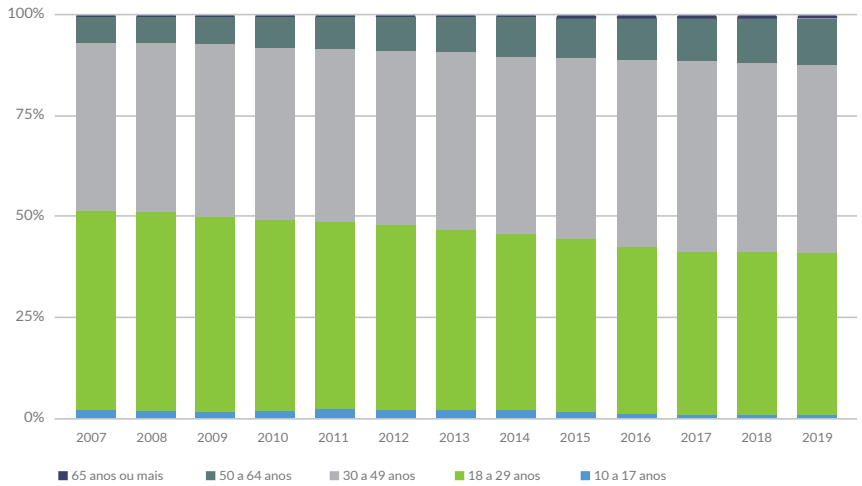
Nos segmentos de *Música* (Gráfico 4.45) e *Editorial* (Gráfico 4.46), a composição etária é similar àquela do segmento de *Arquitetura e Design*.

Gráfico 4.45 – Composição da ocupação no segmento de Música, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

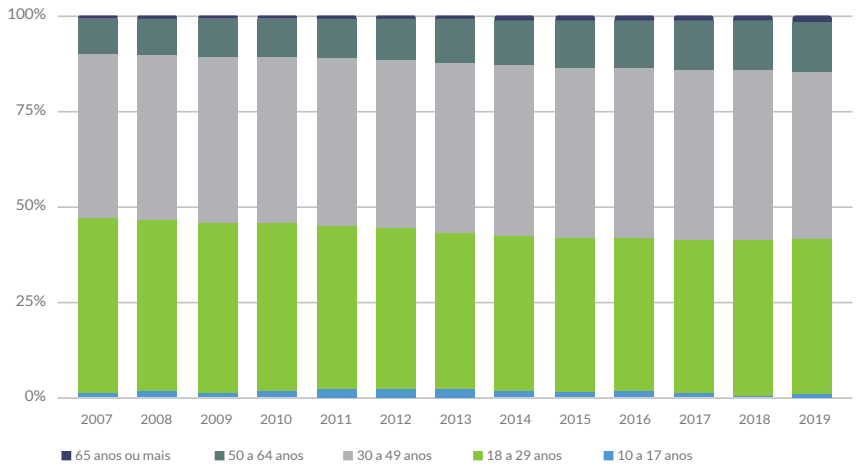
Gráfico 4.46 – Composição da ocupação no segmento Editorial, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

No segmento de *Entretenimento* a estrutura etária é menos concentrada na segunda e na terceira faixa (86% na média). Em contrapartida, há um aumento da participação relativa da faixa de 50 a 64 anos (11% na média), indicando uma maior absorção de profissionais com mais experiência (Gráfico 4.47).

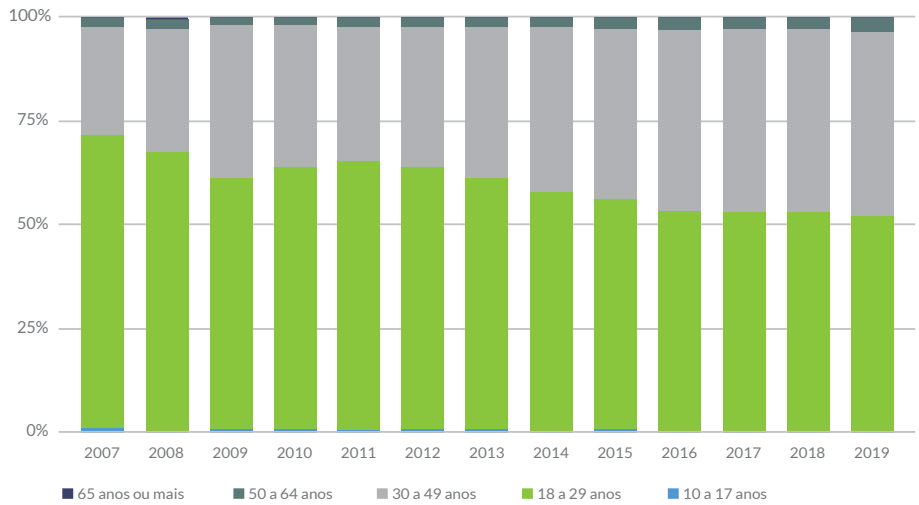
Gráfico 4.47 – Composição da ocupação no segmento de Entretenimento, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

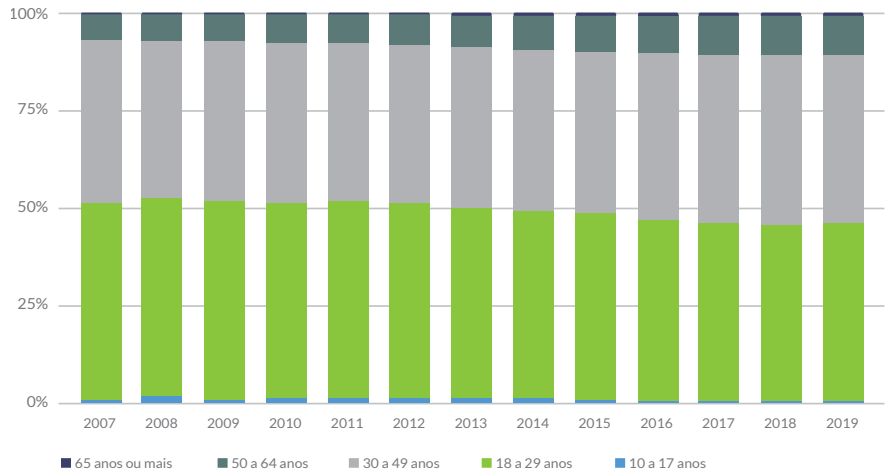
Os cinco segmentos considerados acima apresentam, ao longo do período analisado, a gradual ampliação da idade da força de trabalho, com a superação da faixa etária de 18 a 29 anos pela faixa etária de 30 a 49 anos. Esse movimento parece ser também acompanhado no segmento mencionado pelo crescimento da faixa etária de 50 a 64 anos, que implica o mesmo movimento, embora menos significativo dada a importância desta no agregado da mão de obra dos segmentos. Em alguns setores apresentados a seguir, como *Cultura Digital* (Gráfico 4.48) e *Educação e Criação em Artes* (Gráfico 4.49), essa transição parece estar prevista pela tendência indicada pelos gráficos.

Gráfico 4.48 – Composição da ocupação no segmento de Cultura digital, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

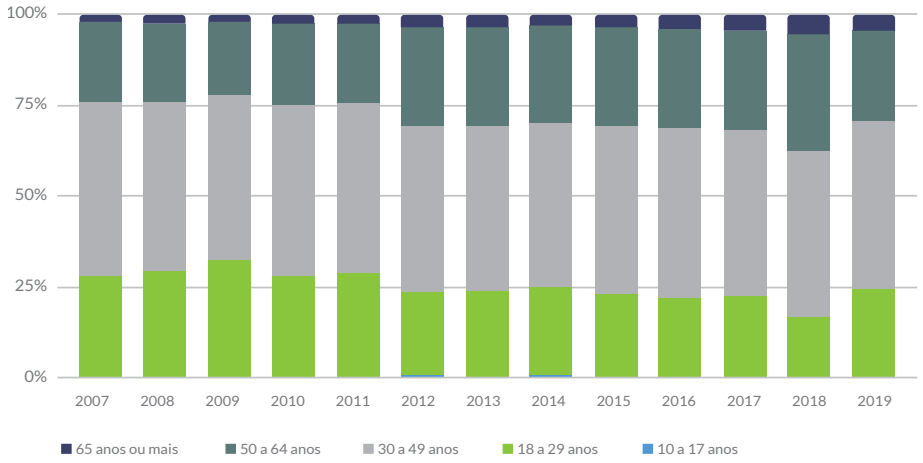
Gráfico 4.49 – Composição da ocupação no segmento de Educação e Criação em Artes, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS

Percebe-se que em *Patrimônio* (Gráfico 50), a faixa etária entre 50 e 64 anos supera até mesmo aquela entre 18 e 29 anos, o que parece sugerir que há condições próprias ao segmento que permitem absorver trabalhadores mais experientes.

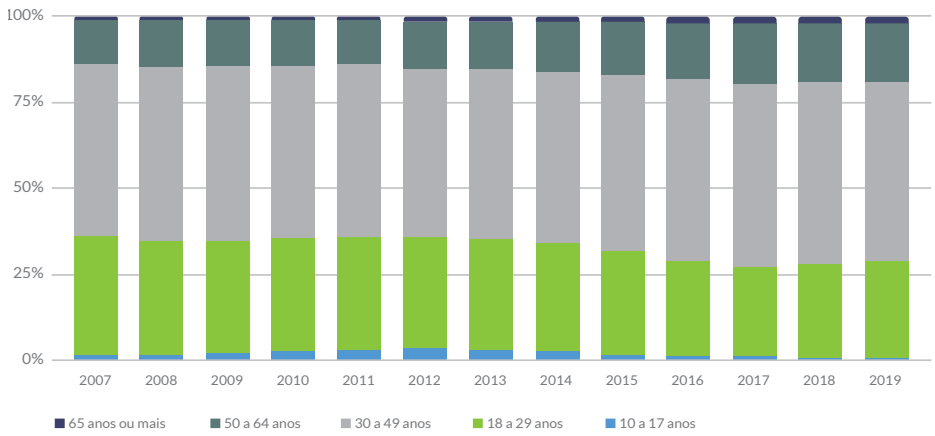
Gráfico 4.50 – Composição da ocupação no segmento de Patrimônio, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

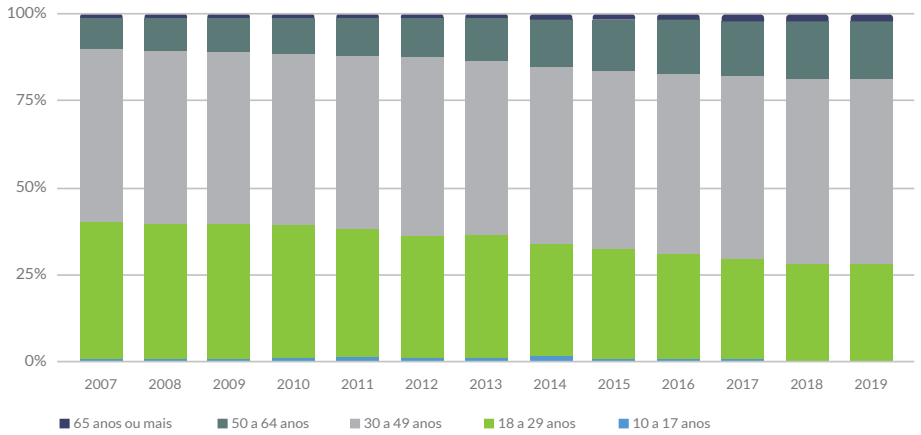
De fato, assim como em *Patrimônio,* nos segmentos de *Artes Cênicas e Espetáculos* (Gráfico 4.51) e *Audiovisual* (Gráfico 4.52) a transição demográfica na composição etária da força de trabalho parece já ter ocorrido, ou até mesmo nunca ter existido tal mudança, dadas as possíveis particularidades da mão de obra demandada pelo segmento, como a necessidade de trabalhadores mais experientes resultantes da insuficiência de oferta de mão de obra qualificada na segunda faixa etária.

Gráfico 4.51 – Composição da ocupação no segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS

Gráfico 4.52 – Composição da ocupação no segmento Audiovisual, por faixa etária (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Ao sintetizar os resultados com relação ao total de ocupados por faixa etária, é possível retirar algumas conclusões acerca de como se dá a alocação da mão de obra em termos proporcionais. Com relação à parcela mais jovem (entre 10 e 17 anos), pode-se afirmar que ela esteve majoritariamente alocada, ao longo de todo o período em questão, não surpreendentemente, nos segmentos *Editorial* e *Audiovisual*. Em 2007, o primeiro abrigava 49% dos trabalhadores dessa faixa etária, número que se reduziu em 2019 para 35%, estes majoritariamente alocados no subsetor Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria. O segundo, por sua vez, continha 14% em 2007 e terminou 2019 com 16%, destacando-se o subsetor de Atividades de exibição cinematográfica.

Com relação à faixa entre 18 e 29 anos, o setor *Editorial* se destaca proporcionalmente, embora tenha experimentado uma redução consistente dessa concentração entre 2007, quando abarcava 40% deste grupo, e 2019, quando representava 27%. No que tange às atividades econômicas, o que sustenta esse alto índice do segmento é, como anteriormente, o Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria, embora aqui, especificamente, o Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria, livros, jornais e outras publicações também possua certa relevância. O setor *Audiovisual* destaca-se como o segundo mais relevante em 2007 (16%, majoritariamente represen-

tado por Atividades de televisão aberta), mas é superado nesta posição por *Publicidade* e *Educação e Criação em Artes* (18% e 15%, respectivamente, contra 12% do segmento *Audiovisual*). Esse quadro compensa a mão de obra entre 18 e 29 anos liberada pelo *Audiovisual* e pelo *Editorial*, e estando alocado, no caso do último, em grande parte, no subsetor de Ensino de idiomas. No setor de *Publicidade*, destaca-se o subsetor de Atividades de publicidade não especificadas anteriormente. Outra tendência de elevação dessa concentração verifica-se em *Cultura Digital,* que transita de um resultado não relevante em 2007 para 6% dessa faixa etária em 2019.

Acerca da população entre 30 e 49 anos, o movimento assemelha-se à segunda faixa etária. A participação do segmento *Editorial* foi reduzida de 36% para 26% entre 2007 e 2019, liberando mão de obra que foi compensada pelos movimentos de emprego em *Educação e Criação em Artes* e em *Publicidade,* mais especificamente nos subsetores Ensino de idiomas e Atividades de publicidade não especificadas anteriormente. O segmento *Audiovisual* é mais representativo nesta do que na faixa anterior, oscilando, ao longo do período entre 19% e 22% do total da mão de obra pertencente a essa faixa etária. Esta, por sua vez, esteve majoritariamente distribuída entre os subsetores Atividades de rádio e Atividades de televisão aberta.

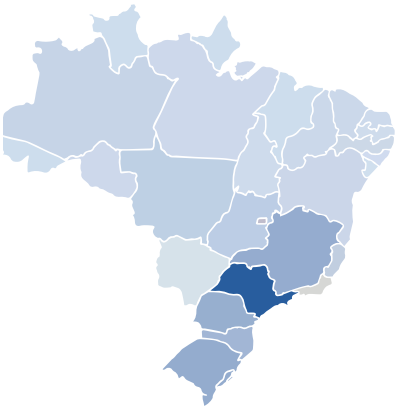
Para a faixa etária entre 50 e 64 anos, *Editorial* continua sendo o segmento mais relevante em termos relativos de alocação dos trabalhadores, seguido pelo *Audiovisual*. Enquanto o primeiro reduziu sua extensão de 31% da mão de obra em 2007 para 26% em 2019, o segundo elevou-se de 23% para 25% em 2019, novamente sustentados pelas atividades de Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria; Atividades de televisão aberta e Atividades de rádio. O maior crescimento ao longo do período se deve à absorção de mão de obra por parte do segmento de *Educação e Criação em Artes,* que passou de 7% para 11%, também fomentando o subsetor de Ensino de idiomas.

A faixa etária de pessoas com mais de 65 anos tem no *Audiovisual* o segmento que mais demanda trabalho com essas características, que se manteve constante em 31% dessa faixa etária entre 2007 e 2019, apesar das oscilações. Em seguida, destaca-se o segmento *Editorial,* que reduz sua participação na faixa de 27% para 23%, liberando trabalhadores, o que foi compensado pela expansão do segmento *Educação e Criação em Artes,* cuja participação subiu de 6% para 10%.

Por fim, com relação à distribuição geográfica dos ocupados pertencentes a essas faixas etárias, importa mencionar que São Paulo é a unidade federativa que emprega a maior quantidade de ocupados em todas as categorias (Mapa 4.1). Na primeira faixa, a UF era seguida por Minas Gerais em 2007, a qual foi suplantada, ao longo da série histórica, pelo Rio Grande do Sul, que, em 2019, portanto, representou a segunda UF que mais emprega os jovens nessa categoria. Com relação à segunda faixa, a UF que ocupa a segunda posição em número de ocupados é o Rio de Janeiro, sendo seguido por Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Todas essas UFs empregam mais de 11 mil pessoas nessa categoria ao longo de toda a série – um valor relevante em comparação com as UFs com menor absorção de mão de obra, mas pouco expressivo frente aos mais de 100 mil ocupados na faixa no estado de São Paulo. Na demanda por mão de obra na terceira faixa também se destacam Rio de Janeiro e Minas Gerais, seguidos por Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Novamente, a alocação de mão de obra em São Paulo excede os 100 mil em 2019, um número bem acima dos 40.589 trabalhadores cariocas.Na categoria de 50 a 64 anos, destacam-se Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná. Para 65 anos ou mais a ordem é Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Paraná.

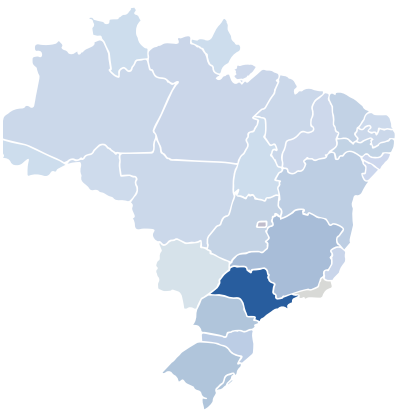
Mapa 4.1 – Distribuição da ocupação nos setores culturais e criativos, por faixa etária (2019)

10 a 17 anos



18 a 29 anos

30 a 49 anos

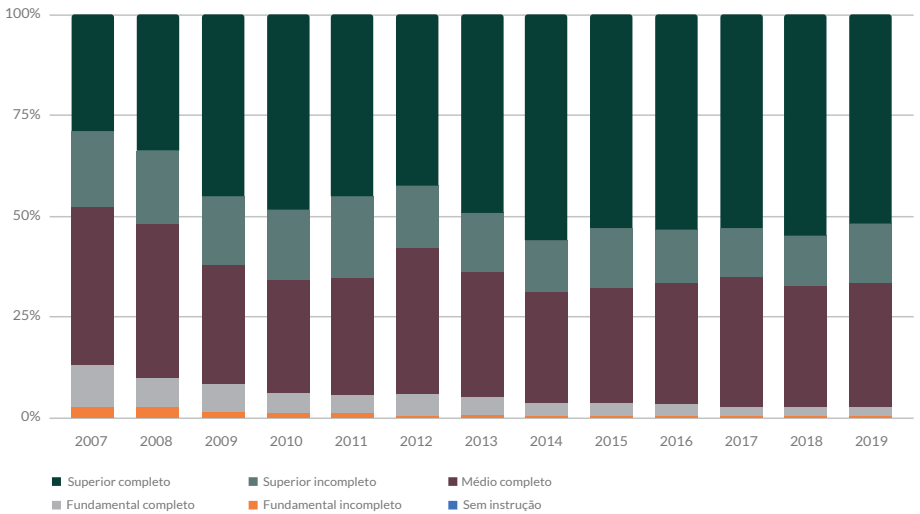


50 a 64 anos

Grau de Escolaridade

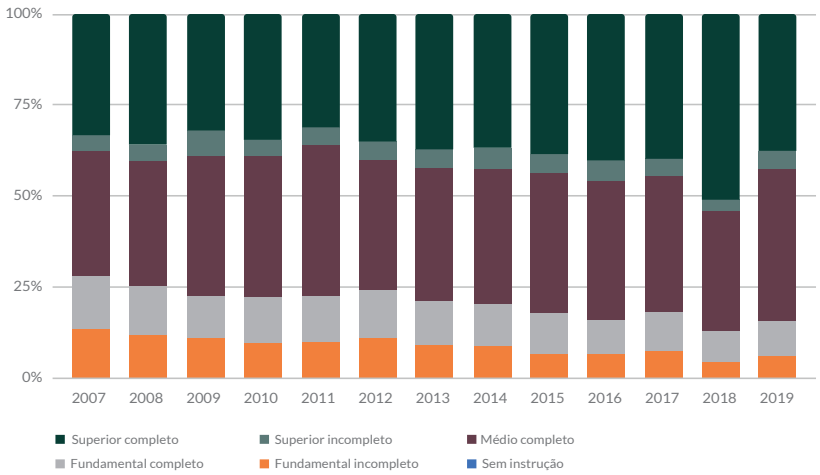
A relação entre o grau de escolaridade e a alocação da mão de obra para cada segmento cultural e criativo é apresentada nos Gráficos 4.53 a 4.61. A partir de uma análise mais horizontal, pode-se afirmar que a maior parte dos trabalhadores que compõe os SCC possui o ensino médio completo. Esse fato se repete em oito dos dez segmentos, com a exceção de *Cultura Digital* (Gráfico 4.53) e *Patrimônio* (Gráfico 4.54), nos quais prevalecem profissionais com ensino superior completo.

Gráfico 4.53 – Composição da ocupação no segmento de Cultura Digital, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

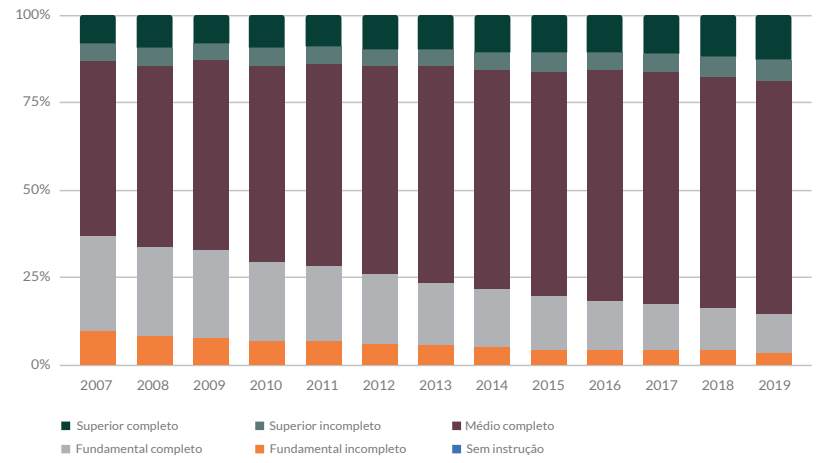
Gráfico 4.54 – Composição da ocupação no segmento de Patrimônio, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

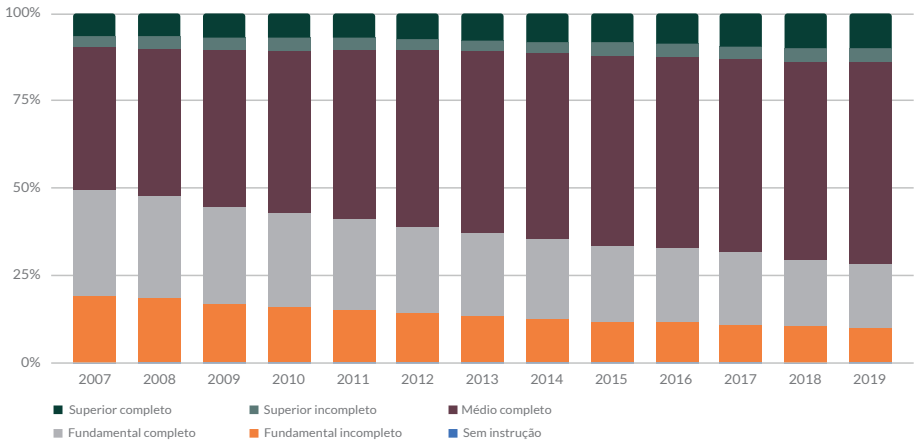
É interessante notar que nos segmentos *Arquitetura e Design* ((Gráfico 4.55), *Entretenimento* (Gráfico 4.56) e *Música* (Gráfico 4.57), a segunda categoria mais relevante é o ensino fundamental completo, mas que, em todos eles, encontra-se em declínio relativo a outras categorias, como superior completo.

Gráfico 4.55 – Composição da ocupação no segmento de Arquitetura e Design, por escolaridade (2007-2019)



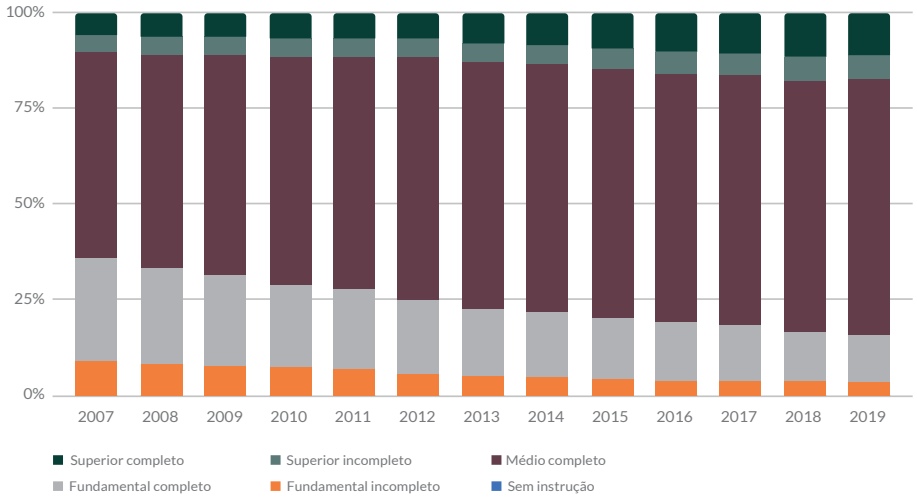
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.56 – Composição da ocupação no segmento de Entretenimento, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.57 – Composição da ocupação no segmento de Música, por escolaridade (2007-2019)

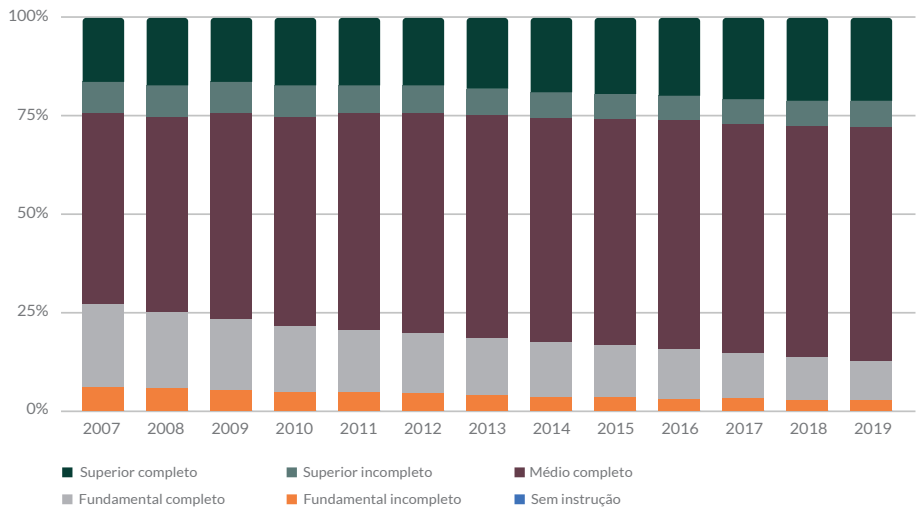


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

No setor *Editorial* (Gráfico 4.58), o declínio da participação dos trabalhadores com ensino fundamental completo parece ter ocorrido por meio de

uma transição que elevou o grau superior completo à segunda categoria mais relevante, mas, ainda assim, muito abaixo do ensino médio completo. Uma das possíveis razões para essa transição pode estar na expansão do ensino superior ao longo dos últimos anos no Brasil, tanto no que diz respeito ao aumento das vagas nas universidades públicas quanto ao crescimento das faculdades privadas.

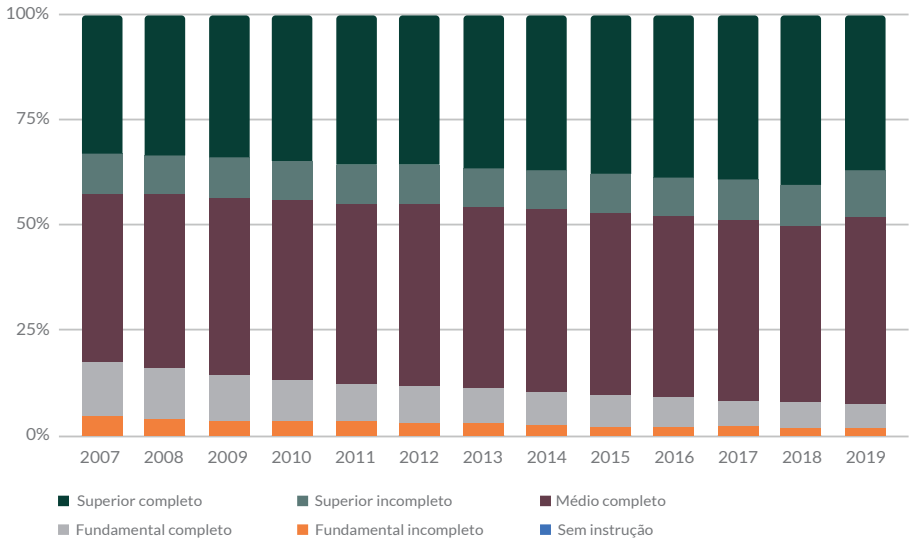
Gráfico 4.58 – Composição da ocupação no segmento Editorial, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

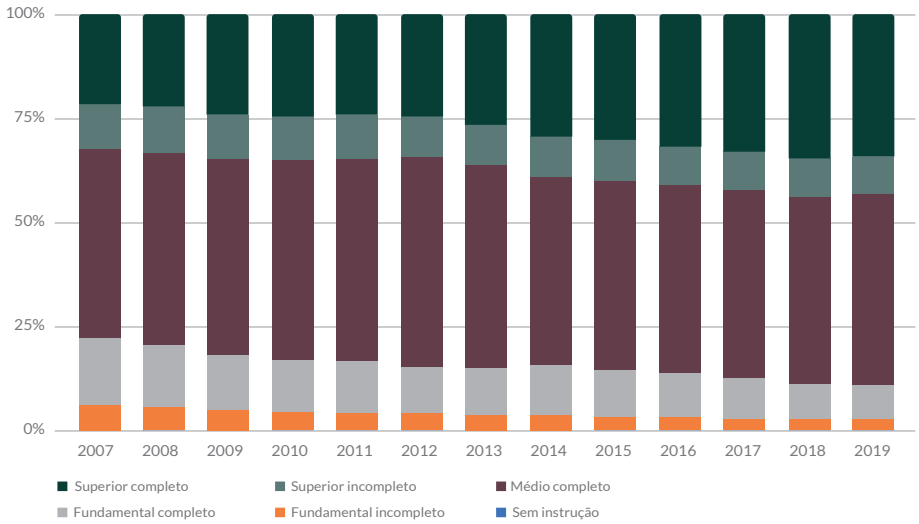
No segmento *Educação e Criação em Artes* (Gráfico 4.59), há uma estabilidade das categorias de ensino médio completo e superior incompleto. A participação crescente da categoria de ensino superior completo se deu em detrimento dos níveis inferiores de escolaridade. O segmento *Audiovisual* (Gráfico 4.60) apresenta evolução similar, mas a participação do ensino superior completo não é tão expressiva.

Gráfico 4.59 – Composição da ocupação no segmento de Educação e Criação em Artes, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

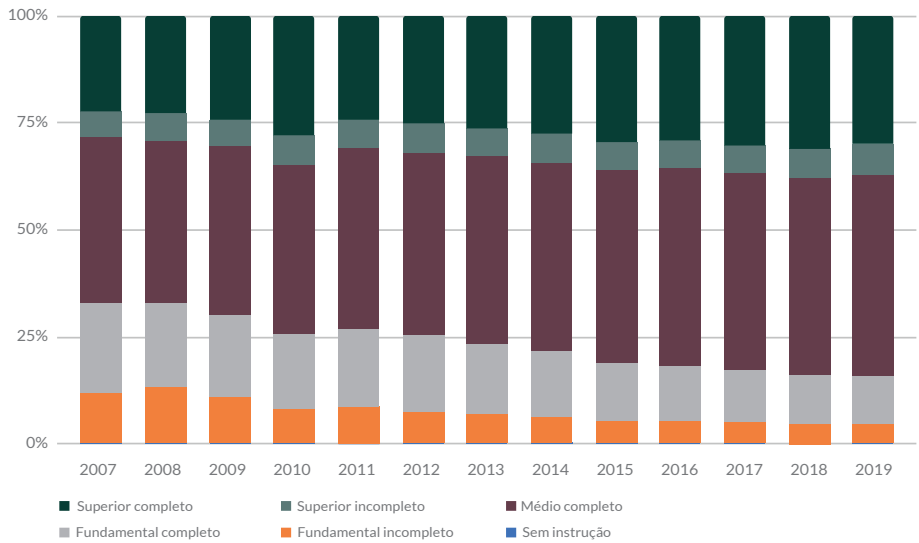
Gráfico 4.60 – Composição da ocupação no segmento Audiovisual, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

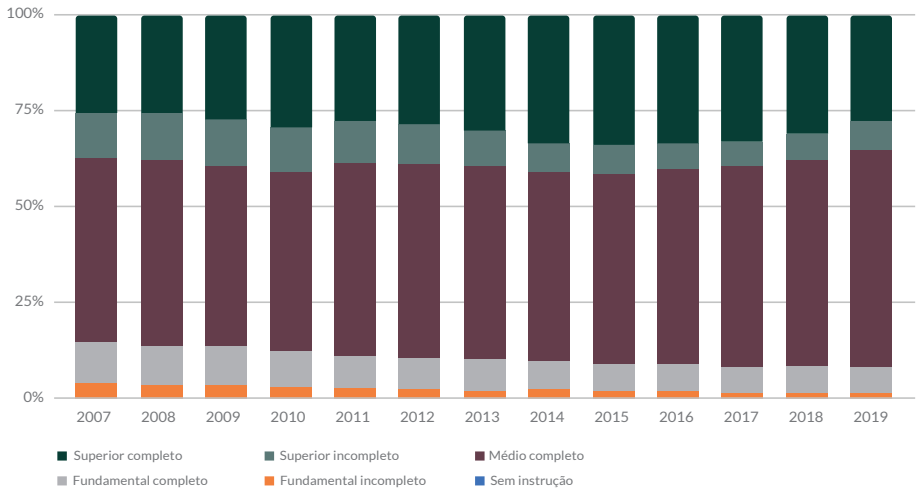
Dinâmica similar é encontrada nos segmentos de *Artes Cênicas e Espetáculos* (Gráfico 4.61), no qual as categorias inferiores de escolaridade perfazem 16% da mão de obra em 2019, e *Publicidade* (Gráfico 4.62), no qual a queda da participação da categoria superior incompleto foi expressiva.

Gráfico 4.61 – Composição da ocupação no segmento de Artes Cênicas e Espetáculos, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Gráfico 4.62 – Composição da ocupação no segmento de Publicidade, por escolaridade (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na RAIS.

Ao considerar isoladamente as categorias observadas, é possível avaliar a evolução da qualificação da mão de obra nos SCC ao longo do período em questão[30]. Com relação à contratação de funcionários sem instrução, pode-se dizer que estes compõem uma parcela muito pequena da ocupação em todos os setores da indústria cultural e criativa (variando entre 0,05% e 0,28% em 2019). É importante ressaltar, todavia, que a participação relativa dos trabalhadores sem instrução aumentou em seis dos dez setores entre 2007 e 2019 (*Cultura Digita*l, *Arquitetura e Design*, *Editorial*, *Educação e Criação em Artes*, *Audiovisual* e *Publicidade*). Em termos absolutos, o número de contratações também cresceu nesses seis setores. Dentre outras razões, essas contratações podem ser motivadas pela alta demanda por trabalho que exaure a reserva de trabalhadores de maior nível educacional, gerando carência por trabalhadores mais qualificados.

Em termos relativos, todos os setores culturais e criativos apresentaram redução do emprego na categoria de ensino fundamental incompleto entre 2007 e 2019. Dentre os dez segmentos, apenas *Cultura Digital* apresenta um

[30] Para discussões mais detalhadas acerca da relação entre grau de escolaridade e ocupações criativas, ver Mellander (2009), Florida (2014) e Bridgstock e Cunningham (2016).

crescimento absoluto dos profissionais com ensino fundamental incompleto, frente a uma redução significativa em outros setores específicos no intervalo entre 2007 e 2019, a qual chegou à marca de 8% para *Música*, 64% para *Editorial* e 59% para *Patrimônio*. Tal movimento parece fortalecer a hipótese de aumento da profissionalização da mão de obra nos SCC. No caso do ensino fundamental completo, as reduções na quantidade de ocupados é menos expressiva – 74% em *Música*, 60% em *Editorial* e 49% em *Audiovisual* -, mas ocorre em oito dos dez segmentos, com exceção de *Cultura Digital* e *Publicidade,* que aumentaram respectivamente em torno de 759% e 20%. Vale lembrar que o valor percentual significativo no caso da *Cultura Digital* é associado ao fato de que a quantidade de trabalhadores em 2007 era muito pequena (73 pessoas) e cresceu para 627 trabalhadores com ensino fundamental completo em 2019.

No que diz respeito à principal categoria em termos de número de ocupados – ensino médio completo – a tendência se inverte de modo significativo. Apenas *Música e Editorial* apresentam reduções, enquanto que nos outros oito segmentos se observa um incremento de mão de obra com este grau de escolaridade. Merecem destaque dois segmentos em particular – *Cultura Digital,* que incorpora mais de 8.500 profissionais com ensino médio completo entre 2007 e 2019, e *Publicidade*, que teve um aumento de 151% nessa categoria, motivado pela expansão do subsetor Atividades de publicidade não especificadas anteriormente (358%). Os outros segmentos com crescimento significativo no número de ocupados com ensino médio completo são *Educação e Criação em Artes* (101%), *Arquitetura e Design* (66%) e *Artes Cênicas e Espetáculos* (50%).

No caso do grau de ensino superior incompleto, há uma divisão entre os segmentos que incrementaram o número de ocupados e aqueles que acabam liberando mão de obra com esse perfil. É interessante perceber que todos os segmentos que diminuíram a quantidade de profissionais dessa categoria são aqueles setores tradicionais – *Editorial*, *Audiovisual* e *Música.* As razões para esse fenômeno não são possíveis de serem identificadas pelos dados coletados, mas é possível que a própria redução de tamanho dos setores em termos gerais acabe prejudicando a contratação de profissionais que se encontram em níveis de escolaridade intermediários, nem altamente profissionalizados, nem com grau relativamente baixo de escolaridade. O que

chama atenção, por outro lado, é que os segmentos que mais contrataram nessa categoria entre 2007 e 2019 foram *Cultura Digital* e *Educação e Criação em Artes*, o primeiro aumentando em 4.092 profissionais e o segundo em 4.740.

Por fim, com relação ao ensino superior completo, nota-se um aumento generalizado na incorporação de mão de obra com esse perfil, o que também parece indicar um aumento no grau de qualificação dos SCC. Nesse caso, é marcante o potencial de crescimento dos segmentos não-tradicionais. *Cultura Digital, Educação e Criação em Artes* e *Publicidade* são os que mais se destacaram, aumentando em aproximadamente 15 mil, 16 mil e 17 mil trabalhadores com ensino superior, respectivamente. Enquanto o segmento *Editorial,* por exemplo, expandiu-se em apenas 1.724 profissionais. Vale destacar também que o setor *Audiovisual* aumentou consideravelmente o número de profissionais nessa categoria, somando, em 2019, 15.017 trabalhadores a mais do que em 2007, grande parte sustentado pelo crescimento da alocação de mão de obra em Atividades de televisão aberta, que cresceu em 10.392 trabalhadores.

Cabe também comentar brevemente sobre a remuneração média de acordo com o grau de escolaridade nos SCC. Como era de se esperar, à medida que se eleva o grau de escolaridade, a remuneração média dos trabalhadores tende a ser maior. O que surpreende, no caso dos SCC, é que, para todos os diferentes graus de escolaridade (com exceção da categoria "sem instrução"), são quase sempre os mesmos dois segmentos – *Audiovisual* e *Patrimônio* – que apresentam os valores mais elevados em termos de remuneração média. O mesmo ocorre com relação aos menores valores, que são, na maior parte dos casos, representados pelo segmento de *Educação e Criação em Artes*. No caso da categoria "sem instrução", os segmentos em que a remuneração média se destaca mudam ao longo do período mencionado: em 2007, destacavam-se *Patrimônio* e *Arquitetura e Design,* enquanto que, em 2019, apresentam as maiores remunerações *Audiovisual* e *Cultura Digital*.

É preciso mencionar, todavia, que essa configuração em termos de valores não é a mesma quando se analisa o crescimento da remuneração média de acordo com o grau de escolaridade. Com relação aos trabalhadores com ensino fundamental incompleto, o maior aumento na remuneração se dá, entre 2007 e 2019, no setor *Entretenimento (28%)*, seguido por *Arquitetura e* Design e *Artes Cênicas* e *Espetáculos* (ambos com 26%). Tais elevações podem ser verificadas por variações positivas nas atividades econômicas específicas,

como por exemplo, no *Design* e decoração de interiores (cresceu 222%), no caso de *Arquitetura e Design*, e Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte (48%), no caso de *Artes Cênicas* e *Espetáculos*.

Em relação ao ensino fundamental completo, os maiores incrementos na remuneração média foram nos setores de *Música* (28%), *Entretenimento* (27%) e *Cultura Digital* (26%). Os únicos setores que registraram perdas reais na remuneração média entre 2007 e 2019, foram *Audiovisual* e *Patrimônio*, justamente dois dos setores que apresentam as maiores remunerações médias nos setores culturais e criativos.

Para trabalhadores com ensino médio completo, os segmentos em que a remuneração média cresceu de maneira mais significativa foram *Artes Cênicas e Espetáculos* (20%), *Arquitetura e Design* (18%) e *Música* (17%). Também de maneira bastante significativa, o crescimento no primeiro setor é explicado pela expansão de 38% na remuneração média do subsetor de Atividades de organizações associativas ligadas à arte e à cultura. Porém, todas as atividades dos três setores mencionados apresentaram crescimento na renda média entre 2007 e 2019. Apenas os setores de *Audiovisual*, *Patrimônio* e *Publicidade* apresentaram perda no rendimento mensal médio no período analisado. Porém, esses resultados contribuíram para que os SCC como um todo apresentassem uma queda na variável de rendimento médio entre 2007 e 2019 (-1%) nessa categoria de escolaridade.

No que diz respeito à faixa do ensino superior incompleto, destacam-se os segmentos de *Cultura Digital* (32%), *Artes Cênicas e Espetáculos* (9%) e *Entretenimento* (7%). Todos os demais setores culturais e criativos apresentaram queda nos rendimentos reais médios no período. Dentre os subsetores, aqueles que apresentaram maior crescimento foram Design e decoração de interiores (87%), do setor de *Arquitetura e Design*; Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, que representa a totalidade do segmento *Cultura Digital*; e Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura (24%), do setor *Audiovisual*.

Com relação ao ensino superior completo, nota-se um aumento de 121% na remuneração média no segmento *Cultura Digital*, um incremento real significativo quando se comparam os R$ 3.206 em 2007 com os R$ 7.077 de 2019. De certa forma, tal fato mostra que o segmento possui uma estrutura que depende de mão de obra com maior grau de escolaridade, o que se reflete na

velocidade com que o valor da remuneração média sobe, na medida em que o setor passa por trajetória de forte expansão. É preciso sublinhar, ainda, os aumentos de 16% e 13% nas remunerações médias para esse perfil referentes a *Artes Cênicas e Espetáculos* e *Entretenimento*, respectivamente. Assim como no caso do ensino superior incompleto, esses três setores foram os únicos que apresentaram incrementos no rendimento médio durante o período analisado. Os subsetores que apresentaram aumentos mais expressivos foram Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, que representa o setor *Cultura Digital*; Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação (119%), de *Publicidade*; e Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte (52%), do setor de *Artes Cênicas e Espetáculos*.

Finalmente, vale ressaltar a distribuição geográfica referente ao grau de escolaridade da força de trabalho alocada nos SCC. Assim como ocorre com as faixas etárias, São Paulo concentra a maior parte dos ocupados em todas as categorias de escolaridade. Com relação aos trabalhadores com ensino fundamental incompleto, a UF é seguida, ao longo de toda a série histórica, por Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Essa mesma configuração se repete no total de ocupados com ensino fundamental completo e ensino médio completo. Com relação a este último, destaca-se a importância relativa do número de ocupações em 2019 na Bahia (15.396), em Pernambuco (10.208) e no Ceará (11.525), números que demonstram quais são, atualmente, os centros mais dinâmicos na região Nordeste. Destaca-se ainda a relevância do Paraná (24.364) e de Santa Catarina (15.538), e, portanto, da região Sul como um todo no emprego de profissionais com ensino médio completo. Ao que se refere à categoria ensino superior incompleto, sublinha-se que o Rio Grande do Sul supera o número de empregados de Minas Gerais, assumindo a terceira posição de UF que mais emprega, atrás apenas de São Paulo e Rio de Janeiro. Em relação ao ensino superior completo, a ordem volta a ser São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, que são seguidos, ao longo de toda a série histórica, por Paraná e Rio Grande do Sul.

UMA ANÁLISE OCUPACIONAL DO MERCADO DE TRABALHO NA INDÚSTRIA CULTURAL E CRIATIVA

Como discutido na introdução deste capítulo, a presente seção tem como objetivo promover uma análise ocupacional do mercado de trabalho na indústria cultural e criativa. O objetivo é redirecionar o foco para um panorama geoeconômico da distribuição da mão de obra cultural e criativa, em vez da abordagem detalhada acerca dos segmentos dos SCC conduzida nas seções anteriores. Com isso, procura-se oferecer uma compreensão mais significativa do mercado de trabalho pelo lado da oferta, isto é, para o trabalhador enquanto agente que oferta serviços no mercado e sua distribuição no espaço nacional. Ao contrário das seções anteriores, que oferecem um mapeamento amplo da distribuição de mão de obra sob a ótica das empresas, segmentos e subsetores, procura-se aqui uma orientação voltada para as disparidades regionais que advém dos problemas específicos do Brasil enquanto país em desenvolvimento e que tem nos SCC uma expectativa de contribuição positiva para a superação desse quadro.

Nesse caso, é preciso alertar que a base de dados empregada é diferente daquela utilizada nas seções anteriores: usam-se agora os dados da PNAD Contínua do IBGE, que apresenta dados a partir de 2012. O Apêndice B lista as ocupações ligadas à cultura e às atividades relacionadas. Quando da redação desse Atlas, os dados estavam disponíveis até 2020. De qualquer forma, a análise da série entre 2012 e 2020 pode trazer reflexões relevantes acerca da realidade ocupacional dos SCC no Brasil, muito embora seja inevitável certa repetição de elementos que foram tratados anteriormente. Nesse sentido, é preciso atentar para uma última questão: os dados tratados a seguir foram organizados de acordo com uma divisão entre *atividades culturais propriamente ditas* e *atividades relacionadas* que, *grosso modo*, reflete as diferenciações entre economia e cultural e criativa, já discutida nos capítulos metodológicos deste *Atlas*.

Distribuição geográfica e aspectos qualitativos da mão de obra nas ocupações culturais e criativas

Em termos gerais, é possível perceber que, ao longo do período analisado (2012-2020), a evolução das ocupações, divididas entre atividades culturais propriamente ditas e em atividades relacionadas, apresentou um comportamento diferente para cada um destes grupos. Enquanto houve um aumento nas contratações de 2,4% com relação às atividades culturais, nas atividades relacionadas este mesmo número cresceu 46%. Embora motivadas por uma dinâmica distinta, com uma ênfase setorial, as seções anteriores mostraram como esse movimento desigual ocorre na medida em que se consideram os segmentos e também os subsetores que envolvem toda a estrutura produtiva cultural e criativa sintetizada nos SCC. Dado esse quadro, busca-se agora compreender essa evolução das ocupações a partir de sua distribuição geoeconômica e das características qualitativas da mão de obra, de forma a tornar possível uma análise da estrutura da alocação da mão de obra nos SCC que permita identificar como estes refletem as disparidades sociais e regionais próprias à realidade brasileira. Para que isso seja possível, no entanto, é preciso ter em mente que, em muitos casos, as variações muito grandes identificadas são em geral reflexo de patamares iniciais muito baixos, e frequentemente estão associadas a variações bruscas de ano a ano, caracterizando uma instabilidade. Não obstante, isso não implica que devam ser desconsideradas, na medida em que a recorrência de certos resultados para as unidades federadas pode indicar tendências mais significativas, refletindo particularidades regionais e mudanças experimentadas pelos SCC a partir dessas especificidades locais. Tais dados ocupacionais, por exemplo, podem ser cruzados em pesquisas futuras com outras informações sobre as realidades específicas das unidades federadas, sendo assim possível a elaboração de um panorama mais consistente sobre cada uma delas.

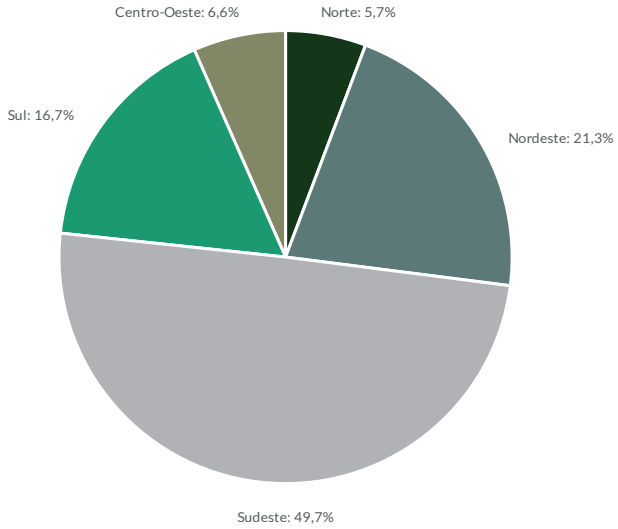
Ao atentar para o total de ocupados nas atividades culturais, observa-se que houve tanto variações positivas substanciais – como no Amapá (83%), em Roraima (37%) e no Espírito Santo (33%), estados com populações relativamente pequenas – quanto mudanças negativas expressivas, como foi o caso de Sergipe (-58%), Distrito Federal (-29%) e Rondônia (-16%) entre 2012 e 2020. Este resultado difere consideravelmente para as atividades

relacionadas, em que o número total de ocupados apresentou crescimento, mesmo que a taxas distintas, para todas as unidades federadas. Ainda assim, as disparidades de desempenho se mantêm, na medida em que houve tanto variações bastante significativas, como as do Ceará e do Amazonas, de 238% e 164%, respectivamente, quanto algumas praticamente nulas, como as da Bahia (0,7%) e da Paraíba (2,6%).

A partir disso, pode-se analisar a evolução da participação de cada UF no total de ocupados, assim como de cada macrorregião. Primeiramente, em relação às atividades culturais, a UF que mais se destaca do ponto de vista dinâmico é o Amapá, cuja participação cresceu 79% no período, atingindo 0,3% do total nacional. Ela é seguida por Roraima, que aumentou 34% e chegou 0,2% do total nacional e pelo Espírito Santo, com 29% de crescimento e 0,2% referente à participação mais recente. Entre as UFs que mais perderam espaço, chama a atenção o caso de Sergipe, que além da redução absoluta do número de ocupados já mencionada, apresentou um decréscimo de 59% em sua participação em termos nacionais. Segue-se à redução significativa da participação sergipana, uma queda dos valores dessa mesma variável no Distrito Federal (-31%) e em Rondônia (-18%).

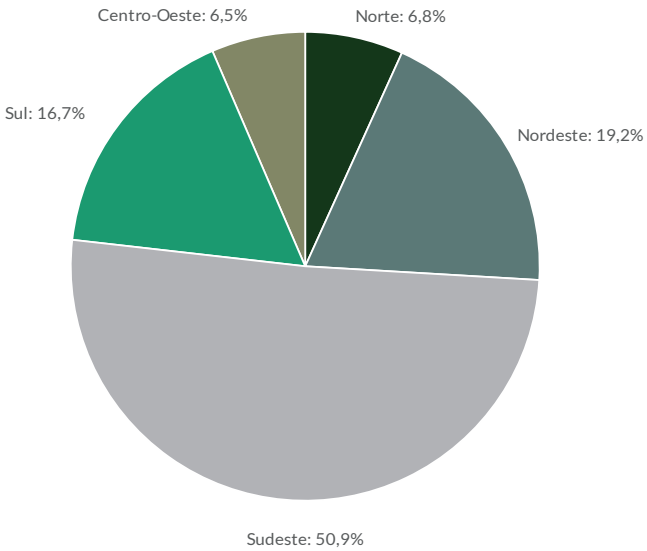
Ao nível das macrorregiões, aquela de maior crescimento foi a Norte, cuja participação aumentou 18%, atingindo 6,7% do total de ocupações. Com desempenho no extremo oposto, a região Nordeste viu sua participação cair para 19,2% em 2020, um decréscimo de 10% relativamente a 2012 – variação ainda mais significativa por se tratar da segunda região com maior participação total. A participação das regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste (incluindo o Distrito Federal) variaram, respectivamente, 2%, 0% e -2% (Gráficos 4.63 e 4.64).

Gráfico 4.63 – Distribuição regional dos ocupados em atividades culturais (2012)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Gráfico 4.64 – Distribuição regional dos ocupados em atividades culturais (2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

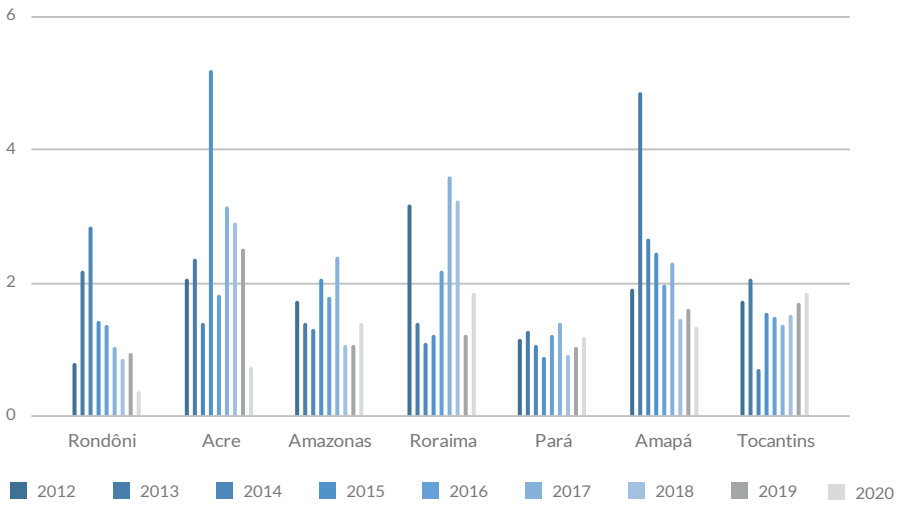
O comportamento desses mesmos índices para as atividades relacionadas à cultura, contudo, é distinto. Essa constatação, em conjunto com os demais dados apresentados nesta seção, aponta para uma evolução relativamente independente entre as atividades culturais e as suas atividades relacionadas. Para estas últimas, a unidade federada que apresenta o melhor desempenho no período é o Ceará, com crescimento de 132% em sua participação, atingindo 5,7% do total. É seguida pelo Amazonas, com 81% de expansão e 1,2% de contribuição para o total de ocupações, e por Alagoas, com 57% e 0,7%, respectivamente. Na região Nordeste, por outro lado, concentram-se também as duas UFs com maior contração, Bahia e Paraíba, cuja participação decresceu , respectivamente, 31% e 30%, atingindo 4,4% e 1,0%. Mesmo com o comportamento heterogêneo das UFs nordestinas, a região Nordeste apresentou a segunda maior variação positiva na participação agregada entre 2012 e 2020, com crescimento de 18,7% e atingindo 22,8% do total de ocupações. A região cuja participação teve maior aumento foi a Norte, da ordem de 19,2%, chegando a 6,1% do total. A de maior contração, por outro lado, foi a Sudeste, que mesmo com decréscimo de 9,5% ainda segue concentrando 48% do total das ocupações em atividades relacionadas. Centro-Oeste e Sul tiveram variações de 11,4% e -2,2%, atingindo 7,8% e 15,3% de participação no total, respectivamente.

Fazendo-se um recorte por sexo, os desempenhos das ocupações da cultura e das atividades relacionadas também são diferentes. No caso das primeiras, o número total de mulheres ocupadas aumentou 19,7%, enquanto que o de homens diminuiu 11,6%, refletindo-se em uma diminuição da proporção desses no total, de 55,3% para 47,7%. Nesse sentido, foram particularmente relevantes as diminuições das proporções de homens sobre o total de trabalhadores na Paraíba (-55%), em Alagoas (-49%) e no Espírito Santo (-38%) e, além desses, em UFs com grande participação no total de ocupados, tais como São Paulo (-25%), Rio Grande do Sul (-11%) e Pernambuco (-30%). No caso das atividades relacionadas, tem-se um aumento nas ocupações para ambos os sexos, mas muito maior para as mulheres, de 57%, em contraste com 26% para os homens. Dessa forma, a proporção de mulheres sobre o total de ocupados nesse grupo subiu de 65,1% para 69,9%. Nota-se que somente em quatro UFs houve redução na proporção de mulheres sobre o total de ocupados em atividades relacionadas, com uma tendência distribuída pelo

território nacional da seguinte forma: Ceará (-17,6%), Pernambuco (-11,7%), Bahia (-6,6%) e Amapá (-2,7%), cujas participações somadas em 2020 sobre o total de ocupados chegam a somente 15,2%. As tendências recentes convergem para a característica normalmente observada entre os SCC, não só do Brasil quanto do mundo todo, de uma maior inserção feminina nessas ocupações do que nas demais (SANGUINET; CALVETE: WAISSMAN, 2016). Essas tendências se refletem nas razões número de ocupados do sexo masculino/número de ocupadas do sexo feminino, como mostram os gráficos e quadros a seguir.

O Gráfico 4.65 mostra tendências de declínio da razão em Rondônia, Acre, este com picos, e Amazonas; estabilidade no Pará e em Tocantins, estabilidade com picos em Roraima e reversão de tendência de crescimento no Amapá, na segunda metade da série histórica. O Quadro 4.13 traz as estatísticas descritivas da região que sintetizam a trajetória das ocupações com base nesse recorte. Nenhuma das UFs da região Norte apresenta relativamente maior ocupação de mulheres em atividades culturais na média ou na mediana do período, mas há uma tendência observável de aumento relativo da ocupação feminina ao longo do tempo. O Acre tem a maior razão homem/mulher, mas elevada variabilidade.

Gráfico 4.65 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Norte (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

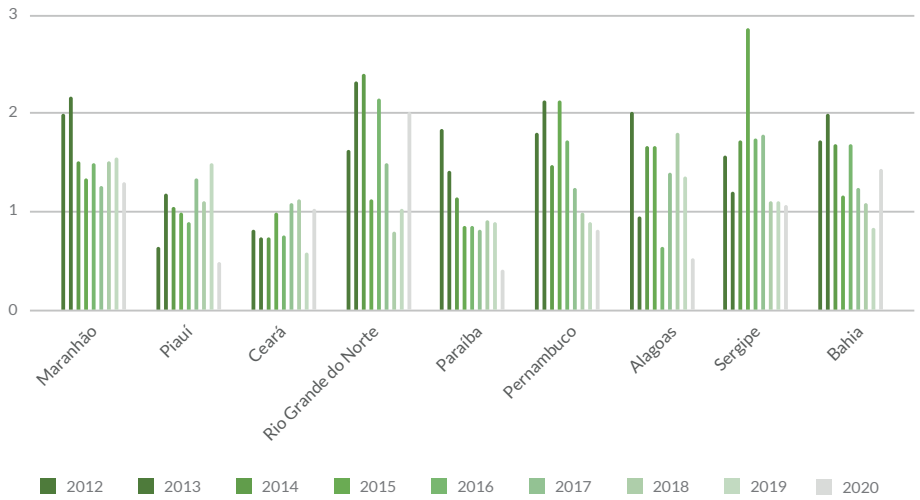
Quadro 4.13 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades culturais da região Norte (2012-2020)

Rondônia	1,33	1,06	0,76
Acre	2,47	2,37	1,26
Amazonas	1,58	1,40	0,45
Roraima	2,11	1,86	0,99
Pará	1,14	1,17	0,17
Amapá	2,29	1,98	1,06
Tocantins	1,56	1,55	0,38

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

O Gráfico 4.66 e o Quadro 4.14 trazem as informações com relação à região Nordeste. Considerando as tendências temporais, houve redução da razão no Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia. No caso de Piauí e Ceará, ambos os estados apresentam os menores desvios padrão da região e duas das menores médias e medianas da relação. Assim, os resultados ao longo da série são relativamente estáveis, com períodos de crescimento e decrescimento intercalados. Já o Rio Grande do Norte também apresenta períodos de aumento e redução da relação, mas com uma variabilidade muito maior que a registrada nos outros dois estados. Com relação à síntese estatísticas do período, a região se mostra com uma proporção maior de homens nas atividades criativas em todas as UFs, exceto Ceará. Pela análise da mediana, além do Ceará, a Paraíba também apresenta uma relação abaixo de um. No Piauí e na Paraíba a média indica uma relação próxima da paridade.

Gráfico 4.66 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Nordeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

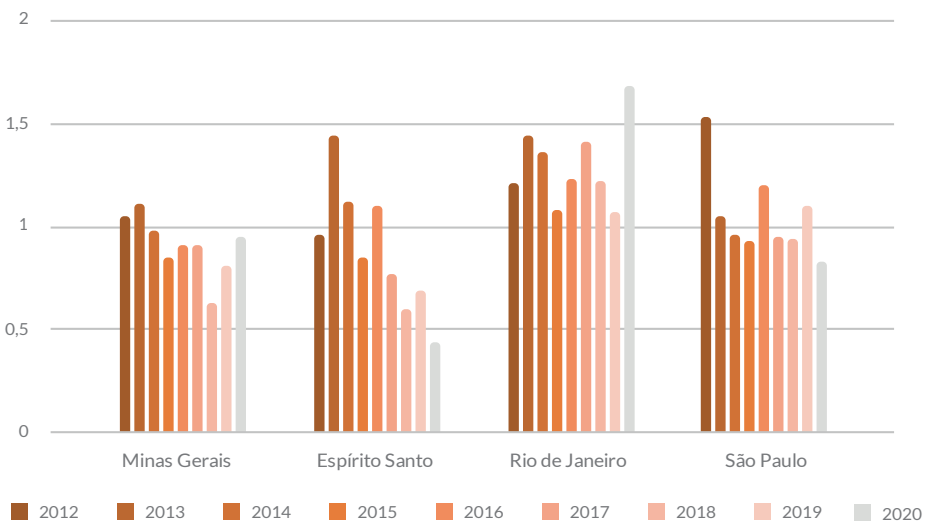
Quadro 4.14 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Nordeste (2012-2020)

Maranhão	1,57	1,51	0,31
Piauí	1,02	1,05	0,32
Ceará	0,87	0,82	0,19
Rio Grande do Norte	1,66	1,63	0,59
Paraíba	1,02	0,90	0,41
Pernambuco	1,47	1,47	0,51
Alagoas	1,34	1,40	0,53
Sergipe	1,57	1,58	0,57
Bahia	1,43	1,43	0,37

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Para a região Sudeste, o Gráfico 4.67 mostra que não houve declínio da razão apenas no Rio de Janeiro. Nas demais UFs, a tendência é de decrescimento da razão, com picos isolados no Espírito Santo e em São Paulo. O Quadro 4.15 mostra que o Espírito Santo apresenta a menor razão mediana e Minas Gerais a maior estabilidade da razão ao longo do tempo. Na média, Minas Gerais e Espírito Santo apresentam uma razão menor que um, indicando maior proporção do emprego feminino. Na mediana, além destes dois estados, São Paulo também apresenta uma relação menor que um.

Gráfico 4.67 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Sudeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

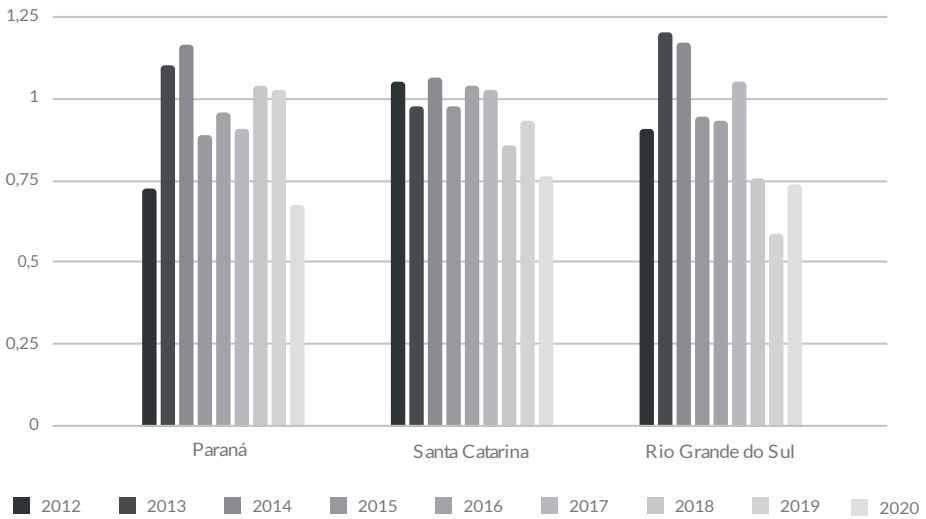
Quadro 4.15 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades culturais da região Sudeste (2012-2020)

Minas Gerais	0,91	0,91	0,14
Espírito Santo	0,88	0,85	0,31
Rio de Janeiro	1,30	1,23	0,20
São Paulo	1,05	0,96	0,21

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Para as UFs da região Sul, o Gráfico 4.68 mostra que houve tendência de queda na razão nos três estados, com queda menos acentuada no Paraná. No Quadro 4.16 as razões ficam abaixo da unidade tanto pela média como pela mediana, com uma maior variabilidade no Rio Grande do Sul.

Gráfico 4.68 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Sul (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

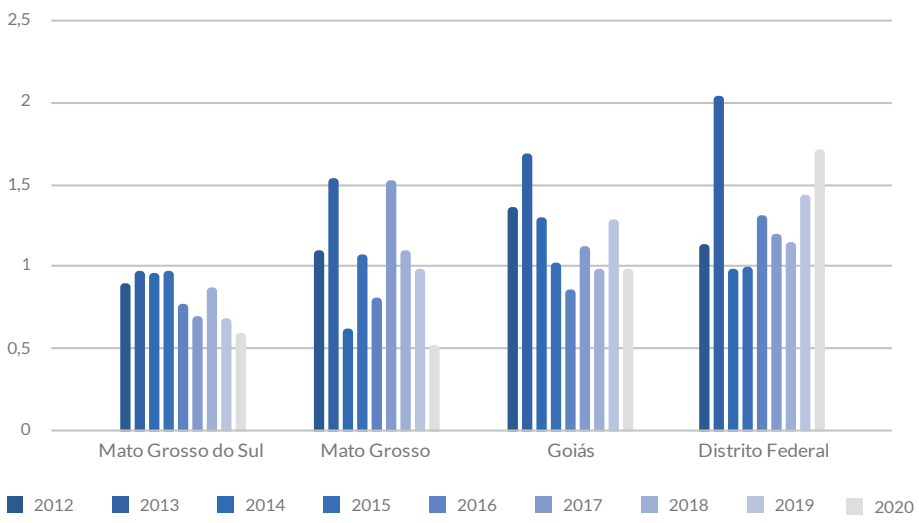
Quadro 4.16 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades culturais da região Sul (2012-2020)

Paraná	0,94	0,96	0,16
Santa Catarina	0,96	0,98	0,10
Rio Grande do Sul	0,92	0,93	0,20

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Finalmente, na região Centro-Oeste há uma tendência de elevação da razão no Distrito Federal e uma tendência de queda nos demais estados. No Mato Grosso e em Goiás a tendência é menos acentuada, com períodos intercalados de crescimento e declínio. Já no Mato Grosso do Sul há uma menor variabilidade dos resultados anuais, mas uma trajetória mais homogênea de queda na razão. O Quadro 4.17 mostra que apenas no Mato Grosso do Sul, na média e na mediana, a razão favorece o emprego feminino frente ao masculino. Nas UFs da região prevalecem nas atividades culturais o emprego de homens.

Gráfico 4.69 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades culturais da região Centro-Oeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

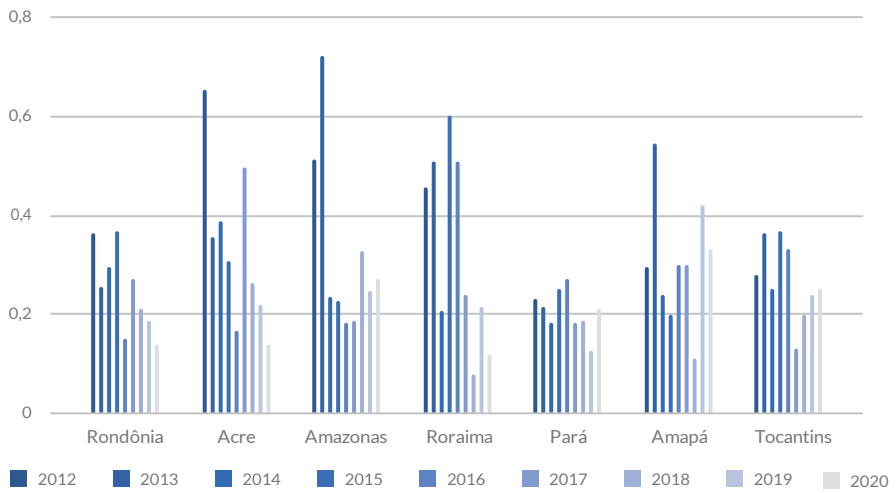
Quadro 4.17 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades culturais da região Centro-Oeste (2012-2020)

Mato Grosso do Sul	0,83	0,87	0,14
Mato Grosso	1,03	1,08	0,35
Goiás	1,18	1,12	0,25
Distrito Federal	1,33	1,21	0,35

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Com relação às atividades relacionadas, na região Norte houve tendência de declínio da razão em todas as unidades federativas, mesmo com o emprego majoritário de mulheres ao longo de todo o período. O Quadro 4.18 mostra razões médias e medianas significativamente abaixo da unidade para todas as UFs, com destaque especial para Rondônia, Pará e Tocantins, com razões baixas e menos variáveis.

Gráfico 4.70 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Norte (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

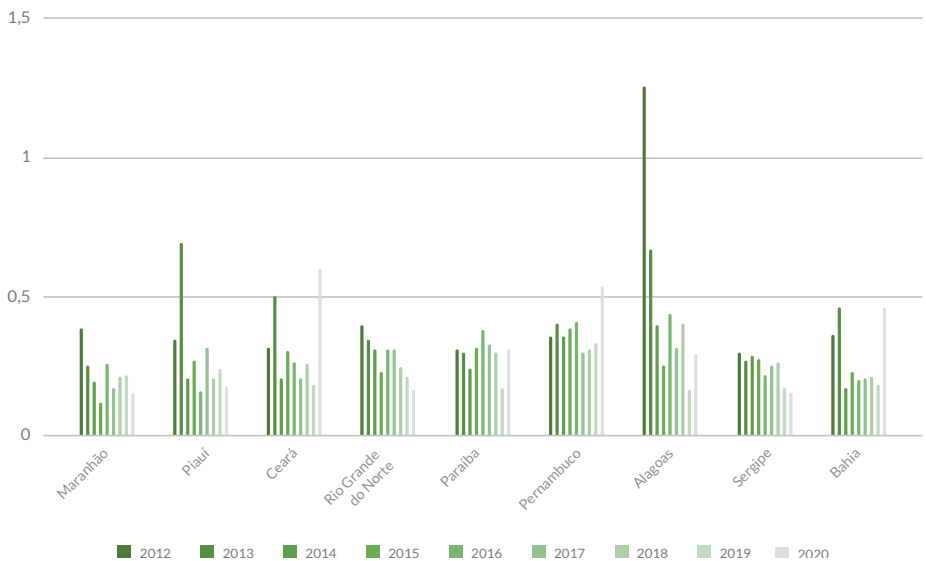
Quadro 4.18 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades relacionadas da região Norte (2012-2020)

Rondônia	0,25	0,25	0,08
Acre	0,33	0,31	0,16
Amazonas	0,32	0,25	0,18
Roraima	0,33	0,24	0,19
Pará	0,21	0,21	0,04
Amapá	0,30	0,30	0,12
Tocantins	0,27	0,25	0,08

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Na região Nordeste, houve tendência de aumento da razão no Ceará e em Pernambuco. A razão ficou relativamente estável, com alguns picos, nas demais unidades. Como síntese dessa evolução, o Quadro 4.19 mostra que tanto a razão média como a mediana ficaram bem abaixo de um em todas as unidades. Os maiores valores médios e medianos foram observados em Alagoas, enquanto Sergipe apresentou o menor desvio padrão.

Gráfico 4.71 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Nordeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

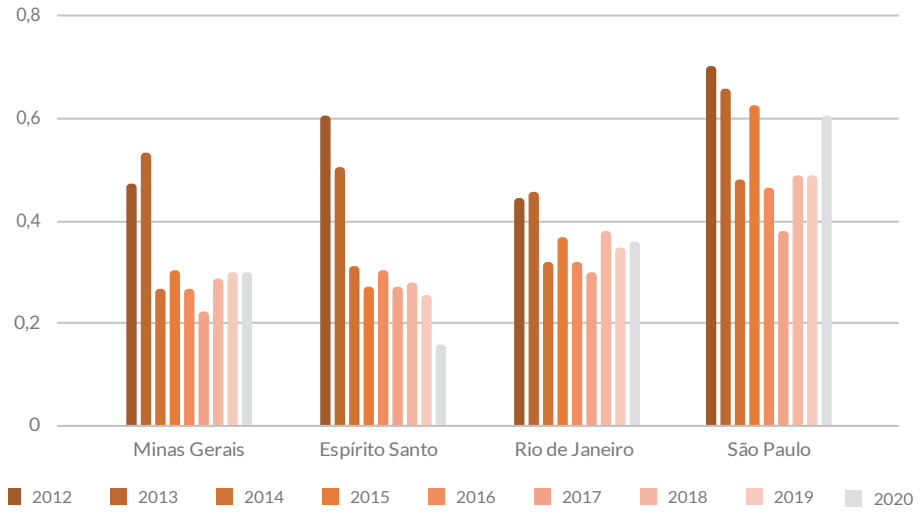
Quadro 4.19 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/ mulher nas atividades relacionadas da região Nordeste (2012-2020)

Maranhão	0,22	0,21	0,08
Piauí	0,29	0,24	0,16
Ceará	0,32	0,27	0,14
Rio Grande do Norte	0,28	0,31	0,07
Paraíba	0,30	0,31	0,06
Pernambuco	0,38	0,36	0,07
Alagoas	0,47	0,40	0,33
Sergipe	0,24	0,26	0,05
Bahia	0,28	0,21	0,12

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Na região Sudeste, houve uma leve tendência de declínio da razão em todos os estados, mas de maneira mais acentuada no Espírito Santo. O Quadro 4.20 também mostra razões menores que um, com São Paulo apresentando a maior média e mediana, e o Espírito Santo com o maior desvio padrão. Ou seja, assim com nas duas outras regiões, há prevalência de mulheres nas ocupações relacionadas.

Gráfico 4.72 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Sudeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

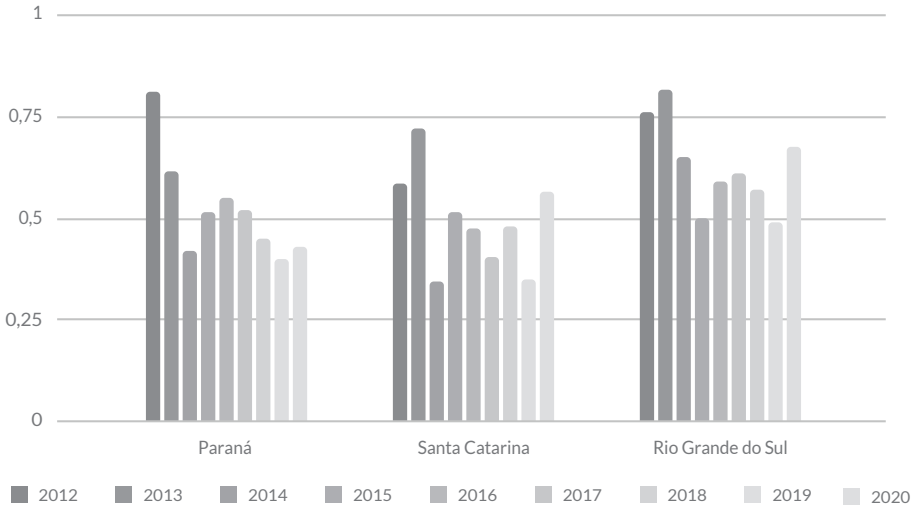
Quadro 4.20 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Sudeste (2012-2020)

Minas Gerais	0,33	0,30	0,10
Espírito Santo	0,33	0,28	0,14
Rio de Janeiro	0,37	0,36	0,05
São Paulo	0,54	0,49	0,11

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Na região Sul, o Gráfico 4.73 mostra uma trajetória de declínio da razão nas três UFs, que já estão bem abaixo da paridade. A série mostra que houve um aumento da razão nos dois primeiros anos no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, os quais também apresentam as menores variabilidades frente a média. Portanto, a região é muito homogênea do ponto de vista da razão nas ocupações em atividades relacionadas.

Gráfico 4.73 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Sul (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

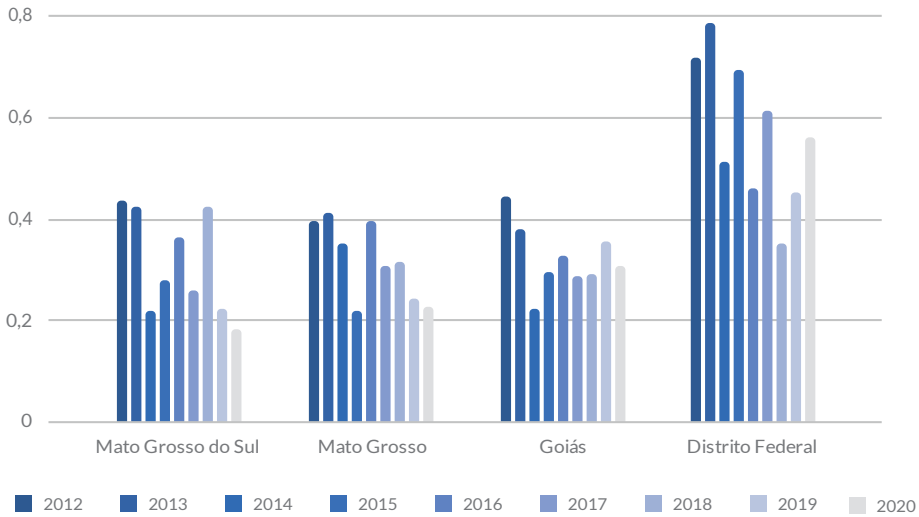
Quadro 4.21 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Sul (2012-2020)

Paraná	0,52	0,51	0,13
Santa Catarina	0,49	0,48	0,12
Rio Grande do Sul	0,63	0,61	0,11

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Por fim, na região Centro-Oeste, embora todas as UFs mostrem valores abaixo da unidade, há uma variabilidade maior nos dados, onde o Distrito Federal difere bastante em nível das demais unidades federativas da região. Mesmo assim, há uma tendência observável de queda na relação em todas as UFs consideradas. As estatísticas descritivas no Quadro 4.22 mostram Mato Grosso do Sul como a UF com menor razão média e mediana e Goiás com o menor desvio padrão.

Gráfico 4.74 – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Centro-Oeste (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Quadro 4.22 – Estatísticas descritivas – Razão de emprego homem/mulher nas atividades relacionadas da região Centro-Oeste (2012-2020)

Mato Grosso do Sul	0,31	0,28	0,10
Mato Grosso	0,32	0,31	0,08
Goiás	0,32	0,31	0,06
Distrito Federal	0,57	0,56	0,14

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

No que tange à faixa etária da população ocupada, pode-se perceber que há um aumento da idade média desta, o qual pode ser mensurado de diversas maneiras. A população de até 29 anos de idade, que em 2012 representava 33,2% das ocupações culturais e 36,6% das ocupações em atividades relacionadas, passa a representar em 2020, um intervalo de oito anos, apenas 24,8% e 25,4%, respectivamente. O mesmo se reflete na média de idade, que passou de 38,08 anos para 39,96 nas ocupações culturais e de 36,98 para 40,67 nas ocupações em atividades relacionadas. A faixa que teve maior crescimento

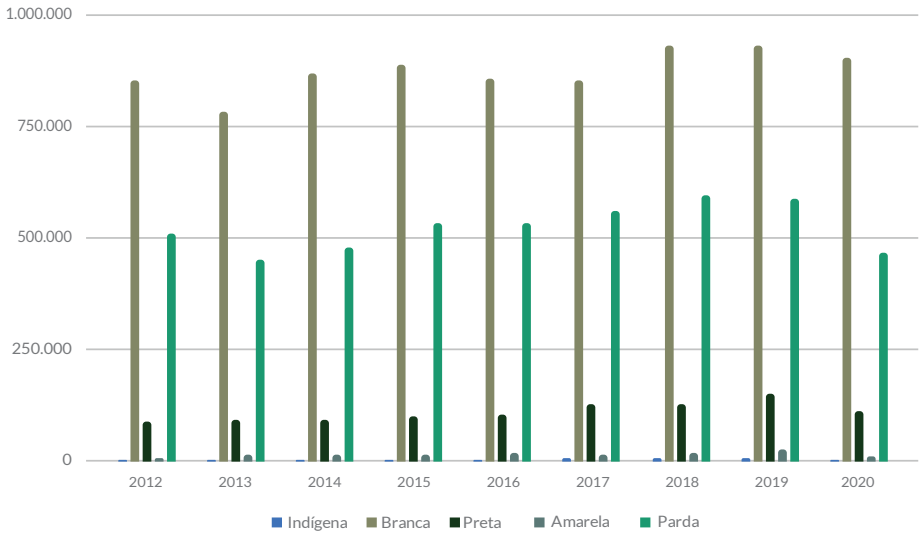
absoluto de ocupações nas atividades culturais foi a de trabalhadores entre 30 e 49 anos (17% entre 2012 e 2020), enquanto nas atividades relacionadas foi a faixa de 65 anos ou mais (126% no mesmo período). Entre as ocupações em atividades culturais, apresentaram queda absoluta as faixas de 14 a 17 anos (-75%) e 18 a 29 anos (-19%). Entre as ocupações em atividades relacionadas, somente a faixa de 14 a 17 anos declinou (-51%).

Como último recorte de cunho demográfico, considera-se a categoria cor ou raça, dividida em: indígena, branca, preta, amarela e parda. Para as ocupações culturais, a participação de cada uma delas evoluiu da seguinte forma: a primeira variou de 0,2% para 0,3%; a segunda, de 58,3% para 60,4%; a terceira de 6,2% para 7,4%; a quarta aumentou de 0,4% para 0,8% e a quinta diminuiu de 34,8% para 31,1%. Variações marginais, portanto. Entre as ocupações em atividades relacionadas, por sua vez, temos, na categoria indígena, uma variação de 0,1% para 0,7%; na branca de 53,6% para 47,2% na preta, de 7,7% para 8,3%; na amarela de 0,9% para 1,0%; e na parda de 37,8% para 42,9%. Aqui houve variações menos triviais para algumas categorias. Vale ressaltar que o número de trabalhadores de indígenas e amarelos, por sua baixa representação em termos absolutos, flutuaram muito ao longo do período analisado, tendo sido o impacto global frequentemente afetado por variações em uma ou poucas UFs. A população amarela de ocupados em atividades relacionadas, por exemplo, estava representada em 2020 em somente nove UFs, sendo que por volta de 65% dessa categoria esteve concentrada em São Paulo ao longo de todo período, verificando-se situação bastante próxima nas ocupações culturais. No caso das atividades culturais, houve uma perda da participação relativa na ocupação de pessoas pardas, em contrapartida ao aumento da participação na ocupação de brancos e pretos. Já nas atividades relacionadas há uma inversão parcial dessa tendência: houve uma queda na participação do emprego de pessoas brancas, em contrapartida ao aumento da ocupação de pardos e pretos. Dessa forma, ocupados brancos deixaram de ser a maioria dos trabalhadores das atividades relacionadas a partir de 2018.

O Gráfico 4.75 mostra que o número de ocupados em atividades culturais classificados por cor ou raça flutua, mas sem modificar o predomínio dos ocupados brancos e pardos. O Quadro 4.23 mostra que, na média do período, essas duas categorias perfazem mais de 91% dos ocupados nas atividades culturais. No Brasil, em 2020, a população ocupada branca perfazia 60,4% do

total de ocupados, e a população parda 31,1%. Portanto, nos SCC há maior proporção de brancos e uma menor participação de outras cores ou raças.

Gráfico 4.75 – Número de ocupados em atividades culturais, por cor ou raça (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Quadro 4.23 – Estatísticas descritivas – Número de ocupados em atividades culturais, por cor ou raça (2012-2020)

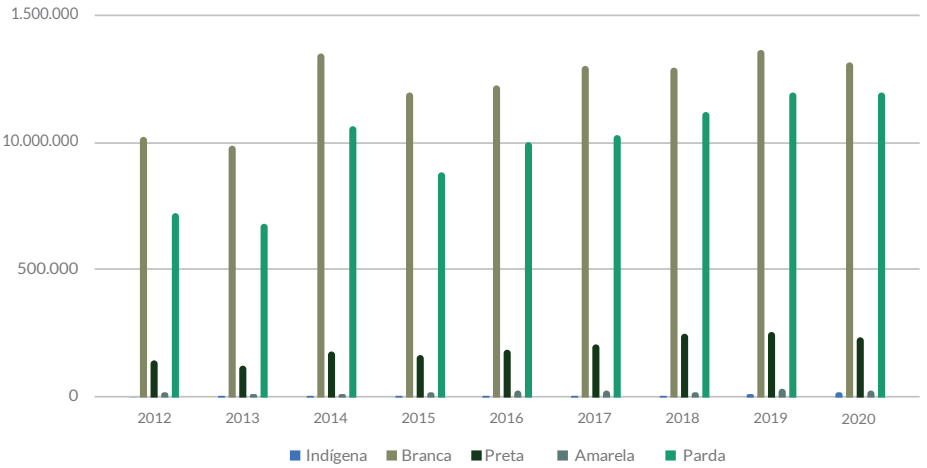
Índigena	4.252	3.482	2.181	0,3%
Branca	875.729	871.553	46.386	57,2%
Preta	111.079	103.062	21.589	7,3%
Amarela	16.019	15.888	5.020	1,0%
Parda	524.719	533.321	52.114	34,3%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

O Gráfico 4.76 mostra que a evolução das ocupações por cor ou raça foi estável, no caso das atividades relacionadas, mas com crescimento expressivo das ocupações de trabalhadores pardos, aumentando a participação relativa

desses trabalhadores. O Quadro 4.24 mostra que, apesar das diferenças em nível, com um número absoluto bem maior de ocupados nas atividades relacionadas, a proporção de brancos e pardos atinge pouco mais de 90% do total no período.

Gráfico 4.76 – Número de ocupados em atividades relacionadas, por cor ou raça (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Quadro 4.24 – Estatísticas descritivas – Número de ocupados em atividades relacionadas, por cor ou raça (2012-2020)

Índigena	6.767	4.631	5.628	0,3%
Branca	1.226.080	1.290.481	137.209	50,4%
Preta	193.831	184.340	45.997	8,0%
Amarela	20.332	22.424	7.158	0,8%
Parda	987.233	1.026.822	189.968	40,6%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

O baixo nível de formalização do trabalho cultural e criativo em comparação com os demais é frequentemente apontado como uma característica

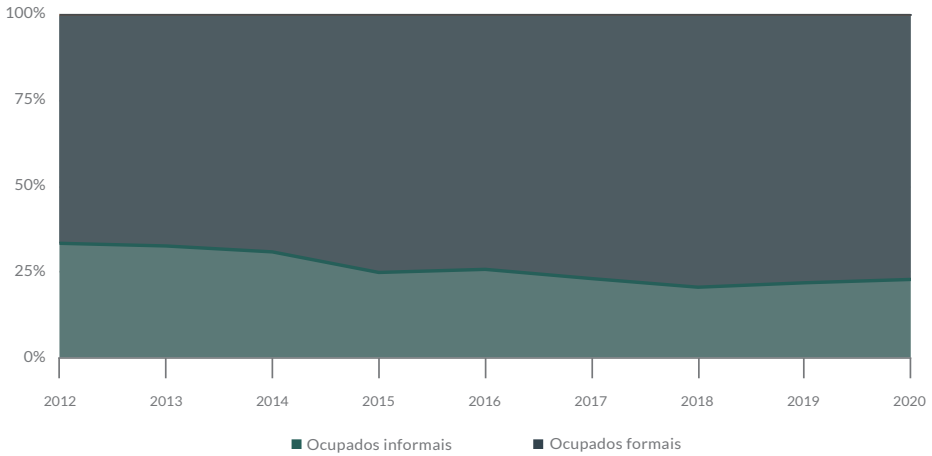
recorrente no setor, principalmente entre os países com menores índices de desenvolvimento (UNCTAD, 2012), o que representa um dos principais desafios para o desenho e implementação de políticas públicas para os SCC. Ademais, esta é recorrentemente apontada como uma tendência geral do mercado de trabalho na era pós-industrial, com a emergência de formas cada vez mais flexíveis de trabalho e de organização da produção, as quais não necessariamente são acompanhadas de novos mecanismos regulatórios específicos (ANTUNES, 2014). Na medida em que isso implica menor acesso a direitos sociais, tais tendências, se verificadas, devem ser acompanhadas de perto, de modo a verificar o quanto se traduzem em maior precarização do trabalho, com potenciais efeitos negativos sobre a produtividade. A discussão é complexa e requer muitas vezes uma precisão conceitual para permitir medidas acuradas (SANTIAGO; VASCONCELOS, 2017). Mas a política pública deve enfrentar esses múltiplos desafios. Um grau maior de formalização pode reduzir a flexibilidade. Se essa característica é importante para o funcionamento de muitos segmentos dos SCC, então uma maior formalização pode restringir a capacidade de resposta dos mesmos a mudanças na demanda por bens e serviços culturais e criativos. Mas uma informalidade elevada pode restringir a atratividade do segmento para muitos trabalhadores culturais e criativos, que terão suas habilidades alocadas em outros ramos de atividade econômica.

As ocupações nas atividades culturais e relacionadas no Brasil perderam uma parcela significativa de participação das ocupações formais. Nas atividades culturais a parcela de ocupações formais diminuiu de 33% para 23% entre 2012 e 2020 (com média de 26%, mediana de 25%, mínima de 21%, máxima de 33% e desvio padrão de 4,8%). Já nas atividades relacionadas a perda de participação foi de 35% para 23% no mesmo período (média e mediana de 28%, mínima de 23%, máxima de 35% e desvio padrão de 4,9%) , conforme os Gráficos 4.77 e 4.78. Ainda com relação às atividades relacionadas, o número absoluto de trabalhadores com vínculo formal teve decréscimo de -6,7%, enquanto que o daqueles com vínculo informal cresceu 75,1%; para as ocupações culturais, foi de -29,8% no caso das ocupações formais e, nas informais, houve crescimento de 18,5%. Com relação às atividades culturais, a formalização cresceu em seis UFs, com destaque para o Amapá, com aumento de 389% entre 2012 e 2020, Roraima, com 173%, e Pará, com

139%. Com relação às ocupações em atividades relacionadas, as UFs que se destacam são o Acre (129%), Sergipe (91%) e Goiás (62%).

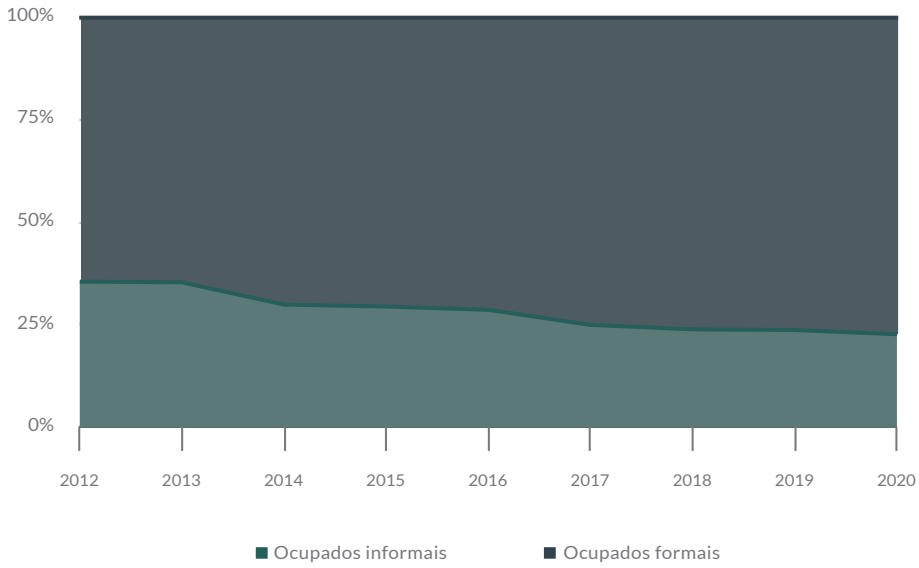
A contínua trajetória de decrescimento da participação relativa das ocupações formais nas atividades culturais e relacionadas não acompanhou os movimentos da formalidade na economia brasileira nesse período. A deflagração da crise de COVID-19 em 2020 promoveu consequências negativas sobre a formalidade, porém até 2019 esta se mantinha em um patamar de estabilidade, com uma tendência de crescimento entre 2012 e 2015, de acordo com os dados do IBGE. Além disso, as ocupações informais representavam 41,5% do total em 2012 e 41,6% em 2019, um grau relativamente menor do que aquele apresentado pelas ocupações culturais e relacionadas.

Gráfico 4.77 – Composição da ocupação nas atividades culturais, por formalização (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Gráfico 4.78 – Composição da ocupação nas atividades relacionadas, por formalização (2012-2020)

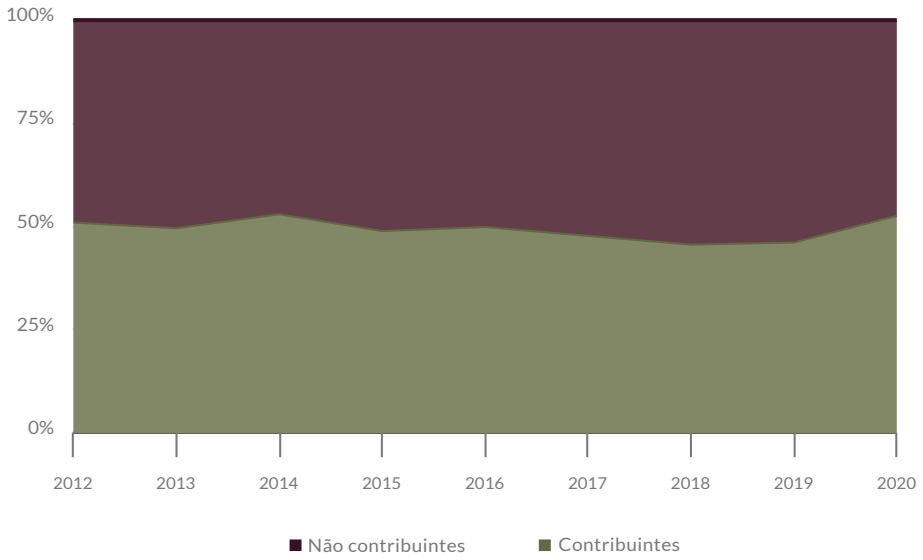


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Ainda relacionado com aspectos da formalização do trabalho, a proporção de trabalhadores com contribuição previdenciária apresentou desempenho positivo no período analisado para as atividades culturais (Gráfico 4.79), mas perdeu participação no caso das atividades relacionadas (Gráfico 4.80). Nas ocupações culturais, houve aumento de 5,7% no número absoluto de contribuintes, elevando sua proporção sobre o total de ocupações de 50,9% para 52,6% (média de 49,4%, mediana de 49,6% e desvio padrão de 2,6%). Houve redução na proporção de contribuintes em dezesseis UFs, com destaque para as reduções no Amazonas (-46%) e no Tocantins (-43%). No caso das UFs que apresentaram crescimento na proporção de contribuintes previdenciários, destaca-se o aumento no Pará (116%) e no Amapá (88%). Entre as ocupações de atividades relacionadas, por sua vez, o aumento no total de contribuintes ao longo do período chegou a 41,8%, porém o número de ocupados sem contribuição previdenciária cresceu ainda mais (50%) e sua participação caiu de 48,0% para 46,6% (média de 47,2%, mediana de 47,3% e desvio padrão de 1,7%). Houve redução na proporção de contribuintes em treze UFs, com destaque para Roraima (-66%) e Rondônia (-46%). No

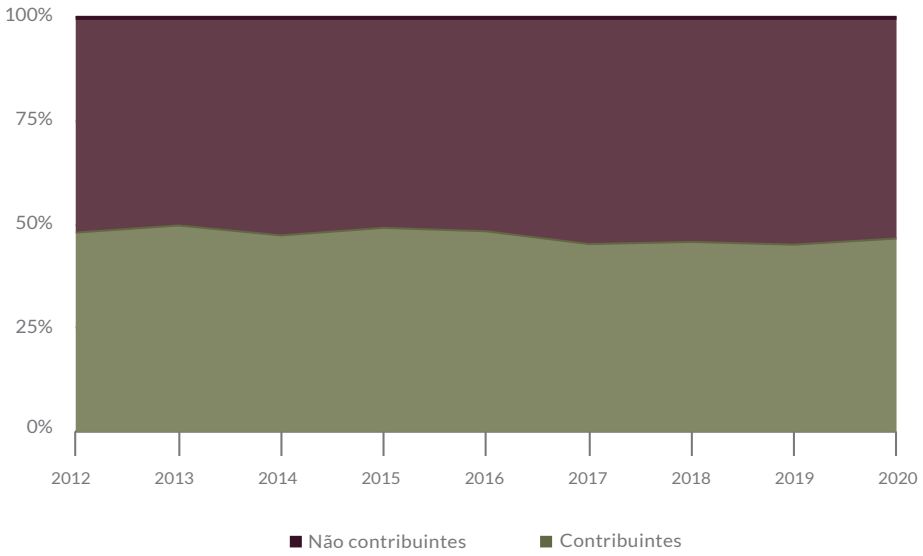
caso das UFs que apresentaram crescimento nessa proporção, destacam-se Tocantins (103%) e Sergipe (67%). Para fins comparativos, no Brasil como um todo, o percentual de contribuintes foi de 69% em 2020.

Gráfico 4.79 – Composição da ocupação nas atividades culturais, por contribuição previdenciária (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Gráfico 4.80 – Composição da ocupação nas atividades relacionadas, por contribuição previdenciária (2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE.

Por fim, analisa-se a evolução do total de ocupados por faixa de escolaridade. Tanto para as atividades culturais quanto para as atividades relacionadas é claro o aumento na qualificação da força de trabalho ocupada, o que condiz com uma tendência clara e amplamente observada de maior acesso à universidade no Brasil com o passar dos anos (RIBEIRO, 2016). A respeito das atividades culturais, com efeito, somente os estratos com superior incompleto ou completo tiveram aumento em sua participação sobre o total de ocupados, da ordem de 3,2 e 16,4 pontos percentuais, respectivamente. Esses estratos passaram a representar, em conjunto, 55,2% do total, número que aumenta para 79,8% se acrescentado os ocupados com ensino médio completo. Chama a atenção o fato de que somente três UFs (Pernambuco, Sergipe e Goiás) apresentaram redução na participação dos ocupados com ensino superior completo, o que indica uma tendência relativamente bem distribuída no espaço. O estrato que apresentou maior diminuição foi o de ensino fundamental incompleto, tanto em relação ao número absoluto (-44,2%) quanto à participação (reduzindo de 18,6% para 10,1% do total).

Para as atividades relacionadas, tem-se uma situação não muito diferente, mas com variações menores nas participações relativas de cada estrato de escolaridade. Além disso, a faixa de ensino médio completo também apresentou crescimento (5,5 pontos percentuais), além do ensino superior incompleto (1,8 pontos percentuais) e completo (6,7 pontos percentuais). Esses dois últimos, no entanto, têm uma participação somada bastante inferior àquela para as atividades culturais, apenas 32,6%. Incluindo os trabalhadores com ensino médio completo, por outro lado, tem-se a proporção de 69,6%, número não muito inferior ao seu equivalente para as atividades culturais. Para as atividades relacionadas a tendência de aumento na proporção de ocupados com ensino superior completo também parece estar bem distribuída pelo país, na medida em que somente cinco UFs apresentaram redução nesse índice (Roraima, Piauí, Ceará, Alagoas e Bahia).

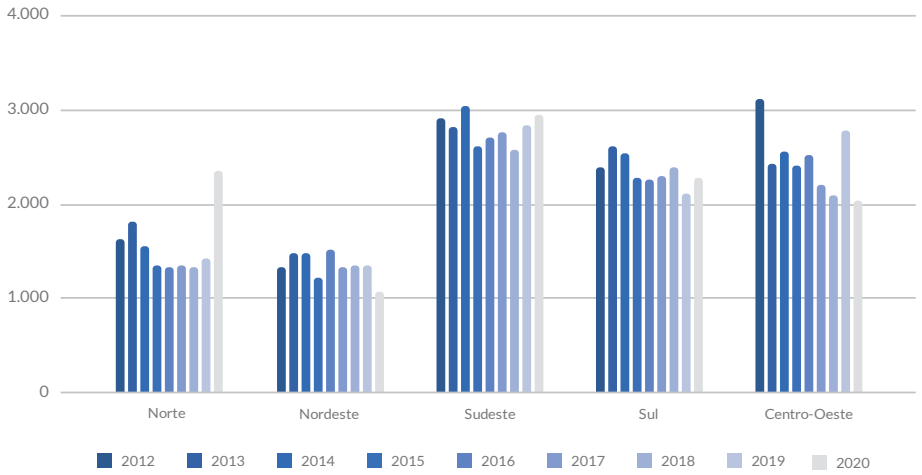
Remuneração mensal média

No mesmo período analisado, houve redução dos rendimentos mensais médios nas atividades culturais e nas atividades relacionadas. No caso das atividades culturais, o rendimento médio, em termos reais, passou de R$ 2.421 para R$ 2.371, enquanto nas atividades relacionadas a redução foi de R$ 1.878 para R$ 1.780 (Gráficos 4.81 e 4.82). Tal desvalorização ocorreu em dezesseis UFs no caso das atividades culturais e quatorze UFs no caso das atividades relacionadas, mas com desvios bastante significativos em relação à média nacional. Para os dois grupos de atividades, a UF que apresentava o maior rendimento médio em 2012 era o Distrito Federal (R$ 5.381 nas atividades culturais e R$ 4.159 nas atividades relacionadas). Já em 2020, mesmo com a redução de 38% na remuneração média das atividades culturais no Distrito Federal, que passou a ser de R$ 3.363, a UF ainda apresentava a maior remuneração média no país. No que diz respeito às atividades relacionadas, o Distrito Federal apresentou crescimento de 13% na remuneração média (R$ 4.690), consolidando sua posição. No outro extremo, é possível observar que, em 2019, nove UFs apresentavam remuneração média das atividades relacionadas inferior ao salário mínimo vigente. No caso das atividades culturais, apenas o Piauí.

Calculando-se as médias para cada região, percebem-se diferenças bastante significativas entre o desempenho de cada uma delas. Para as atividades culturais, a região cuja remuneração média mensal mais cresceu foi a Norte, com 45%, seguida em ordem decrescente por Sudeste (1%), Sul (-4%), Nordeste (-19%) e Centro-Oeste (-34%). Com relação às atividades relacionadas, por sua vez, os desvios entre o desempenho de cada região foram bem menores: a única região que apresentou crescimento foi a Centro-Oeste (1%), enquanto a redução no redimento médio foi maior na região Norte (-8%). Nordeste, Sudeste e Sul, por sua vez, decresceram respectivamente 2%, 2% e 3%. Nesse sentido, vale a pena comentar que a remuneração média na região Nordeste vem sendo menos dinâmica em relação às demais e à média nacional. Sua remuneração média para atividades culturais, que em 2012 já era somente 54,8% da nacional, em 2020 passa a ser de somente 45,2%. Para as atividades relacionadas, essa relação cresceu de 51,5% para 52,9%.

O Quadro 4.25 apresenta as estatísticas descritivas para as atividades culturais, e o Quadro 4.26, para as atividades relacionadas. Com relação às primeiras, a maior remuneração mensal média e mediana está na região Sudeste. Além dela, o Centro-Oeste e o Sul possuem rendimentos acima da média nacional. A região Nordeste apresenta a menor média e mediana para o período. Sobre as atividades relacionadas, a remuneração média mensal e mediana é inferior àquelas verificadas nas atividades culturais. A região Sudeste apresenta novamente a maior média e mediana do período e as Regiões Sul e Centro-Oeste apresentam médias acima da nacional. Para essas atividades, porém, a região Sul supera os rendimentos médios da região Centro-Oeste. Novamente a região Nordeste apresenta as menores remunerações médias dentre as regiões brasileiras. No caso de ambas as desagregações (atividades culturais e relacionadas), o rendimento médio e mediano cai, caso se exclua a região Sudeste da métrica.

Gráfico 4.81 – Remuneração mensal média nas atividades culturais, por região (em R$, 2012-2020)



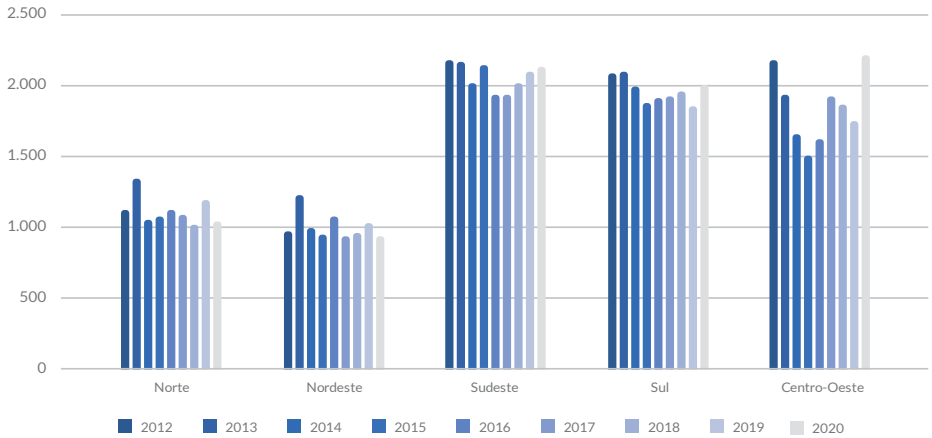
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 4.25 – Estatísticas descritivas – Remuneração mensal média nas atividades culturais, por região (em R$, 2012-2020)

Norte	1.568,83	1.432,37	338,15
Nordeste	1.347,99	1.344,15	139,47
Sudeste	2.797,33	2.808,93	154,77
Sul	2.351,69	2.293,47	151,56
Centro-Oeste	2.458,84	2.419,13	339,37
Brasil	2.318,34	2.315,73	125,81
Sem Sudeste	1.848,59	1.801,41	104,24

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 4.82 – Remuneração mensal média nas atividades relacionadas, por região (em R$, 2012-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 4.26 – Estatísticas descritivas – Remuneração mensal média nas atividades relacionadas, por região (em R$, 2012-2020)

Norte	1.116,05	1.086,19	98,58
Nordeste	1.008,43	966,38	93,18
Sudeste	2.069,21	2.091,90	96,07
Sul	1.967,27	1.958,70	86,63
Centro-Oeste	1.851,22	1.866,76	243,16
Brasil	1.766,79	1.741,18	82,73
Sem Sudeste	1456,41	1427,71	85,58

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base na PNAD Contínua – IBGE. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Recortando-se os dados sobre remuneração por sexo, percebe-se uma caracterização clara em ambos os grupos de atividades: perda nos rendimentos médios femininos e crescimento dos rendimentos masculinos, mantendo o patamar de remuneração feminina abaixo da masculina. Nas atividades culturais, a remuneração média masculina cresceu 1,8%, atingindo R$ 2.679

em 2020, enquanto as femininas diminuíram 3,1%, chegando a R$ 2.095. Enquanto em 2012 a remuneração média feminina representava 82,2% da remuneração média masculina, em 2020 essa proporção diminuiu para 78,2%. Entre as atividades relacionadas, tal mudança é igualmente perceptível: a relação entre as remunerações femininas e masculinas, que em 2012 era de 53,8%, cai para 50,7% em 2020 devido a uma diminuição de 4,7% nas primeiras, além do crescimento de 1,1% das últimas. Respectivamente, elas atingiram nesse ano médias de R$ 1.377 e R$ 2.717.

Para as atividades culturais, as faixas etárias cujas remunerações cresceram foram justamente as de trabalhadores com 50 anos ou mais. As faixas que possuem maior rendimento médio no período, são a de 30 a 49 anos (R$ 2.631 em 2020) e a de 50 a 64 anos (R$ 2.718 em 2020). Entre as atividades relacionadas, a faixa mais jovem (entre 14 e 17 anos) e a mais velha (65 anos ou mais) foram as únicas que apresentaram crescimento na remuneração média entre 2012 e 2020. Ainda assim, a faixa de 30 a 49 anos é a que possui a maior média no período (atingindo R$ 2.021 em 2020).

Em relação ao aspecto de cor ou raça, nas atividades relacionadas se percebe um modesto crescimento das remunerações de pretos e pardos, que são historicamente muito mais baixas que as dos brancos no Brasil: enquanto a destes últimos diminuiu 3,5% no período, a dos pretos cresceu 0,4% e a dos pardos 2,2%. Assim, a razão entre os rendimentos dos trabalhadores pretos em relação aos brancos cresceu, de 52,7% no início do período para 54,8% ao final do mesmo. No seu equivalente para pardos, aumentou de 52,3% para 55,4%. Dessa forma, percebe-se que, apesar da manutenção de flagrantes discrepâncias entre as remunerações de tais populações, a defasagem histórica tendeu a diminuir nos períodos recentes para as atividades relacionadas. Nas atividades culturais, tal tendência não se verifica da mesma forma. A remuneração média de brancos, pretos e pardos caiu entre 2012 e 2020. Enquanto a remuneração média de pretos representava 60% da remuneração média de brancos no início e no fim do período, essa relação caiu no caso dos pardos (de 55% para 53%), indicando uma queda na remuneração média maior do que aquela registrada para brancos. Sobre amarelos e indígenas, não é possível derivar conclusões tão significativas devido à baixa representação de tais populações no setor, o que implica em variações bruscas que nem sempre apontam tendências claras.

Sob a ótica da escolaridade, todos os estratos apresentaram perdas na remuneração média entre 2012 e 2020, tanto para atividades culturais quanto para atividades relacionadas. Tendo isso em mente, chama a atenção a inexistência de uma relação clara entre segmentos com mais anos de estudo e maiores taxas de crescimento das remunerações. Trabalhadores com ensino superior completo ou incompleto em atividades relacionadas apresentaram as maiores perdas relativas de renda no período analisado (20% e 29%, respectivamente). No caso das atividades culturais, mesmo não sendo os estratos que concentraram as maiores perdas, tiveram resultados próximos dos demais estratos de escolaridade. No caso dos trabalhadores com ensino superior completo, a redução na remuneração média foi de 20%, e 22% no caso do ensino superior incompleto. Isso pode ser em boa parte explicado pelos níveis maiores de renda de que partem esses segmentos, ou mesmo pelo maior ingresso da população nas faixas superiores de estudo, tornando-as mais competitivas. Mas de qualquer forma essa constatação vai no sentido contrário às afirmações frequentes de que o mercado de trabalho do século XXI, por ser cada vez mais exigente e competitivo, tenderia a concentrar maiores salários somente nos estratos mais qualificados. Alternativamente, tal observação vai ao encontro da afirmação de Ribeiro (2016, p. 308), para quem há uma progressiva "diminuição dos retornos educacionais" no Brasil ao longo das últimas décadas; ou seja, de que "cada vez mais as pessoas com educação superior estão em posições de menor *status* socioeconômico na hierarquia ocupacional". Não pode ser descartada, inclusive, a possibilidade dessa tendência estar relacionada com uma melhor distribuição dos ganhos nos SCC, haja vista a relação direta entre anos de estudo e nível de renda.

Por fim, vale comentar brevemente a evolução da remuneração em relação a dois aspectos: formalização e contribuição previdenciária. Sobre o primeiro, percebem-se tendências completamente opostas entre as atividades culturais e relativas: entre as primeiras, os trabalhadores informais apresentaram crescimento na remuneração média e os formais concentraram perdas, enquanto nas atividades relacionadas a situação se inverte, alavancando uma diferença substancial nas remunerações entre formais e informais. Já no caso da contribuição previdenciária, ambos os estratos apresentaram perdas na remuneração média, tanto para atividades culturais quanto relacionadas.

Porém, a remuneração dos contribuintes previdenciários se mantém em um patamar mais elevado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo ofereceu um quadro geral do mercado de trabalho referente à indústria cultural e criativa no Brasil, atentando para a evolução do emprego de mão de obra a partir de uma análise que articulou as observações setoriais referentes aos SCC a uma perspectiva ocupacional do território nacional. Buscou-se, com essa conexão, ilustrar as questões particulares à oferta e à demanda por trabalho cultural e criativo de forma a resumir a estrutura da alocação de mão de obra com esse perfil, bem como as tendências que se desenham no médio e longo prazo com respeito à liberação e à incorporação setorial e espacial de trabalhadores. Nesse sentido, vale retomar as principais observações obtidas a partir da análise dos dados, tendo como referência o período entre 2007-2019 e 2012-2020, lembrando que a plataforma do Atlas apresenta um número maior de dados e informações.

Em primeiro lugar, sublinha-se que a estrutura de alocação de mão de obra dos SCC não apresentou grandes alterações, embora pequenos fatos destacados indiquem mudanças que possam vir a ocorrer na medida em que as unidades produtivas se reestruturam às preferências mais recentes dos consumidores de bens e serviços culturais e criativos. Mais especificamente, tem-se que os setores que mais empregavam em 2007 – *Editorial* e *Audiovisual* – ainda representam, em 2019, aqueles que garantem, em termos de número absoluto de trabalhadores, o nível de emprego dos SCC. Em grande parte, a força desses setores em termos de alocação de mão de obra reside nas redes de distribuição, isto é, no comércio varejista e atacadista. Essa característica é marcadamente distinta naqueles setores em que a mão de obra ainda não apresenta um volume expressivo, mas que parece ser incorporada de forma mais rápida do que nos setores anteriormente mencionados. Tais casos, especificamente representados por *Cultura Digital* e *Educação e Criação em Artes*, não são associados à venda de produtos, mas sim ao desenvolvimento de tecnologia e à prestação de serviços, o que parece exigir do mercado de trabalho certas alterações, como a proximidade entre vendedor e comprador.

É nesse sentido que se destacam às mudanças em direção a uma maior qualificação da mão de obra, a qual é visível na elevação dos profissionais com grau de escolaridade superior. De certa forma, pode-se afirmar que tal fato é uma consequência de um processo geral de qualificação do trabalhador brasileiro por meio da expansão do ensino superior nos últimos lustros. Na medida em que os setores passam a demandar trabalhadores mais qualificados, esse processo de interação entre educação e mercado de trabalho cria condições de retroalimentação, fazendo com que haja uma continuidade na elevação do grau de escolaridade geral. Ademais, importa destacar o que parece ser um envelhecimento da mão de obra nos SCC, o que indica uma certa consolidação dos setores mais novos e dinâmicos.

Outra consideração correlata é o aumento considerável da população feminina nas ocupações dos SCC, a qual vem se consolidando como preponderante frente ao sexo masculino. Como foi visto, a inversão ocorrida por volta de 2008 em termos de número total de mulheres ocupadas, que superou o número de homens, não apresentou tendências de reversão na maior parte dos casos e parece demonstrar certa estabilidade. Esses avanços, todavia, são menos sentidos quando se avalia a remuneração média de homens e mulheres. Os primeiros continuam a ser melhor remunerados, mesmo com a redução de seu protagonismo na composição da mão de obra cultural e criativa. Essa situação, pelo que foi visto, não parece apresentar tendências marcantes de alteração. Apesar disso, é relevante o fato de que a diferença entre a remuneração média dos SCC no que concerne aos sexos masculino e feminino é menor do que aquela que se apresenta para a totalidade da economia brasileira, o que indica uma maior igualdade salarial internamente aos SCC.

Ainda sobre remunerações médias, importa relembrar que, para além do fenômeno de expansão em tamanho e em rendimentos do setor *Cultura Digital*, são os setores mais tradicionais – *Editorial* e *Audiovisual* – aqueles que apresentam as remunerações médias mais elevadas. Esse fato implica a consideração de que além de setores relevantes para a manutenção do nível de emprego, eles também funcionam para garantir a sustentação de grande parte da remuneração dos SCC.

Vale mencionar, ainda, algumas características observadas com relação à distribuição territorial das ocupações. É notável a preponderância

das Regiões Sul e Sudeste quando se refere à quantidade de mão de obra alocada, o que não significa que não haja movimentos de crescimento em outras regiões, como o Centro-Oeste. Ao se observarem as tendências, percebe-se que dentro de uma mesma região existem unidades federadas que apresentam crescimento e decréscimo consideráveis. Um exemplo disso é o Rio Grande do Norte, com uma expansão na quantidade de mão de obra, em contraposição ao Ceará, cujo decréscimo é acentuado. Importa também mencionar o crescimento acentuado da participação da região Norte do país, em especial dos estados do Amapá e do Acre.

Finalmente, considera-se brevemente as características qualitativas da mão de obra sob a perspectiva ocupacional. É notável o aumento da participação da população preta e parda no mercado de trabalho cultural e criativo, frente a uma estabilidade da participação branca. Ademais, nota-se um aumento na contribuição previdenciária, apesar do baixo grau característico de formalidade que define os SCC. O capítulo aponta assim para uma rica agenda de pesquisas futuras, considerando comparações internacionais de emprego e rendimento, análise estatística complementar, levantamento de dados de produtividade, impactos da quarta revolução industrial, formas típicas de trabalho da economia colaborativa (co-works, *fab labs*, etc.), relações de trabalho por setor, a natureza dos diferentes trabalhos culturais e criativos, outras características dos trabalhadores e trabalhadoras culturais, além do cruzamento de dados com os demais eixos do Atlas (objeto do capítulo 7).

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. **A nova morfologia do trabalho e as formas diferenciadas da reestruturação produtiva no Brasil dos anos 1990**. Sociologia, Porto, v. 27, 2014, p. 11- 25.

BRIDGSTOCK, R.; CUNNINGHAM, S. **Creative labour and graduate outcomes**: implications for higher education and cultural policy. International Journal of Cultural Policy, Oxfordshire, v. 22, n. 1, p. 10-26, 2016.

BRUSCHINI, C. **O trabalho da mulher brasileira nas décadas recentes**. Estudos Feministas, Florianópolis, p.179-99, jan. 1994. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16102>. Acesso em: 05 Jan. 2018.

FLORIDA, R. **The creative class and economic development**. Economic Development Quarterly, [s.l.], v. 28, n. 3, p. 196 205, 2014.

HESMONDHALGH, D.; BAKER, S. **Creative labour**: media work in three cultural industries. Nova York: Routledge, 2011.

HORN, C. H. V. **Mercado de trabalho**. In: CATTANI, Antonio David; HOL-ZMANN, Lorena. Dicionário de trabalho e tecnologia. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

KAMARA, Y. **Keys to successful cultural enterprise development in developing countries**. Paris: UNESCO, 2004.

KREIN, J. D.; DOS SANTOS, A. L.; MORETTO, A. **Trabalho no Brasil**: evolução recente e desafios. Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, n. 124, p. 27-53, jan./jun. 2013.

LERICHE, F.; DAVIET, S. **Cultural Economy:** An Opportunity to Boost Employment and Regional Development? Regional Studies, V. 44, Issue 7 (special issue), 2010.

MELLANDER, C. **Creative and knowledge industries**: an occupational distribution approach. Economic Development Quaterly, [s.l.], v. 23, n. 4, p 294-305, nov. 2009.

OLIVEIRA, J. M. (2013). **Empreendedor individual**: ampliação da base formal ou substituição do emprego? Radar nº 25, Abril. Brasília: IPEA.

RIBEIRO, C. A. C. **Desigualdades de gênero no ensino superior e no mercado de trabalho no Brasil**: uma análise de idade, período e coorte. Revista Sociedade e Estado, Brasília, v. 31, n. 2, p. 301-323, mai./ago. 2016.

SANGUINET, E. R.; CALVETE, C. S.; WAISMANNM A.P. **Economia da cultura e economia criativa no Brasil**: uma análise conjuntural do mercado de trabalho (2014-2016). In: VALIATI, L.; MOLLER, G. Economia criativa, cultura e políticas públicas, p. 279-299. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

SANTIAGO, C. E. P.; VASCONCELOS, A. M. N. **Do catador ao doutor**: um retrato da informalidade do trabalhador por conta própria no Brasil. Nova econ. v.27 n.2, p. 213-246, Belo Horizonte Maio/Ago. 2017.

SEBRAE (2015). **Perfil do Microempreendedor Individual 2015**. Brasília. Disponível em: http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual-2015-Final.pdf. Acesso em 21 dez. 2017.

SOUSA, L. P.; GUEDES, D. R. **A desigual divisão sexual do trabalho**: um olhar sobre a última década. Estudos Avançados, São Paulo , v. 30, n. 87, p. 123-139, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142016000200123&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 05 Jan. 2018.

THROSBY, D.; ZEDNIK, A. **Do you really expect to get paid? An economic study of professional artists in Australia**. Melbourne: Australia Council for the Arts, 2010.

UNCTAD (CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO EDESENVOLVIMENTO). **Relatório de economia criativa**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

UNESCO (2013). **Creative Economy Report 2013**. Special Edition – Paris, França.

Cap. 5

EIXO 3: FOMENTO PÚBLICO FEDERAL E ESTADUAL

Camila Cauzzi, Pedro Romero Marques, Marcelo Milan, Joana Búrigo Vaccarezza

O fomento público à cultura e à criatividade no Brasil envolve a atuação das esferas federal, estadual e municipal. É a partir da articulação desses diferentes entes públicos que se torna possível o financiamento de projetos e a promoção de incentivos fiscais, combinando a atuação do poder público com a iniciativa privada a fim de promover o crescimento e a expansão dos SCC brasileiros. As políticas de fomento buscam, para além do sucesso dos empreendimentos culturais, a promoção do desenvolvimento socioeconômico em escala nacional, sendo alicerçadas em objetivos como a qualificação educacional, a sustentabilidade, a garantia de direitos sociais e o fortalecimento da democracia (BRASIL, 2018).

Nesse contexto, importa reconhecer que a condução das políticas governamentais de fomento, assim como de outras políticas especí-

ficas, está sujeita a um arcabouço legal e institucional consolidado que determina as regras de funcionamento da federação brasileira e, com isso, condiciona os limites e possibilidades de atuação dos entes públicos no que diz respeito à formulação e a execução de políticas setoriais. Por mais que o objetivo deste capítulo não seja discutir a questão do federalismo brasileiro, é relevante recorrer pontualmente à literatura que trata desse fenômeno para compreender, a partir da relação entre federalismo, tributação e gasto público, a razão pela qual alguns entes públicos parecem ter maiores condições de promover políticas de fomento cultural do que outros, exigindo revisões institucionais para nivelar a capacidade estatal.

A principal questão aqui consiste em reconhecer que o grau de centralização de recursos e de autonomia decisória adquirida pelos entes públicos têm efeito direto sobre as condições que se apresentam à União, aos estados, aos municípios e ao Distrito Federal com relação à implementação de programas de incentivo cultural. Na prática, a execução de políticas públicas encontra seus limites e suas possibilidades na disponibilidade de recursos, que está sujeita à capacidade de arrecadação tributária e que determina as despesas possíveis de serem realizadas. Para a cultura, algumas questões adquirem importância fundamental: primeiro, o que a legislação orçamentária prevê em termos de recursos para a área específica da cultura[31]; segundo, as políticas de transferência constitucional entre União, estados, municípios e o Distrito Federal e, finalmente, a estrutura federativa e como ela afeta a cooperação entre os entes no sentido de planejar, executar e sustentar políticas de fomento que sejam duradouras e tenham resultado efetivo[32].

[31] A legislação orçamentária mais geral prevê a realização de um Plano Plurianual (PPA), que determina as diretrizes de gastos públicos referentes a um período de quatro anos. Encontram-se associadas ao PPA a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e a Lei Orçamentária Anual (LOA), que determinam as possibilidades de despesas para os entes públicos no período de um ano fiscal.

[32] As transferências constitucionais podem ser federais ou estaduais, tendo como destinação os estados, o Distrito Federal e os municípios. Esse tipo de transação tem objetivo redistributivo, procurando fornecer aos entes subnacionais maiores condições financeiras de elaboração e execução de políticas públicas descentralizadas. As transferências podem ser condicionadas a políticas específicas, como por exemplo, ao Sistema Único de Saúde, mas também podem ser desvinculadas, dando autonomia para os governos subnacionais no que diz

A Constituição Federal de 1988 definiu que o federalismo brasileiro se caracterizaria por uma estrutura mista de cooperação e concorrência entre os entes federados. Isso significa afirmar que, na prática, os entes públicos poderiam apresentar competências comuns e, por isso, haveria certo grau de disputa própria à estrutura do sistema. Assim, União, estados, municípios e o Distrito Federal estão posicionados legalmente a assumir funções diversas que, por vezes, pode acarretar em sobreposições e disputa intergovernamental (FRANZESE, 2010; ARRETCHE, 2010). Essas disputas se tornam relevantes quando se reconhece o princípio da universalização das políticas sociais, previsto na mesma carta constitucional, o que exige um esforço dos entes federados no sentido de constituir arranjos institucionais que permitam e facilitem a coordenação e a cooperação por meio da redução das disputas intergovernamentais. É essa a lógica que condiciona, por exemplo, o funcionamento do Sistema Único de Saúde (SUS) ou do Sistema Único de Assistência Social (SUAS), e que também foi aplicada na concepção e na implementação do Sistema Nacional de Cultura (SNC), organização institucional analisada neste capítulo (CUNHA FILHO, 2010; FRANZESE, 2010).

Por isso, de antemão, importa reconhecer que a criação do SNC procurou endereçar as dificuldades próprias à federação brasileira no que diz respeito à execução de políticas culturais. Mais especificamente, representou um marco na tentativa de coordenar a interação entre os diferentes entes federados, procurando construir instâncias de participação conjunta de forma a reduzir as dificuldades verificadas na implementação de políticas culturais e as disparidades resultantes dessas limitações (ZIMBRÃO, 2013).

Ao tratar da descentralização de políticas no federalismo brasileiro, Arretche (2010) enfatiza duas formas gerais de ocorrência desse fenômeno. A primeira forma, regulada, é aquela em que há limitação da autonomia dos governos subnacionais por parte da instância

respeito à gestão dos recursos recebidos. Um resumo do funcionamento dos mecanismos de transferência constitucional é encontrado em Arretche (2010).

federal, seja via imposição de diretrizes de implementação, seja por definição de patamares de gastos públicos, vinculações específicas ou outro tipo de mecanismo. A segunda, não-regulada, é aquela em que a execução das políticas se encontra condicionada à autonomia dos governos subnacionais em tomar decisões. A investigação de Arretche (2010, p.611) indica que há um impacto considerável das regulações federais sobre o padrão de gastos dos governos subnacionais: nos processos de tomada de decisão, são priorizadas as políticas reguladas, que se encontram amarradas às diretrizes federais. Essas políticas, portanto, parecem produzir uma menor disparidade entre os agentes no que diz respeito ao padrão de gastos públicos realizados, garantindo um caráter de implementação mais uniforme. O contrário, todavia, ocorre quando as políticas não são reguladas: há baixa prioridade de implementação e altas disparidades com relação ao padrão do gasto público nesse contexto.

Zimbrão (2013) parte deste arcabouço para avaliar as políticas culturais e o SNC. Fora do contexto do SNC, as políticas culturais nos governos subnacionais aparecem como não-reguladas, isto é, como resultado das iniciativas autônomas desses entes públicos, não estando condicionadas à supervisão, controle e objetivos determinados pela autoridade federal. Não surpreende, portanto, que Zimbrão (2013, p.42) defina as políticas culturais como "políticas de âmbito nacional, mas que em seu desenho, em geral, não preveem processos e mecanismos de descentralização de ações – e consequentemente de recursos – para estados e municípios". É por isso que a autora compreende o SNC como uma política de caráter regulado, concebida no sentido de minimizar as dificuldades de integração e coordenação dos entes públicos no que se refere à elaboração, à implementação e à continuidade das políticas culturais. Em outras palavras, a argumentação de Zimbrão (2013) ajuda a explicar o que é exposto nas seções a seguir: apesar da iniciativa do SNC no sentido de coordenar e articular as diferentes instâncias de fomento público à cultura, é possível verificar,

ainda assim, uma alta dependência da esfera federal na instituição de incentivos direcionados à promoção cultural.

Soma-se, como fator causador desse fenômeno, a evolução recente da relação entre federalismo e tributação no Brasil. Conforme Arretche (2005), apesar da constituição de 1988 representar uma ruptura com as cartas anteriores no que diz respeito ao aumento do grau de descentralização da gestão fiscal do Estado brasileiro (gastos e tributação), houve, ao longo das três últimas décadas, uma recuperação do papel cumprido pela União nesse sentido. De acordo com Monteiro Neto (2013), o contrário teria ocorrido com os governos estaduais, cuja capacidade de arrecadação e, consequentemente, de realizar despesas, teria sido reduzida graças às práticas de gestão macroeconômica adotadas nos últimos anos. No caso dos municípios, que foram os mais beneficiados pela Carta de 1988, as vinculações orçamentárias impostas teriam diminuído sua autonomia fiscal nos últimos anos, por mais que tais entes apresentem uma situação relativamente melhor do que antes da redemocratização.

A Tabela 5.1 mostra a evolução da participação dos entes públicos com relação à carga tributária ao longo das três últimas décadas, o que torna possível identificar essa tendência. Como afirma Monteiro Neto (2013), a expansão da carga tributária brasileira nos últimos anos parece estar associada à maior participação da União no bolo tributário. Percebe-se que a carga tributária total da economia brasileira com relação ao PIB eleva-se de 30,50% em 1990 para 33,56% em 2010. Nesse contexto, a parte que cabe à União eleva-se de 20,53% para 23,46%, enquanto que nos estados ocorre redução de 9,02% para 8,47% e nos municípios vai de 0,95% a 1,63%. Esse movimento mostra, em algum grau, a reversão parcial da descentralização fiscal e tributária mencionada por Arretche (2005).

Tabela 5.1 – Carga tributária total e por ente federativo, em % do PIB

Anos Escolhidos	Carga Tributária Total (% PIB)	União (% PIB)	Estados (% PIB)	Municípios (% PIB)	CT União/ CT Total	CT Estados/CT Total	CT Municípios/ CT Total
1990	30,50	20,53	9,02	0,95	67,31	29,57	3,11
1995	29,76	20,01	8,32	1,43	67,23	27,95	4,80
2000	33,18	22,97	8,69	1,52	69,22	26,19	4,58
2005	33,37	26,18	9,62	1,57	70,04	25,75	4,20
2010	33,56	23,46	8,47	1,63	69,90	25,23	4,85

Fonte: Adaptado de Monteiro Neto (2013)

Tem-se assim, algumas questões relacionadas ao federalismo e à gestão fiscal e tributária brasileira que podem ter influência direta sobre a formulação e a execução de políticas culturais. Como se mostra a seguir, independentemente das características peculiares do fomento público à cultura no Brasil, é notável o papel cumprido pelo governo federal, bem como são grandes as discrepâncias quando se coloca em perspectiva o padrão dos incentivos estaduais a projetos culturais. Não se pode afirmar que as políticas de fomento público à cultura no Brasil são resultado exclusivo da estrutura da federação, mas é inegável que a relação entre federalismo, autonomia decisória, tributação e gasto público desempenham uma ação importante nesse sentido.

Como consequência, é possível adiantar que a universalização do acesso à cultura a partir de iniciativas de fomento, cooperação e coordenação por parte dos entes públicos encontra-se, mesmo depois da instituição do SNC, em grande parte dependente das políticas desenvolvidas pela União. Isso não significa afirmar que estados e municípios não possuem programas efetivos de fomento à cultura, mas que há caminhos para percorrer no que diz respeito à diversificação dos investimentos em cultura, à melhor distribuição geográfica

dos incentivos e à maior articulação intergovernamental no que diz respeito à formulação e execução de políticas públicas.

Nesse sentido, as seções a seguir procuram fornecer um panorama das políticas de fomento à cultura no país, atentando para as dificuldades mencionadas ao longo desta introdução. A próxima seção apresenta o SNC e sua institucionalidade, que corresponde ao ponto de partida da análise aqui proposta. Em seguida, a seção terceira se direciona para uma avaliação das políticas de fomento de âmbito federal, atentando especialmente para as iniciativas de mecenato e do Fundo Nacional de Cultura (FNC). Para além disso, enfatiza o papel desempenhado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Programa Vale-Cultura, ambos associados à esfera federal de atuação.

FOMENTO E INCENTIVO À CULTURA: O SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

A estrutura atual da legislação que rege o fomento e o incentivo cultural no Brasil remonta à época da redemocratização e da remodelação do Estado brasileiro ao longo dos primeiros anos da década de 1990. Essa transição política e econômica redefiniu as diretrizes de atuação do Estado no que diz respeito à promoção do crescimento econômico, conferindo à instituição um papel menos ativo na condução dos investimentos e mais direcionado no sentido de regular o funcionamento da economia de forma a evitar falhas de mercado (BRESSER-PEREIRA, 1998). Essa reconfiguração institucional fundamentou o modelo de elaboração de políticas públicas culturais de fomento praticado ao longo dos últimos anos, que esteve orientado para uma maior participação da iniciativa privada, motivada por políticas de incentivos fiscais (PAIVA NETO, 2017).

Antes de discutir a organização do SNC, importa ressaltar que existem duas amplas modalidades de condução de políticas de fomento e incentivo cultural previstas pela legislação brasileira. A primeira

delas remete à utilização direta de aportes de recursos públicos para projetos culturais, os quais são avaliados e selecionados de acordo com diretrizes definidas por editais de fomento. Chamada de *fomento direto*, essa categoria consiste no repasse de fundos orçamentários dos entes públicos para os proponentes dos projetos culturais avaliados e selecionados. A segunda, por sua vez, diz respeito a uma maior participação da iniciativa privada, que assume a responsabilidade de transferir recursos para projetos culturais específicos e recebe, como contrapartida, algum tipo de incentivo fiscal. Essa modalidade, chamada de *fomento indireto ou mecenato*, representa uma decisão do Estado de atuar indiretamente no investimento em cultura, por meio de renúncias fiscais praticadas pelos entes públicos, ou seja, abrindo mão de certos tributos devidos. Essa é a categoria que prevalece na gestão das políticas de incentivos culturais brasileiras desde a transição para a década de 1990.

As diretrizes de condução de políticas culturais vêm sendo, desde então, objeto de debate e de constantes reorganizações institucionais incrementais. Um dos principais avanços nesse sentido consistiu na elaboração do Plano Nacional de Cultura (PNC), uma orientação de ação estratégica no que se refere às políticas públicas culturais para as primeiras décadas do século XXI. Mesmo sem sua aprovação efetiva, foi a concepção do PNC que serviu de guia para as políticas culturais desenvolvidas posteriormente no âmbito da gestão estratégica da cultura (REIS, 2011). O PNC conta com 53 metas relacionadas ao acesso e à penetração da cultura nas esferas social e econômica no Brasil. A maioria das metas contam com parâmetros numéricos absolutos e percentuais que podem nortear as ações de política pública relacionadas (BRASIL, 2013a).

Ademais, fica previsto no PNC que o financiamento de sua operacionalização deve ser feita por meio dos orçamentos públicos devidamente aprovados, o que condiciona o funcionamento das políticas de fomento e de incentivo à cultura à Lei de Diretrizes Orçamentárias e à Lei Orçamentária Anual. Essa decisão representou um marco no

que se refere à relação entre federalismo, tributação e gasto público: uma vez condicionados ao comportamento do orçamento dos entes públicos sob a forma das chamadas políticas não-reguladas, os valores destinados ao fomento cultural tornaram-se sujeitos às oscilações econômicas anuais e às prioridades orçamentárias deliberadamente escolhidas pelos governantes.

Com a oficialização pela Lei Federal nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010, as diretrizes do PNC foram definidas para um período subsequente de dez anos, abrangendo princípios como a liberdade de expressão, a diversidade cultural, o acesso à informação, à memória e à cultura, bem como o apoio ao desenvolvimento da economia da cultura no País (BRASIL, 2010). Desse plano decorreu a reorganização das instâncias de discussão e de implementação dessas políticas, as quais foram alocadas sob o Sistema Nacional de Cultura (SNC). Um exemplo consiste no Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que concatena os mecanismos de apoio financeiro às atividades culturais[33]. Outra determinação do PNC foi a efetivação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), responsável pela construção e divulgação de dados e de indicadores sobre produção e gestão cultural no Brasil. A instância federal responsável pela organização de tal aparato institucional é o Ministério da Cultura, conforme mostra a Figura 5.1.

[33] O PRONAC foi instituído em 1991 a partir da entrada em vigor da Lei Rouanet. Com a organização do SNC, seu funcionamento passou a se dar sob dessa estrutura sistêmica. Importa mencionar, ainda, que há outros mecanismos de financiamento federal à cultura que não estão abarcados no PRONAC, conforme apresentado na seção 1.1. deste capítulo.

Figura 5.1 – Estrutura de formulação das políticas culturais nacionais

Fonte: Elaboração própria.

O SNC foi implementado oficialmente pela Emenda Constitucional nº 71, de 29 de novembro de 2012, embora Reis (2011) ressalte sua importância enquanto discurso para o direcionamento das políticas culturais desde 2002, ou seja, mais de dez anos. O funcionamento do SNC está calcado na união de diferentes entes da Federação com a finalidade de "formular e implantar políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da federação e a sociedade civil, promovendo o desenvolvimento – humano, social e econômico – com pleno exercício dos direitos culturais e acesso aos bens e serviços culturais". (BRASIL, 2011, p. 42). Foi idealizado, portanto, para servir simultaneamente como política pública nacional e como um modelo de gestão compartilhada, tendo sua estrutura pensada de forma a articular as atuações federal, estadual, distrital e municipal por meio de uma rede que procura instituir sistemas subnacionais de cultura, respeitando uma estrutura única e particular. Nesse contexto, ao Ministério da Cultura (MinC) coube a gestão e a coordenação do sistema em termos centrais, a qual é estimulada pela conexão com as

secretarias estaduais ou distrital e municipais (ZIMBRÃO, 2013). A Figura 5.2 apresenta a estrutura do sistema em questão.

Conforme prevê a legislação, estados, distrito federal e municípios podem aderir voluntariamente ao SNC a partir de Acordos de Cooperação Federativa com a União. Por meio destes, os governos subnacionais assumem responsabilidades específicas de criar e coordenar os sistemas estaduais/municipais de cultura. No caso dos municípios, por exemplo, essa condição envolve a obrigação de elaborar e implementar, em conjunto com a sociedade, o Plano Municipal de Cultura; integrar as atividades ao Sistema Estadual de Cultura; promover a criação das instâncias de discussão próprias aos subsistemas de cultura, como os Conselhos Municipais de Política Cultural e os Fóruns Municipais de Cultura (SNC, 2018). Outra cláusula relevante consiste na implementação de um sistema de financiamento da cultura próprio ao ente federado, o que envolve a revitalização ou a reestruturação dos Fundos Municipal e Estadual de Cultura. Os governos subnacionais também são requeridos no sentido de compartilhar recursos e apoiar outros entes públicos no que diz respeitos à formação de profissionais e à realização de eventos associados ao SNC. À União, representada pelo MinC, cabe o estabelecimento de condições legais, administrativas, orçamentárias e cooperativas no sentido de articular esses entes. Ademais, há o comprometimento do MinC no que diz respeito ao compartilhamento de recursos para a realização de programas e projetos culturais e ao acompanhamento das atividades desenvolvidas (SNC, 2018; ZIMBRÃO, 2013).

Figura 5.2 – Estrutura do Sistema Nacional de Cultura

Fonte: Brasil (2011)

Além do MinC e das estruturas subnacionais, que são compostas por uma série de órgãos e instância de idealização, implementação, execução e acompanhamento de políticas públicas culturais[34], o aparato institucional que abarca a cultura no Brasil também é composto por autarquias específicas que possuem enfoque setorial, majoritariamente atuantes no que diz respeito à regulação, à proteção e ao incentivo a certas áreas específicas de produção cultural. Exemplo são a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)[35].

[34] O SNC e suas instâncias subnacionais contemplam os seguintes órgãos constitutivos: os Órgãos Gestores da Cultura; os Conselhos de Política Cultural; as Conferências de Cultura; os Planos de Cultura; Sistemas de Financiamento à Cultura; os Sistemas Setoriais de Cultura (quando pertinentes); as Comissões Intergestoras Tripartite e Bipartites; os Sistemas de Informações e Indicadores Culturais; e o Programa Nacional de Formação na Área da Cultura (BRASIL, 2011).

[35] Existe um Sistema Federal de Cultura, que, junto com os Sistemas Estaduais e os Sistemas Municipais, compõe o SNC. O Sistema Federal de Cultura "abrange pesquisa – Casa de Rui Barbosa –; livro e leitura – bibliotecas, a ideia de sistema nacional de bibliotecas, inclusive a Biblioteca Nacional –; ações de promoção da igualdade étnica – Fundação Palmares –; patrimônio material e imaterial – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) –; artes cênicas, teatro, dança, circo, artes plásticas e música – Fundação Nacional de Artes (Funarte) –; cadeias audiovisuais e cinema – Agência Nacional do Cinema (Ancine) –; e museus tradicionais e sociais – Instituto Brasileiro de Museus (Ibram). Ainda existiram, ou existem, diversos programas no MinC – Arte, Cultura e Cidadania – Cultura Viva; Monumenta; Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Economia

O IPHAN foi criado em 1937 com o objetivo de preservar os bens culturais nacionais tangíveis e intangíveis, além de monitorar e zelar pela conservação dos bens culturais brasileiros inscritos em listagens de patrimônio histórico internacionais (BRASIL, 2018). A ANCINE é um órgão regulador e fomentador do setor audiovisual no Brasil, compreendendo não apenas o cinema, mas também a televisão e o vídeo sob demanda. Cabe à ANCINE fiscalizar o setor e garantir a devida operacionalização das leis de incentivo específicas (Lei do Audiovisual e Fundo Setorial do Audiovisual). De maneira geral, também procura estimular a produção nacional independente e garantir espaço para essas obras nas janelas de exibição no Brasil e no mundo. Instituído em 2009, o IBRAM se encontra ligado à Política Nacional dos Museus (PMN), tendo suas funções direcionadas no sentido de incentivar e fomentar atividades que busquem ampliar a disponibilidade e o acesso a acervos de museus. Além destas atribuições gerais, o instituto atua diretamente na administração de trinta museus brasileiros (BRASIL, 2018).

Ainda, estão vinculadas ao MinC entidades com atribuições específicas, como a Fundação Cultural Palmares (FCP), a Fundação Nacional de Artes (Funarte), a Fundação Biblioteca Nacional (FBN) e a Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB). A FCP tem o objetivo de promover e preservar a cultura afro-brasileira; A Funarte trabalha com políticas de apoio aos setores de artes visuais, música, teatro, dança e circo; a FBN destina-se à preservação, ao controle e à captação da memória bibliográfica brasileira; a FCRB, por sua vez, é voltada à pesquisa, à preservação da memória e à produção na área da cultura, além de difundir e reconhecer a vida e obra de Rui Barbosa.

Esta seção apresentou a estrutura institucional que possibilita a gestão das políticas públicas culturais mais recentes no Brasil, vigente desde o início da década de 2000. De acordo com o que foi abordado na introdução, o SNC consiste em uma iniciativa de integração e

da Cultura (Prodec); Economia criativa, identidade e diversidade, articulação institucional do Sistema Nacional de Cultura (SNC) etc". (SILVA, 2017, p.8).

cooperação em política cultural, um avanço institucional ainda em construção e cujos efeitos reverberam na concepção futura da gestão pública da cultura brasileira. De forma a avançar na análise, propõe-se, nas próximas seções, um tratamento mais quantitativo dos aspectos relacionados ao fomento público da cultura no Brasil, atentando principalmente para as instâncias federal e estadual, mas sem deixar de ressaltar a importância dos aspectos municipais e da interconexão entre esses diferentes entes federados para a consolidação do SNC.

Para fins de apresentação, alguns pontos que sintetizam os mecanismos de fomento público à cultura, disponíveis aos entes federados, devem ser enfatizados. No que diz respeito à questão do fomento federal, é possível identificar a presença de políticas de caráter horizontal – de alcance amplo e cujo foco é o desenvolvimento dos setores de maneira generalizada – e de políticas de caráter vertical ou setorial, cujo objetivo é impulsionar atividades culturais específicas[36]. No caso das políticas horizontais, destaca-se o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), as linhas de financiamento do BNDES e o Vale-Cultura.

Já no caso das políticas verticais, ressalta-se a prioridade concedida ao setor audiovisual, a partir da aprovação da Lei do Audiovisual e do Fundo Setorial do Audiovisual. A Lei do Audiovisual atua por meio de renúncia fiscal, enquanto o FSA está ligado ao FNC, atuando por meio de editais. A renúncia fiscal, no caso da Lei do Audiovisual, destina-se à produção e à difusão do cinema nacional, enquanto o FSA abarca também as produções televisivas e a produção de jogos digitais. Com relação ao fomento estadual e municipal, as políticas são instituídas por legislação específica referente ao estado, município ou Distrito Federal, não sendo possível definir padrões generalizan-

[36] O apoio privado à cultura pode ser incrementado pela criação de fundos patrimoniais para organizações culturais. Tratam-se de fundos compostos por doações de pessoas físicas e jurídicas e heranças, cujos recursos podem ser aplicados em títulos do mercado financeiro. Essa prática, conhecida internacionalmente como *endowment funds*, permite que organizações sem fins lucrativos, ao gerir tais fundos, tenham uma fonte sustentável de financiamento. No Brasil, uma proposta que prevê a criação de *endowment funds* especificamente dirigidos a entidades de natureza cultural sem fins lucrativos está em tramitação no Congresso Nacional e pode vir a ampliar o fomento a atividades de distintas organizações culturais: museus, orquestras, teatros, centros culturais, dentre outras.

tes no que diz respeito aos programas de incentivo à cultura. Nesse sentido, o financiamento continuado de projetos culturais, como se discute na seção sobre fomento estadual, varia tanto em termos de valor disponível quanto em termos de enfoque setorial.

BOX 5.1 — FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL.

As mudanças recentes no padrão de consumo e na forma de distribuição do conteúdo audiovisual, provocaram grande impacto positivo no setor no que diz respeito a seu crescimento econômico dos últimos anos no Brasil (VALIATI et. al, 2017). O crescimento econômico expressivo do setor foi também afetado pela criação do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), disposto pela Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006. O fundo tem por objetivo fomentar o desenvolvimento da cadeia produtiva do setor audiovisual brasileiro, sendo uma categoria do Fundo Nacional de Cultura (FNC). O foco de atuação do FSA está em minimizar as deficiências do setor audiovisual e potencializar suas capacidades. Os objetivos vão desde melhorias na infraestrutura dos espaços até a promoção e difusão do conteúdo. Por meio de relatórios técnicos e pesquisas, o FSA identifica as ações necessárias para cumprimento desses objetivos.

As receitas do fundo setorial advêm do Orçamento da União, principalmente da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) e de concessões e permissões. Por sua vez, a arrecadação da CONDECINE provém das instituições que utilizam meios para distribuir a produção audiovisual, como por exemplo operadoras de televisão por assinatura. O fundo setorial também conta com programas dedicados a cada segmento da indústria audiovisual, contendo linhas de ação específicas para cada um.

O Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE) é responsável pelo fomento de projetos de cinema, desde a produção independente até a fase de exibição. O Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV) atua de maneira semelhante, porém sua extensão é expandida para as produções audiovisuais como um todo – não especificamente do cinema.

Em relação ao apoio à infraestrutura e oferta de serviços, temos o Programa Cinema Perto de Você e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (PROINFRA). O Programa Cinema Perto de Você é uma tentativa de democratização do acesso à

cultura, visando levar para perto de um maior número de brasileiros os cinemas e outros serviços culturais. Esse programa possui cinco linhas de ação: i) linhas de crédito e investimento, ii) Projeto Cinema da Cidade, iii) medidas de desoneração tributária; iv) sistema de controle de bilheteria e v) digitalização do parque exibidor. O PROINFRA é responsável por fomentar projetos de infraestrutura técnica e de modernização do capital empregado em produções cinematográficas e audiovisuais, modernizando o setor no país.

Figura 5.3 – Investimento do FSA [37].

Ano	Valor Investido Pelo Fsa (R$)
2008/2009	37.000.000
2009/2010	119.373.405
2010/2011	172.920.305
2012	315.564.575
2013	529.188.028
2014	515.343.745
2015	544.175.000
2016	765.310.861
2017	421.626.865
2018	1.255.374.720

Fonte: elaboração própria

A análise do valor investido pelo fundo permite averiguar uma tendência crescente no volume dos investimentos, o que representa a tendência de crescimento do setor na economia nacional. De maneira semelhante comporta-se o número de projetos fomentados a cada ano.

[37] Em valores correntes.

Figura 5.4 — Número de projetos selecionados pelo FSA.

Ano	Número de projetos selecionados
2009	38
2010	94
2011	82
2012	0
2013	112
2014	373
2015	689
2016	619
2017	394
2018	943

Fonte: elaboração própria

Para saber mais: os relatórios de gestão do Fundo Setorial do Audiovisual podem ser consultados no endereço: https://fsa.ancine.gov.br/resultados/relatorios-de-gestao

O setor audiovisual é um dos mais importantes dentro da economia cultural e criativa, no que tange sua relevância econômica. Essa análise é descrita ao longo deste livro, em diversos capítulos. A constituição de um fundo que ampare especificamente a produção audiovisual e toda sua cadeia produtiva apenas reforça essa posição.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA — ANCINE. Fundo Setorial do Audiovisual. 2019. Disponível em: https://fsa.ancine.gov.br/. Acesso em: 27 ago. 2019.

VALIATI, Leandro et al (org.). Consumo de Audiovisual no Brasil. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. 426 p. ISBN 978-85-386-0394-8.

MECANISMOS DE FINANCIAMENTO À CULTURA NO ÂMBITO FEDERAL

Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC): Fundo Nacional de Cultura e Mecenato

O PRONAC é o mecanismo legal que instituiu duas das principais formas de financiamento à cultura no Brasil: o mecenato (renúncia fiscal pelo governo federal) e o FNC, composto por diversas fontes de recursos. No mecenato os projetos culturais são apoiados por empresas ou pessoas físicas, desde que esses projetos culturais sejam autorizados a realizar captação pelo Conselho Nacional de Cultura (CNC). As empresas apoiadoras recebem dedução fiscal da totalidade ou parte do valor doado ou patrocinado. Ou seja, o mecenato é realizado a partir do apoio a projetos culturais advindo diretamente de pessoas físicas ou jurídicas, que deduzem parte de seu imposto de renda a ser pago à União. Assim, na prática, o Governo Federal renuncia ao recebimento de parte de impostos que seriam arrecadados, que são encaminhados diretamente à produção e à difusão de atividades culturais. A legislação relacionada ao Imposto sobre a Renda prevê que até 6% do imposto devido por pessoas físicas e 4% do devido por pessoas jurídicas podem ser deduzidos no apoio a projetos culturais (BRASIL, 2006).

Observados os limites de total dedutível, a renúncia do Governo pode ocorrer em duas formas: a renúncia total do valor repassado e a renúncia parcial. A renúncia total do valor repassado ocorre em projetos de artes cênicas; livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; exposições de artes visuais; doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metra-

gem e preservação e difusão do acervo audiovisual; preservação do patrimônio cultural material e imaterial; e construção e manutenção de salas de cinema e teatro em municípios com menos de cem mil habitantes. Tal mecanismo é previsto no artigo 18 da lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. (BRASIL, 1991).

A dedução parcial do valor doado ou patrocinado, prevista no artigo 26, ocorre nos demais projetos culturais não compreendidos no artigo 18, nas áreas de: i) teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres; ii) produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres (para produções independentes ou educativas de caráter não comercial realizadas por emissoras); iii) literatura, inclusive obras de referência; iv) música; v) artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres; vi) folclore e artesanato; vii) patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos; viii) humanidades; e ix) rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial. Nesses projetos, pessoas físicas poderão deduzir 80% sobre as doações e 60% sobre os patrocínios, enquanto as pessoas jurídicas poderão deduzir 40% sobre as doações e 30% sobre os patrocínios.

Segundo a Lei nº 8.313/1991, as doações se conceituam como a destinação gratuita de ingressos a empregados ou dependentes legais da pessoa jurídica doadora, bem como os gastos (de pessoas físicas ou jurídicas) com conservação de bens tombados pelo Governo Federal e que sejam de posse do doador. O patrocínio, por sua vez, refere-se a apoios monetários a projetos culturais ou ao oferecimento de patrimônio para a realização de projetos culturais, sem a efetiva transferência de posse.

As leis de incentivo fiscal buscam reforçar uma tendência de atuação do setor privado no fomento à cultura. Além do mecenato por parte de pessoas físicas e entidades privadas, algumas empresas e organizações privadas também realizam doações filantrópicas e patrocínios financiados com recursos próprios. O patrocínio a proje-

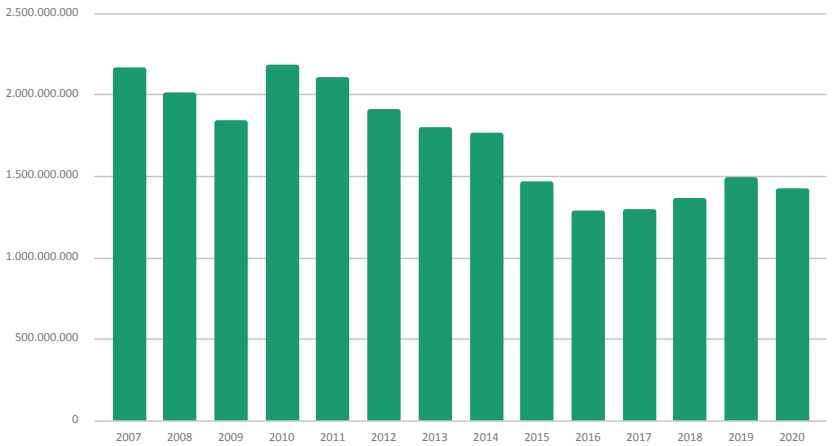
tos ou empreendimentos culturais pode ocorrer de forma ocasional ou estar inserido em uma estratégia de marketing cultural pensada a longo prazo, em que a empresa faz uso da cultura como meio para transmitir uma mensagem e relacioná-la à marca (REIS, 2003). Existem, ainda, muitas empresas que lançam seus próprios editais de patrocínio a manifestações culturais, oferecendo, nestes editais, recursos incentivados por meio das leis de incentivo fiscal nacionais e estaduais (SEBRAE, 2014).

No FNC o apoio ocorre por meio de editais que são lançados diretamente pelo MinC. O FNC é um mecanismo de financiamento repassado diretamente pelo Estado a projetos culturais, podendo atuar tanto por meio de fomento a fundo perdido – ou seja, sem reembolso – quanto por meio de empréstimos reembolsáveis. As fontes que compõem o FNC consistem em recursos do Tesouro Nacional, doações (conforme as normas previstas na lei), legados, subvenções, recursos de loterias, entre outros saldos. Até 80% do custo total de cada projeto pode ser coberto pelo FNC. Dentre as finalidades do FNC, segundo a Lei nº 8.313, estão o estímulo à distribuição homogênea dos recursos entre o território brasileiro, o apoio a atividades de cunho regional, a preservação do patrimônio histórico brasileiro e o atendimento às demandas culturais da sociedade (BRASIL, 1991). Os recursos não-reembolsáveis liberados pelo FNC são destinados a projetos culturais sem fins lucrativos; os projetos com fins lucrativos, por sua vez, são financiados via empréstimos reembolsáveis. Além disso, também são previstas concessão de bolsas de estudo e de prêmios, bem como ajudas de custos para atividades de intercâmbio cultural, conforme o Decreto nº 5.761, de 27 de abril de 2006 (BRASIL, 2006).

O Gráfico 5.1 apresenta a soma de recursos destinados à cultura via PRONAC nos anos de 2007 a 2020, com valores corrigidos pelo índice de inflação (IPCA-IBGE) de dezembro de 2019, assim como os demais gráficos e quadros. O valor médio e mediano anual no período foi de R$ 1,7 bilhão. Nota-se que houve uma tendência de redução desses recursos durante o período, sendo o ano 2016 aquele quando

se realizou o menor valor. É perceptível, todavia, que essa queda no total de recursos do PRONAC apresenta uma reversão particular na transição do ano de 2009 para o ano de 2010.

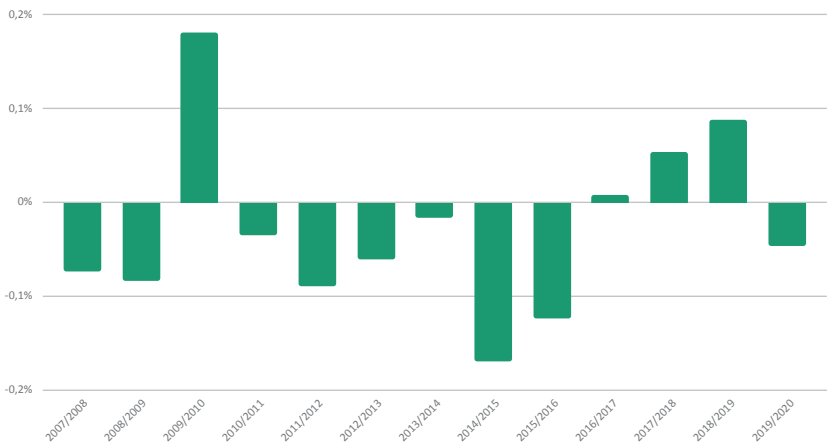
Gráfico 5.1 – Montante repassado à cultura via PRONAC (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 5.2 ilustra essa variação interanual de forma mais clara, indicando um aumento de aproximadamente 20% nos recursos repassados pelo PRONAC naquele ano em particular. Embora não seja possível afirmar de forma exata a razão deste aumento, sabe-se que 2010 representou um ano recorde em termos de recursos destinados ao FNC, o que foi revertido de forma substancial no ano seguinte, podendo, assim, explicar a queda expressiva na taxa de variação (COSTA; MEDEIROS; BUCCO, 2017). O declínio interanual médio foi de -2,8%, e o mediano de -4,5%.

Gráfico 5.2 – Variação anual do montante repassado via PRONAC (2008-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

O Gráfico 5.3 mostra que essa queda no valor total do fomento via PRONAC se manifestou na maioria dos SCC discriminados[38]. Apenas os segmentos de *Patrimônio* (crescimento de 153% entre 2007 e 2020) e *Educação e Criação em Artes* (crescimento de 66%) apresentaram uma trajetória diferenciada. Os demais segmentos experimentaram quedas no desembolso de verbas do PRONAC, sendo algumas mais acentuadas do que outras.

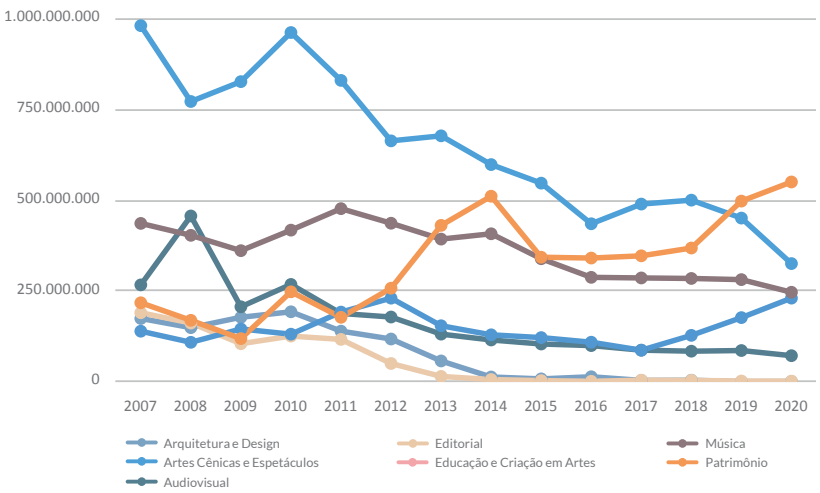
Mais especificamente, a maior variação negativa entre o ano inicial e o ano final coube aos recursos direcionados ao setor de *Arquitetura e Design* (-99,7%), seguido pelo setor *Editorial* (-99,2%) e *Audiovisual* (-73,2%). Além do setor de *Patrimônio e Educação e Criação em Artes*, o setor que foi menos afetado pela redução total do PRONAC foi o segmento de *Música* (-44%). As razões exatas para esse declínio desigual não são óbvias, mas alguns fatores podem ser destacados. É importante perceber que em um cenário de redução progressiva dos

[38] Os dados computados não fornecem informações sobre três SCC: Publicidade, Cultura Digital e Entretenimento.

recursos do PRONAC, parece plausível conceber que os setores que são essencialmente mais dependentes de recursos públicos acabem sofrendo menores cortes.

O Quadro 5.1 apresenta as estatísticas descritivas. O maior aporte médio e mediano anual foi para *Artes Cênicas e Espetáculos* (36% do valor médio anual total). Em seguida vêm *Música* (20%), *Patrimônio* (18%) e *Audiovisual* (9%).

Gráfico 5.3 – Montante repassado à cultura via PRONAC, por segmento (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.1 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via PRONAC, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Arquitetura e Design	74.883.262	35.279.333	78.087.543
Artes Cênicas e Espetáculos	646.865.872	630.676.587	203.595.204
Audiovisual	167.132.332	122.887.174	106.561.427
Editorial	55.930.918	10.165.194	68.695.355
Educação e Criação em Artes	148.487.863	134.902.660	43.826.207
Música	360.988.707	376.794.925	73.279.870
Patrimônio	326.713.446	341.646.541	135.819.113

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

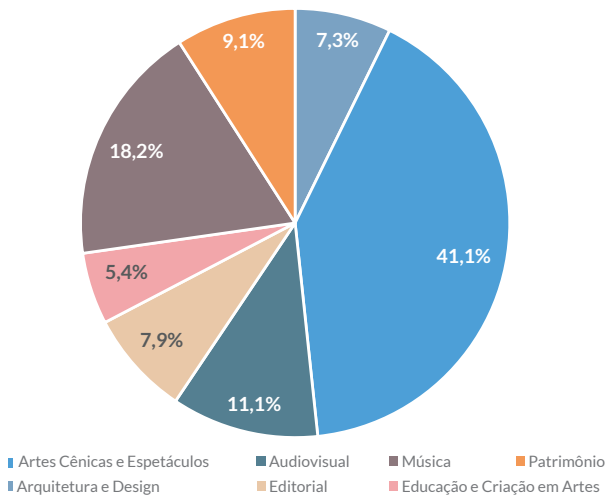
Houve, portanto, ao longo do período, uma mudança na estrutura de financiamento cultural via PRONAC motivada pela variação de -34% nos recursos destinados ao programa. Em termos reais, em 2007 foram destinados R$ 2,1 bilhões em recursos, já em 2020 esse valor caiu para R$ 1,4 bilhão. Conforme ilustram o Quadro 5.2 e os Gráficos 5.4 e 5.5, verifica-se uma concentração dos recursos do PRONAC em segmentos específicos. A diminuição da participação relativa de alguns segmentos como *Arquitetura e Design*, *Editorial* e *Audiovisual* é marcante e parece ter sido uma compensação em relação à necessidade de manter e/ou ampliar a participação dos três segmentos com maior participação: *Patrimônio* (20%), *Artes Cênicas e Espetáculos* (36%) e *Música* (20%).

Quadro 5.2 – Estatísticas descritivas – Participação setorial dos recursos destinados via PRONAC (2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Arquitetura e Design	3,57%	2,06%	3,53%
Artes Cênicas e Espetáculos	35,79%	36,46%	5,03%
Audiovisual	8,83%	7,41%	3,94%
Editorial	2,59%	0,55%	3,00%
Educação e Criação em Artes	8,63%	8,29%	3,00%
Música	20,44%	20,94%	2,18%
Patrimônio	20,16%	23,30%	10,70%

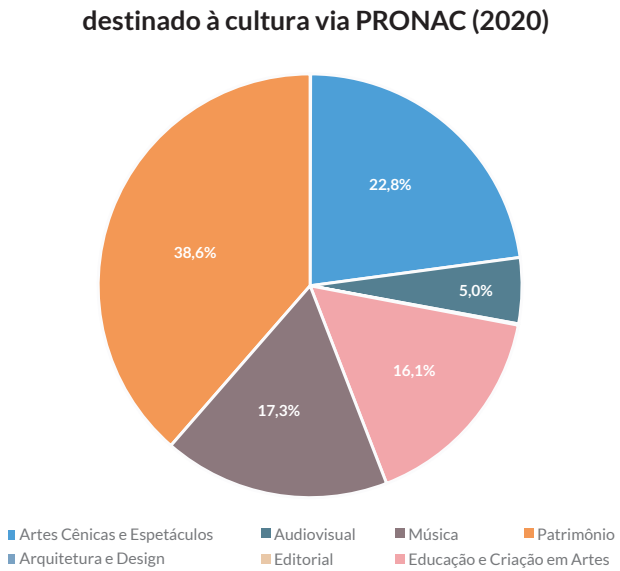
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Gráfico 5.4 – Composição setorial do montante destinado à cultura via PRONAC (2007)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Gráfico 5.5 – Composição setorial do montante



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

O Quadro 5.3 apresenta o total de financiamento por região, e o Quadro 5.4 mostra a mesma informação em termos de participação percentual. Destaca-se o Sudeste como a região que mais recebeu recursos em todos os anos analisados (média anual de R$ 1,3 bilhão ou 76% do total). Na prática, ao se considerar o ano de 2020, por exemplo, a região recebeu quase quatro vezes mais recursos do que a soma dos valores repassados para todas as demais regiões, enquanto em 2007 essa razão ficava um pouco acima de dois. Nesse contexto, a região Norte aparece como a menos beneficiada pelos repasses via PRONAC (participação média anual de 1,4% ou R$ 25 milhões anuais), seguida pela Centro-Oeste (2,7% ou R$ 48 milhões anuais na média) e pela Nordeste (5,8% ou R$ 103 milhões). Além disso, os quadros indicam que essas são as regiões que apresentaram a maior queda nos montantes recebidos entre 2007 e 2020, embora todas tenham apresentado diminuição pela comparação entre o início e o fim da série histórica.

Como observado, a maior parte dos valores repassados à cultura via PRONAC são decorrentes da renúncia fiscal do Estado brasileiro através do mecenato, o que explica a configuração apresentada: em regiões onde a renda e a riqueza gerada são maiores, pode-se esperar uma maior iniciativa em termos de promoção da cultura via iniciativa privada.

Quadro 5.3 – Montante repassado à cultura via PRONAC, por região (em R$ milhão, 2007-2020)

	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
2007	43	211	1.573	276	70
2008	31	131	1.410	382	61
2009	31	129	1.366	249	73
2010	73	189	1.508	324	90
2011	17	117	1.652	238	82
2012	19	90	1.526	236	46
2013	13	79	1.411	266	32
2014	19	96	1.389	238	31
2015	21	77	1.135	194	44
2016	9	61	1.032	167	22
2017	14	69	1.014	182	22
2018	17	68	1.047	209	31
2019	20	64	1.163	215	32
2020	17	60	1.109	204	36
Variação 2020/2007	-60,7%	-71,6%	-29,5%	-25,9%	-48,4%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.4 – Participação regional dos recursos destinados via PRONAC (2007-2020)

	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
2007	2,0%	9,7%	72,4%	12,7%	3,2%
2008	1,6%	6,5%	70,0%	18,9%	3,0%
2009	1,7%	7,0%	73,9%	13,5%	3,9%
2010	3,4%	8,7%	69,0%	14,8%	4,1%
2011	0,8%	5,5%	78,4%	11,3%	3,9%
2012	1,0%	4,7%	79,6%	12,3%	2,4%
2013	0,7%	4,4%	78,3%	14,8%	1,8%
2014	1,0%	5,4%	78,4%	13,4%	1,7%
2015	1,4%	5,3%	77,1%	13,2%	3,0%
2016	0,7%	4,7%	79,9%	13,0%	1,7%
2017	1,1%	5,3%	77,9%	14,0%	1,7%
2018	1,2%	4,9%	76,4%	15,2%	2,3%
2019	1,3%	4,3%	77,9%	14,4%	2,1%
2020	1,2%	4,2%	77,7%	14,3%	2,5%
Variação 2020/2007	-40,1%	-56,7%	7,4%	12,9%	-21,3%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

As subseções a seguir procuram ampliar essa apreciação, a partir de análises específicas dos mecanismos de mecenato e do FNC, promovendo comparações na medida em que isso for possível.

Mecenato

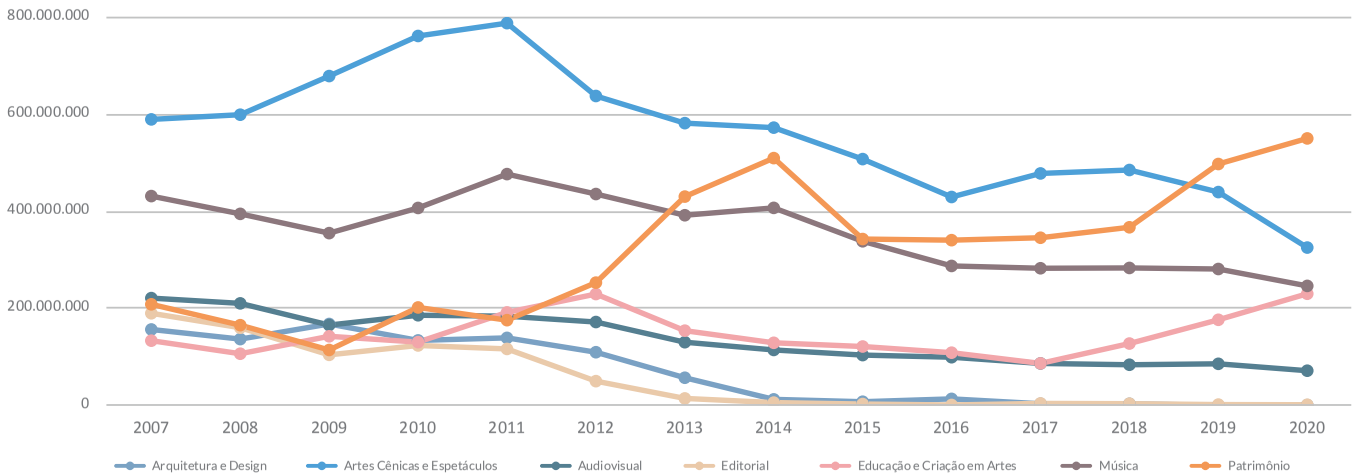
Uma particularidade do mecenato é que os projetos aprovados preveem captação de recursos durante vários anos[39], o que se apresenta como uma dificuldade metodológica para a operacionalização do tratamento dos dados disponíveis. Para facilitar a avaliação, os dados apresentados nesta seção consistem na soma de recursos repassados a projetos culturais em cada ano, não dependendo do ano de início de captação desses projetos – que pode ter sido anterior ao ano do repasse. Tal apresentação procura exibir um panorama real do montante direcionado à cultura por meio da renúncia fiscal pelo Governo Federal[40] a cada ano.

O Gráfico 5.6 e o Quadro 5.5 mostram os montantes destinados à cultura via mecenato entre 2007 e 2020 e as respectivas estatísticas descritivas. O total repassado via mecenato apresentou crescimento no período entre 2009 e 2011 e depois, novamente, entre 2016 e 2019.

[39] Tal constatação foi observada a partir da consulta a projetos na plataforma SalicNet (2017).

[40] Ressalta-se que a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (art. 26) prevê que apenas parte do valor apoiado será descontado do imposto de renda devido pelas empresas, embora existam casos (no artigo 18) que permitem a dedução total. Assim, os montantes apresentados nesta subseção não refletem de maneira exata o valor que o Governo Federal deixou de receber – que, portanto, seria menor do que o apresentado.

Gráfico 5.6 – Montante destinado à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.5 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)

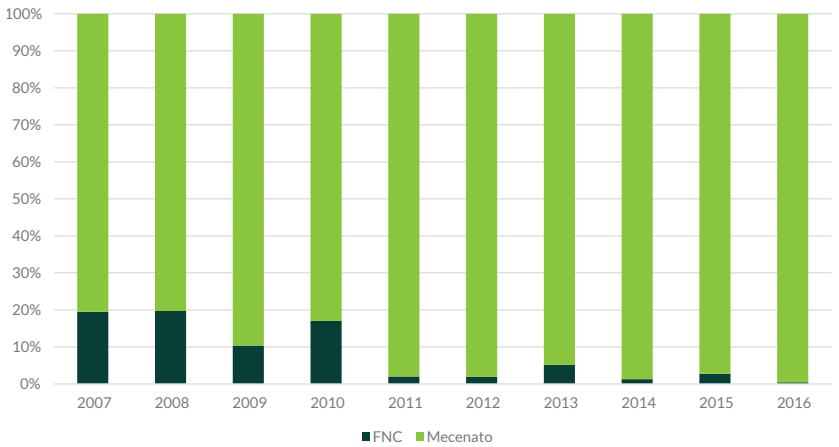
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	67.280.904	35.279.333	68.487.824	4,08%
Artes Cênicas e Espetáculos	562.270.138	576.952.516	129.203.471	34,09%
Audiovisual	136.703.997	122.291.377	51.460.172	8,29%
Editorial	55.675.840	10.165.194	68.372.098	3,38%
Educação e Criação em Artes	147.704.082	131.949.606	44.029.085	8,95%
Música	358.404.108	373.419.917	72.209.944	21,73%
Patrimônio	321.542.142	341.646.541	139.852.432	19,49%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Destaca-se a relevância de três segmentos – *Artes Cênicas e Espetáculos* (34% do valor médio anual dos SCC, ou R$ 562 milhões), *Música* (22% ou R$ 358 milhões na média) e *Patrimônio* (19% ou R$ 321 milhões na média anual do período)– dentre os quais apenas o último apresenta elevação no montante recebido ao longo do período, o que explica o elevado desvio padrão. Os segmentos menos beneficiados pelos incentivos fiscais são *Arquitetura e Design* (R$ 67 milhões anuais na média) e *Editorial* (R$ 55 milhões anuais na média), que ainda assim experimentaram redução significativa nos recursos disponíveis advindos do PRONAC, principalmente a partir

de 2012. Não por acaso, as tendências gerais apresentadas são muito semelhantes às verificadas no Gráfico 5.4, que apresenta a evolução do total repassado pelo PRONAC: o mecenato é a modalidade mais comum no que diz respeito ao incentivo aos SCC no Brasil, ocupando, ao longo do período, entre 88% e 100% (média de 96%) dos recursos repassados via PRONAC (Gráfico 5.7), o que permite supor que os movimentos no total dos recursos estão fortemente refletidos no comportamento do mecenato.

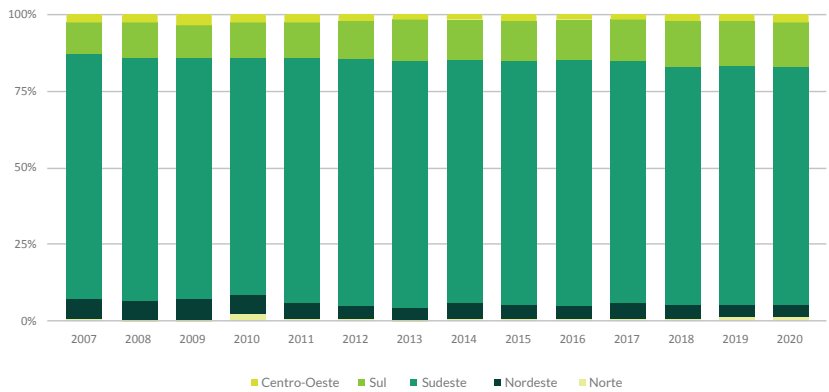
Gráfico 5.7 – Composição dos recursos PRONAC, por modalidade (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

O Gráfico 5.8 e o Quadro 5.6 apresentam a composição dos repasses de acordo com cada região do país, reforçando a predominância da destinação à região Sudeste – que, em 2020, recebeu R$ 1,1 bilhão dos incentivos de mecenato via PRONAC (média de R$ 1,3 bilhão ou 79% do valor médio total anual). A região Sul se apresenta como o segundo maior destino dos incentivos, com R$ 204 milhões (12%), seguida da região Nordeste (R$ 85 milhões ou 5%). A região Norte é a menos atendida nesse contexto, com média anual de R$ 14 milhões, menos de 1% da média para todas as regiões.

Gráfico 5.8 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato, por região (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.6 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato, por região (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Norte	14.773.206	12.608.500	9.234.437	0,90%
Nordeste	85.360.857	78.384.467	25.188.909	5,17%
Sudeste	1.304.969.519	1.373.169.213	216.751.094	79,11%
Sul	204.983.649	203.101.295	22.845.997	12,43%
Centro-Oeste	39.523.218	35.144.884	14.100.583	2,40%

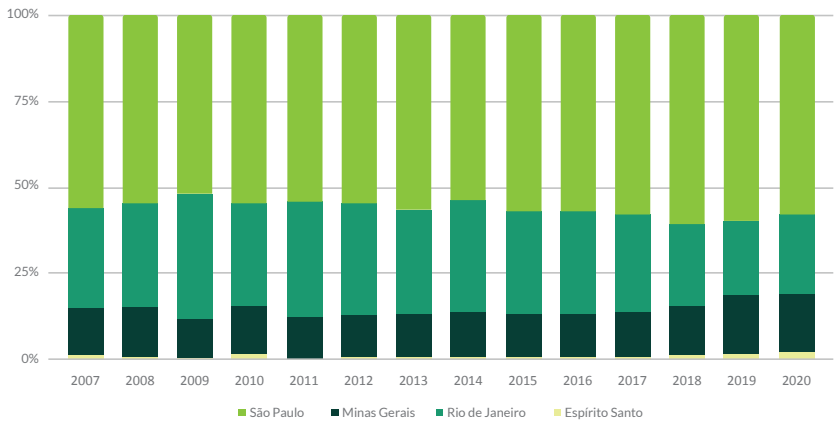
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com uma participação significativa no total da atividade econômica cultural brasileira – o que denota, também, uma grande escala de empresas e trabalhadores em termos absolutos – é de se esperar que a região Sudeste demande, de fato, mais recursos de financiamento

cultural. Por outro lado, sabe-se que um maior financiamento à cultura nas demais regiões poderia servir de estímulo para o aumento das empresas e empregos culturais nesses locais, podendo servir como mecanismo para distribuição mais homogênea e para o desencadeamento de um círculo virtuoso entre atratividade ao apoio financeiro e crescimento da atividade econômica cultural nesses territórios.

É interessante perceber que a proporção entre as regiões pouco variou ao longo de todo o período, apesar das oscilações conjunturais, o que pode indicar que a centralização dos recursos originários de políticas de mecenato consiste em uma característica estrutural do fomento público indireto à cultura no Brasil. Essa constatação fica mais clara quando se atenta para as duas principais regiões recebedoras de recursos via mecenato. Os Gráficos 5.9 e 5.10 e os Quadros 5.7 e 5.8 mostram como os recursos do PRONAC advindos do mecenato se encontram divididos entre as UFs das Regiões Sudeste e Sul.

Gráfico 5.9 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato na região Sudeste (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.7 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à

cultura via mecenato na região Sudeste (em R$, 2007-2020)

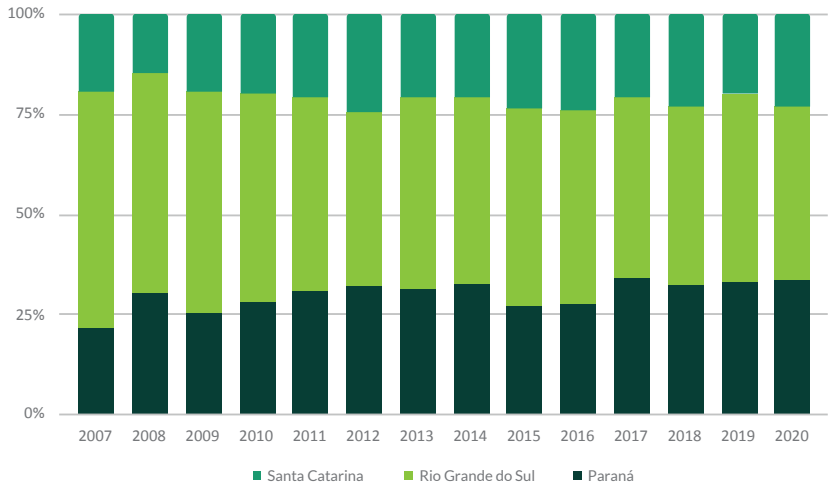
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Espírito Santo	13.626.652	12.150.139	5.860.791	1,04%
Minas Gerais	176.093.092	183.609.889	29.964.598	13,49%
Rio de Janeiro	386.261.299	423.880.585	102.643.928	29,60%
São Paulo	728.988.476	724.252.557	102.260.202	55,86%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No caso da região Sudeste, que mais atrai os incentivos via mecenato, nota-se que São Paulo se destaca como o receptor de cerca de 56% do montante destinado, proporção que se sustenta ao longo de todo o período analisado (R$ 728 milhões na média do período). Em seguida está o Rio de Janeiro, com R$ 386 milhões na média e 30% do total da média da região no período. O Espírito Santo representa um pouco mais de 1% dos valores financiados nessa modalidade.

Gráfico 5.10 – Composição do montante destinado à

cultura via mecenato na região Sul (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.8 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato na região Sul (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Paraná	62.138.032	63.769.934	11.557.257	30,31%
Rio Grande do Sul	99.656.149	98.944.395	12.904.435	48,62%
Santa Catarina	43.189.468	43.801.044	6.724.733	21,07%

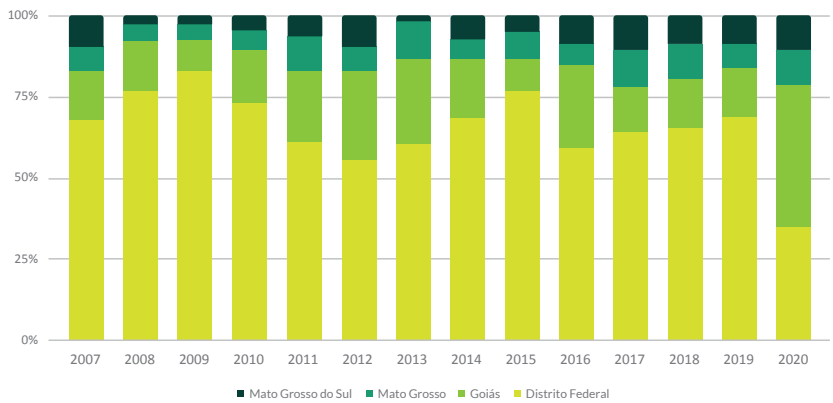
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No caso da região Sul, segunda maior receptora de recursos via mecenato, nota-se que há uma divisão menos desigual no que diz respeito às UFs. Mesmo assim, o Rio Grande do Sul abarca quase metade do montante destinado via PRONAC na modalidade mecenato

(cerca de R$ 100 milhões na média anual), deixando Santa Catarina (21%) e Paraná (30%) na disputa pela parcela restante.

É possível observar que essa tendência de concentração dos recursos em algumas UFs acaba se repetindo em todas as regiões geográficas do país. Surpreendentemente, ela parece ser inclusive acentuada nas regiões com menores incentivos do PRONAC. No Centro-Oeste, ressalta-se que o Distrito Federal representa 83% dos incentivos destinados à região no ano de 2009, um recorde dentre as UFs.. Nos outros anos, essa parcela é reduzida, mas ainda fica em 67% na média do período considerado – cerca de R$ 26 milhões/ano. Goiás fica com cerca de 19% do valor médio anual total (Gráfico 5.11 e Quadro 5.9).

Gráfico 5.11 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato na região Centro-Oeste (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

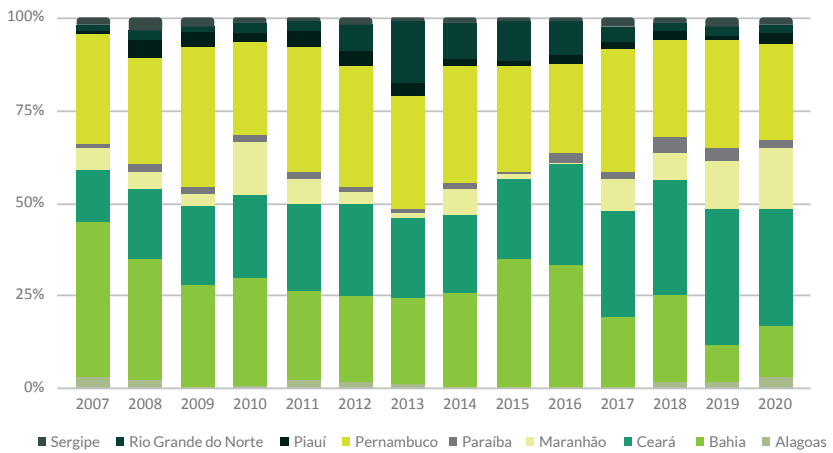
Quadro 5.9 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato na região Centro-Oeste (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Distrito Federal	26.398.671	22.477.315	12.179.882	66,79%
Goiás	7.486.056	6.748.413	3.759.203	18,94%
Mato Grosso	3.057.598	3.127.175	1.167.462	7,74%
Mato Grosso do Sul	2.580.893	2.431.385	1.251.181	6,53%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Conforme o Gráfico 5.12 e o Quadro 5.10, no Nordeste a concentração se dá em torno de três UFs – Pernambuco (R$ 25 milhões, representando 30% do montante anual da região), Bahia (27%) e Ceará (24%).

Gráfico 5.12 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato na região Nordeste (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

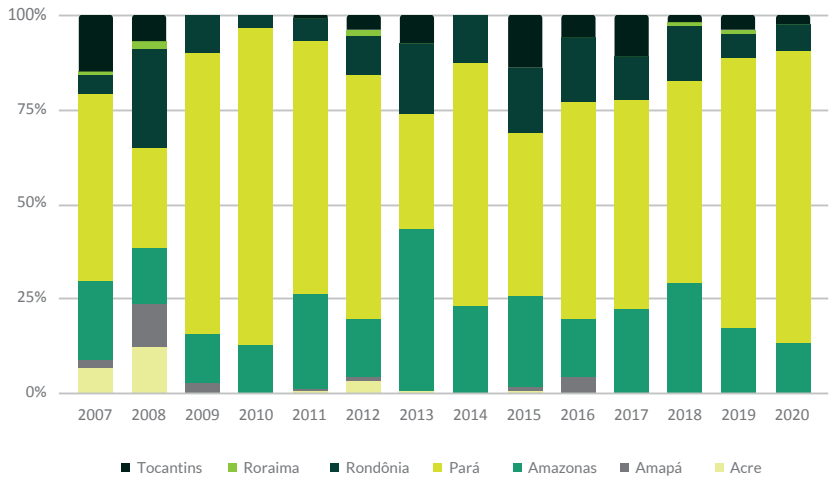
Quadro 5.10 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato na região Nordeste (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Alagoas	1.326.273	1.192.222	1.156.789	1,55%
Bahia	23.030.117	20.681.327	12.265.950	26,98%
Ceará	20.075.773	19.822.806	3.851.540	23,52%
Maranhão	5.560.894	5.043.775	4.340.523	6,51%
Paraíba	1.614.289	1.345.406	779.213	1,89%
Pernambuco	25.694.196	24.789.450	9.127.401	30,10%
Piauí	2.473.250	1.714.334	1.662.984	2,90%
Rio Grande do Norte	4.087.959	2.701.467	3.353.528	4,79%
Sergipe	1.498.106	1.349.344	892.682	1,76%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Na região Norte, por fim, destacam-se Pará (R$ 9,4 milhões ao ano em média, quase dois terços do valor médio anual da região), Amazonas (19%) e Rondônia (cerca de 10%). Nesse caso, nota-se uma menor regularidade das proporções, o que pode estar associada à falta de continuidade no fornecimento de incentivos via mecenato para os setores culturais e criativos da região. Mesmo assim, o Pará é a UF mais significativa nessa categoria, chegando a abarcar 83,7% dos incentivos em 2010 (Gráfico 5.13 e Quadro 5.11).

Gráfico 5.13 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato na região Norte (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.11 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via mecenato na região Norte (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Acre	234.485	52.668	417.708	1,59%
Amapá	167.247	51.153	299.536	1,13%
Amazonas	2.834.007	2.857.147	1.232.565	19,18%
Pará	9.429.992	7.737.009	8.709.960	63,83%
Rondônia	1.415.758	1.405.975	445.878	9,58%
Roraima	61.413	0	90.703	0,42%
Tocantins	630.305	496.252	672.358	4,27%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

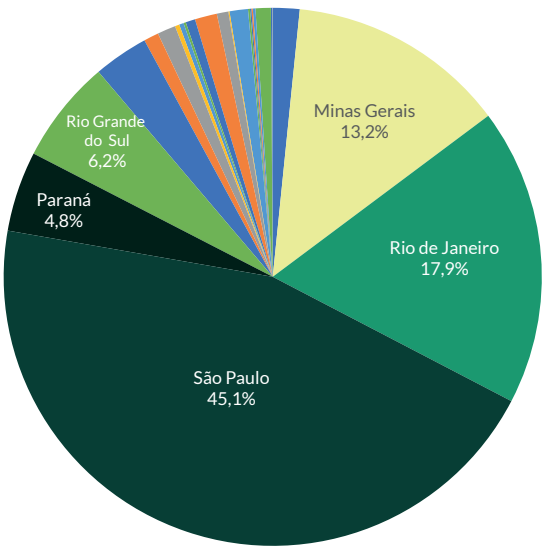
O fenômeno da centralização parece remeter à combinação de vários fatores que acabam determinando o padrão de fomento cultural via mecenato. Todavia, é necessário ressaltar que há um peso importante das condições econômicas estruturais próprias das UFs, que parecem estar correlacionadas com a capacidade de dinamizar a economia cultural e criativa nessas localidades por meio das políticas públicas. Se retomadas as análises realizadas nos capítulos anteriores, nota-se que as UFs que mais recebem incentivos via mecenato são aquelas que apresentam também o maior número de empresas e empregos associados à indústria cultural e criativa.

Dessa forma, os incentivos fiscais acabam sendo direcionados majoritariamente para as regiões que já possuem certa institucionalidade consolidada no que diz respeito aos SCC. As UFs com mais empresas culturais e criativas apresentam melhores condições de investimento privado na cultura e, portanto, acabam atraindo a maior parte dos incentivos advindos do PRONAC. É importante mencionar, ainda, que essa disparidade estrutural da economia cultural e criativa brasileira é corroborada pelo funcionamento das próprias políticas públicas, apesar do esforço recente no sentido de modificá-la. Como ilustrado nas seções anteriores, o SNC se encontra ainda em formação e não foi capaz de articular uma integração exitosa das políticas culturais brasileiras, de promover a equidade de obtenção de recursos, bem como de proporcionar um aproveitamento mais generalizado dos recursos destinados à cultura entre as UFs, muito embora este seja um de seus principais objetivos.

Para uma visão mais detalhada da destinação global dos recursos em termos territoriais, o Gráfico 5.14 apresenta como os apoios se distribuíram entre as Unidades Federativas no ano de 2020. Os estados de São Paulo (R$ 643 milhões ou 45% do total) e Rio de Janeiro (R$ 254 milhões ou 18%) são os principais recebedores de recursos das empresas privadas, seguidos, respectivamente, por Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná. Os estados da região Nordeste que mais receberam recursos de mecenato em 2020 foram Ceará (R$ 18

milhões ou 1,3%) e Pernambuco (R$ 15 milhões ou 1,1% do total). Ao considerar os cinco maiores recebedores de recursos da iniciativa privada em 2020, nota-se que eles abarcam mais de 87% de todo o montante derivado da modalidade mecenato do PRONAC. Destaca-se, portanto, a centralização dos investimentos privados em cultura no que diz respeito ao território nacional.

Gráfico 5.14 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato, por UF (2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

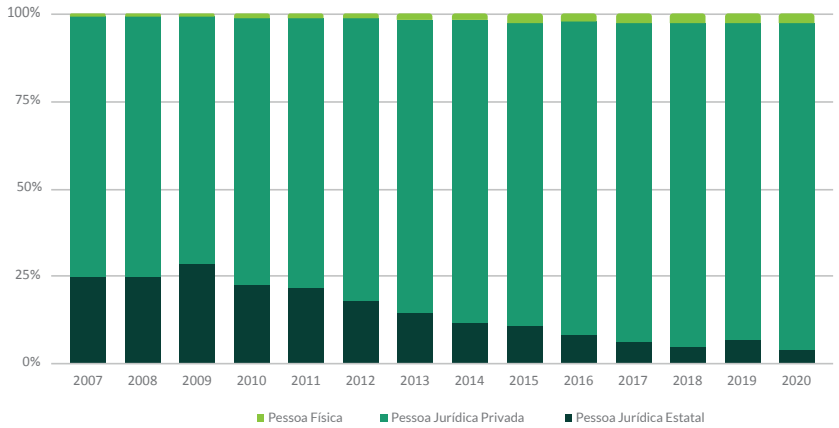
Para além das questões territoriais, outras características importantes do fomento público à cultura via mecenato podem ser destacadas. Uma delas é a diferenciação entre pessoa física e jurídica no que diz respeito ao financiamento de projetos culturais e criativos. Em termos legais, a Lei 8.313/1991 permite que tanto as pessoas físicas quanto as pessoas jurídicas apoiem projetos dessa natureza. No caso de pessoas jurídicas, apenas as empresas que pagam impostos com

base em lucro real podem ser apoiadoras[41]. Além disso, as empresas estatais também podem apoiar projetos culturais via mecenato (BRASIL, 1991).

O Gráfico 5.15, com informações até 2020, apresenta como se dividem os recursos de mecenato entre esses três tipos de entidades apoiadoras. A forma predominante de apoio ocorre via empresas privadas (média anual de R$ 1,3 bilhão ou 84% do total para o período até 2020), embora também se encontre participação significativa das empresas estatais (média anual de R$ 235 milhões, mas em magnitude decrescente ao longo dos anos até 2020). As pessoas físicas, por sua vez, compõem pequena parte do total incentivado (menos de 2% na média, embora apresentem crescimento na participação entre 2007 e 2020). O decréscimo da participação das empresas estatais é gradual, o que indica uma tendência de médio ou longo prazo de diminuição dessa dimensão no que diz respeito ao mecenato. Tais dados confirmam a trajetória, já mencionada neste capítulo, de progressiva delegação à iniciativa privada dos investimentos em cultura, via incentivos fiscais fundamentados em políticas públicas.

[41] A legislação tributária prevê que pessoas jurídicas paguem seu imposto de renda por meio de três diferentes bases de cálculo: lucro real, lucro presumido ou lucro arbitrado. As empresas que faturam valor igual ou inferior a R$ 78 milhões por ano podem adotar o regime de pagamento de imposto de renda de pessoa jurídica por meio de lucro presumido, ou seja, por meio de uma estimativa do lucro anual, seguindo as bases e determinações da legislação. Quando a empresa apresenta faturamento maior do que esse valor, ela deverá declarar seu imposto de renda com base no seu lucro real. O regime de lucro arbitrado é adotado em casos em que os contribuintes apresentam alguma irregularidade quanto ao atendimento das exigências dos regimes de lucro real ou presumido (BRASIL. RECEITA FEDERAL. Instrução Normativa RFB nº 1.700, de 14 de março de 2017). Como a Lei 8.313/1991 permite que apenas empresas que pagam impostos no regime de lucro real realizem os apoios, esse financiamento costuma vir de empresas de maior porte, ou seja, daquelas que apresentam receita anual maior do que R$ 78 milhões.

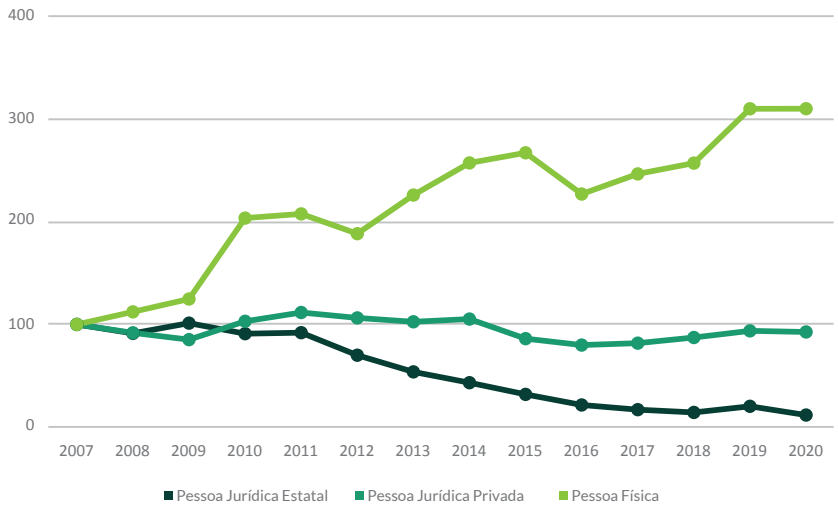
Gráfico 5.15 – Composição do montante destinado à cultura via mecenato por tipo de apoiador (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

O Gráfico 5.16 compara a variação desses apoios, a partir de um número-índice cuja base é o ano de 2007. É constatado que, em relação ao início do período, os apoios de pessoas físicas apresentaram aumentos significativos, em magnitude aproximada de 210% até 2020, enquanto a trajetória de apoio das empresas privadas apresentou tendência com pouca oscilação, apresentando o menor valor da série em 2016. As empresas estatais apresentam tendência de queda acentuada, especialmente a partir de 2012. De 2007 a 2020, as empresas estatais diminuíram seus apoios via mecenato em 88%.

Gráfico 5.16 – Evolução do apoio à cultura via mecenato por tipo de apoiador (2007-2020)

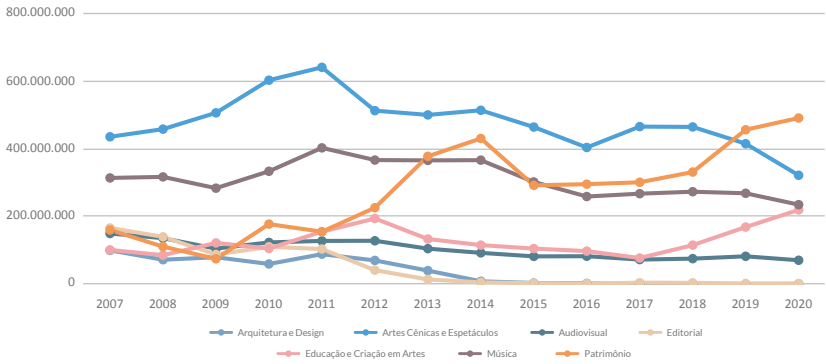


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Nota: Índice com base no ano de 2007.

Para avaliar a evolução desses diferentes perfis de apoio aos SCC via mecenato, observa-se sua distribuição setorial. Os Gráficos 5.17 e 5.18 e os Quadros 5.12 e 5.13 com estatísticas descritivas atualizadas até 2020, apresentam a composição setorial do apoio público e privado (considerando pessoas físicas e jurídicas). O apoio privado, majoritariamente advindo de empresas, responsável por R$ 1,3 bilhão de apoio à cultura em 2020, apresenta como principais destinos de recursos, na média anual do período, os segmentos *Artes Cênicas e Espetáculos* (35%), *Música* (22%) e *Patrimônio* (20%). Os incentivos para *Patrimônio* ganharam destaque especialmente nos últimos anos da análise (2013-2020), conforme apresenta o Gráfico 5.17, o que permite relacionar o aumento do total do fomento do setor com a elevação da participação da iniciativa privada.

Gráfico 5.17 – Montante dos recursos de pessoas físicas e jurídicas privadas destinados à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

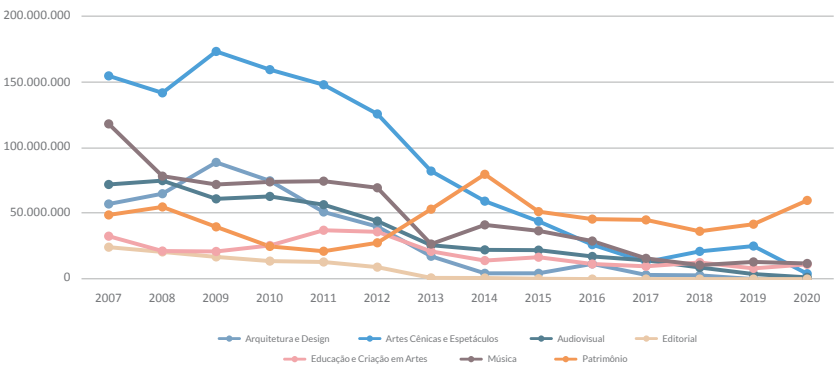
Quadro 5.12 – Estatísticas descritivas – Montante dos recursos de pessoas físicas e jurídicas privadas destinados à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	37.311.917	23.936.193	38.890.376	2,70%
Artes Cênicas e Espetáculos	478.308.219	464.488.261	79.562.043	34,63%
Audiovisual	101.981.915	98.339.796	26.367.502	7,38%
Editorial	48.580.382	9.312.555	59.620.614	3,52%
Educação e Criação em Artes	127.843.628	114.960.853	41.602.657	9,26%
Música	310.545.611	307.489.384	50.058.594	22,48%
Patrimônio	276.622.694	293.250.697	131.545.797	20,03%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 5.18, com dados até 2020, e o Quadro 5.13, com informações atualizadas até 2020, ilustram a distribuição setorial da participação das empresas estatais na modalidade de mecenato, e mostram um panorama peculiar em comparação com o fomento via pessoa física e jurídica privada. Há, como se percebe, uma redução considerável dos recursos repassados pelas empresas estatais à cultura, sendo o segmento *Patrimônio* (crescimento de 23%) o único que não foi afetado por essa queda ocorrida entre 2007 e 2020. Os outros segmentos, por sua vez, apresentam um encolhimento relevante dos recursos advindos de empresas estatais: para *Arquitetura e Design* houve uma variação de -100%; para *Audiovisual*, de -98%; para *Editorial*, de -100%; *Artes Cênicas e Espetáculos* -97%; *Educação e Criação em Artes* (-66%); e para *Música* de -90%. No montante total, tais alterações representaram uma redução de 83% do montante destinado em comparação ao início da série de dados. Em termos absolutos, *Artes Cênicas e Espetáculos* recebe em média 31% do valor total anual. *Música* 18%, *Audiovisual* 13% e *Patrimônio* 17%.

Gráfico 5.18 – Montante dos recursos de empresas estatais destinados à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.13 – Estatísticas descritivas – Montante dos recursos de empresas estatais destinados à cultura via mecenato, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	29.968.987	14.428.253	31.608.548	11,17%
Artes Cênicas e Espetáculos	83.961.919	70.622.251	63.259.575	31,28%
Audiovisual	34.722.082	23.951.582	26.161.365	12,94%
Editorial	7.095.458	852.639	8.897.893	2,64%
Educação e Criação em Artes	19.860.453	18.790.587	9.755.145	7,40%
Música	47.858.497	38.901.827	32.998.753	17,83%
Patrimônio	44.919.447	45.256.512	15.257.391	16,74%

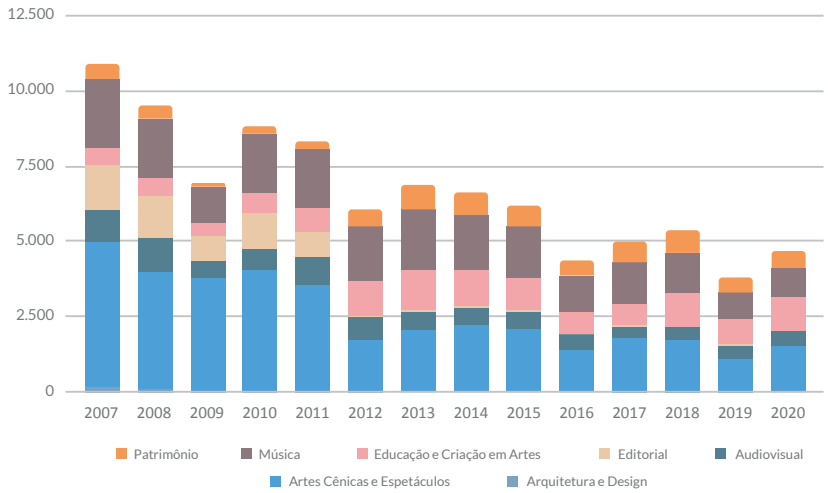
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

A análise dos dados acima identificou o valor da renúncia fiscal, repassado a projetos culturais em cada ano, independente do ano de proposição dos projetos contemplados. A apresentação a seguir utiliza como referência o ano de proposição dos projetos para captação via mecenato, com o objetivo de identificar a demanda anual por apoio financeiro dessa natureza. Além disso, são considerados quantos desses projetos propostos foram efetivamente aprovados para captação por esse mecanismo. Assim, ressalta-se que a análise seguinte não pode ser comparada diretamente com os resultados anteriores, os quais possuem recorte anual distinto.

O Gráfico 5.19 e o Quadro 5.14 apresentam a quantidade de projetos propostos entre os anos de 2007 e 2020, indicando que houve predominância de propostas advindas dos segmentos de *Artes Cênicas*

e Espetáculos (mais de 38% de todos os projetos na média anual) e de *Música* (quase 24% do total na média anual) em todos os anos analisados. Também se identifica uma tendência de queda na quantidade total de propostas ao longo dos anos, que passaram de 10.903 em 2007 para 4.684 em 2020. Os anos de 2009, 2012, 2016 e 2019 apresentam quedas relevantes na quantidade de propostas em relação aos respectivos anos anteriores, embora tenha havido recuperação parcial nos anos posteriores em todos os casos.

Gráfico 5.19 – Número de projetos propostos para captação via mecenato, por segmento (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.14 – Estatísticas descritivas – Número de projetos propostos para captação via mecenato, por segmento (2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	39	12	55	0,58%
Artes Cênicas e Espetáculos	2.544	2.077	1.179	38,11%
Audiovisual	657	579	235	9,85%
Editorial	431	48	580	6,46%
Educação e Criação em Artes	875	806	274	13,11%
Música	1.598	1.756	427	23,94%
Patrimônio	531	537	193	7,95%
SCC	6.675	6.409	2.076	

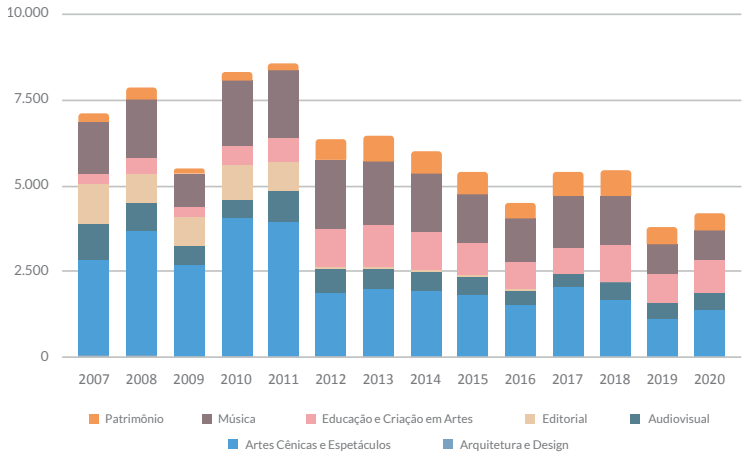
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Os projetos propostos na área de mecenato são avaliados pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), que foi instituída pela Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet), juntamente à criação desse mecanismo de fomento na esfera federal. A Resolução nº 1, de 1 de novembro de 2013, define que a CNIC será composta por grupos técnicos de diferentes áreas da cultura, encarregados de avaliarem as propostas de suas respectivas áreas, além do Ministro da Cultura e de presidentes de órgãos relacionados – como ANCINE, IBRAM, IPHAN, Fundação Biblioteca Nacional (FBN); Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Nacional de Artes (FUNARTE) –, representantes de entidades associativas de setores culturais e o Presidente da entidade que representa os Secretários de Cultura das Unidades Federativas brasileiras. Os projetos culturais são apreciados pela sua adequação às normas estabelecidas pela Lei 8.313 de 1991, tendo como pontos de avaliação o enquadramento dos

projetos aos segmentos culturais e aos objetivos determinados na Lei 8.313/1991; a cobrança de medidas de acessibilidade e de democratização de acesso às atividades culturais; e a análise de aspectos orçamentários e da destinação dos recursos potencialmente apoiados. Sublinha-se que os membros da CNIC não avaliam o valor artístico ou cultural das atividades contidas nos projetos culturais propostos (BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013).

Segundo o Gráfico 5.20 e o Quadro 5.15, um universo de 4.180 projetos foram aprovados em 2020 para captação, de um total de 4.684 propostos. A maioria dos projetos aprovados, assim como observado nas propostas, são advindos dos setores de *Artes Cênicas e Espetáculos* (38% na média anual até 2020) e de *Música* (25%). Observa-se, ainda, que embora tenha havido queda na quantidade de projetos aprovados, essa queda ocorreu de maneira menos acentuada do que a observada nas propostas de projetos. Enquanto os projetos propostos apresentaram queda de 57% em 2020 (em relação a 2007), os projetos aprovados apresentaram queda de 41% no mesmo período, indicando que houve uma melhora na taxa de aprovação de projetos ao longo dos anos. De fato, no período de 2012 a 2017, aproximadamente 94% dos projetos de cada ano foi aprovado.

Gráfico 5.20 – Número de projetos aprovados para captação via mecenato, por segmento (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

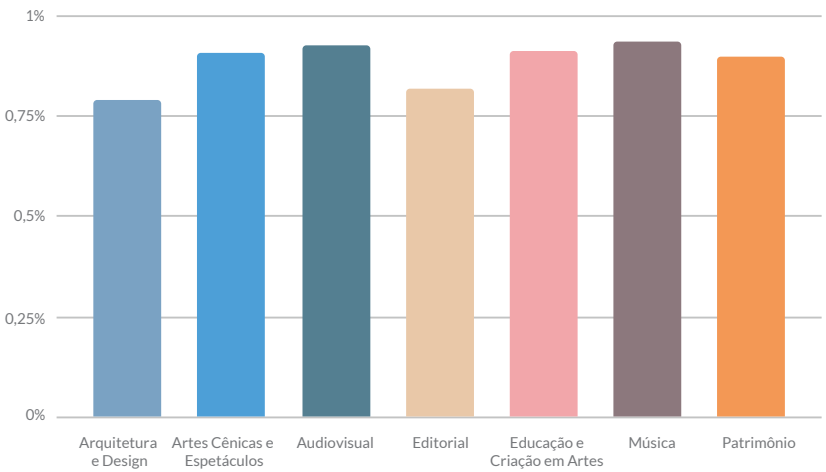
Quadro 5.15 – Estatísticas descritivas – Número de projetos aprovados para captação via mecenato, por segmento (2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	31	7	36	0,51%
Artes Cênicas e Espetáculos	2.305	1.958	927	38,02%
Audiovisual	609	558	196	10,05%
Editorial	352	46	453	5,81%
Educação e Criação em Artes	796	811	300	13,13%
Música	1.492	1.506	385	24,60%
Patrimônio	477	467	209	7,88%
SCC	6.062	5.769	1.480	

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Analisando-se a soma de todos os projetos propostos e aprovados entre 2007 e 2020, é possível avaliar o grau de adequação técnica dos projetos que buscaram apoio via Lei 8.313/1991 neste período. O Gráfico 5.21 apresenta o percentual de projetos aprovados sobre o total de propostos, segundo segmento cultural e criativo, até 2020. Os resultados indicam que os setores com menor taxa de aprovação são os de *Arquitetura e Design* (79% na média anual até 2020) e o de *Editorial* (82%), enquanto os demais setores encontram-se mais próximos da média, que é de 90,8% até 2020.

Gráfico 5.21 – Percentual de projetos aprovados dentre os projetos propostos, por segmento (2007-2020)

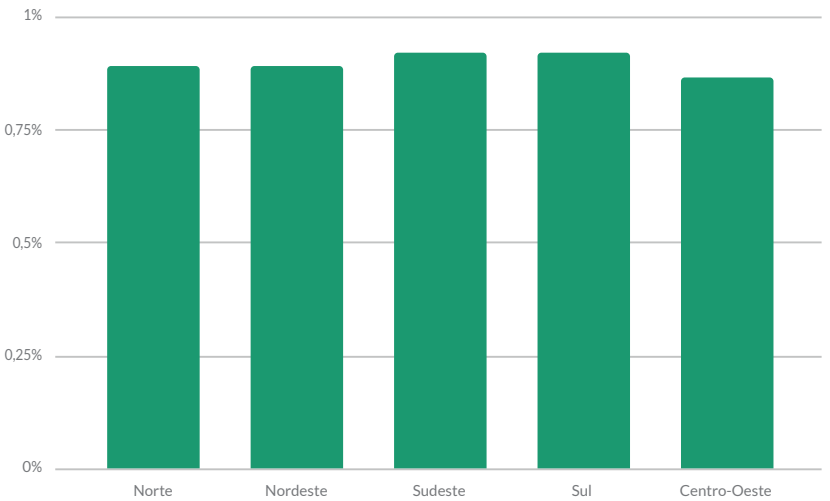


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

A observação da taxa de aprovação de uma perspectiva regional, com dados até 2020, é apresentada no Gráfico 5.22, revelando que apenas as regiões Sul (92%) e Sudeste (92%) possuem taxa de aprovação maior do que 90%, enquanto as regiões Norte (89%), Nordeste (89%) e Centro-Oeste (87%) estão abaixo. No entanto, as diferenças regionais não são tão intensas quanto as diferenças setoriais. É importante reconhecer, contudo, que a taxa de aprovação de projetos não

se refere ao montante destinado, o que pode confundir a análise da distribuição dos recursos em termos territoriais. A regularidade de uma taxa de aprovação similar em todas às regiões parece combater a desigualdade referente à quantidade de recursos e à centralização desses recursos, já expostas anteriormente. É preciso ponderar, portanto, a partir dessas colocações, que a institucionalidade formada pela CNIC é um avanço em termos de efetividade no que compete a instauração dos mecanismos previstos no Sistema Nacional de Cultura.

Gráfico 5.22 – Percentual de projetos aprovados dentre os projetos propostos, por região (2007-2020)

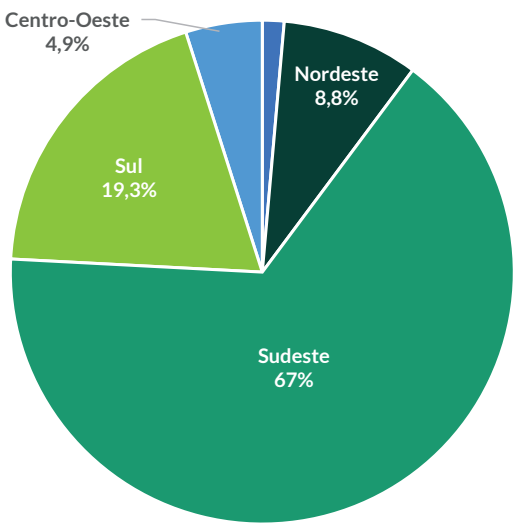


Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Os resultados observados na análise dos repasses financeiros indicaram que, em todos os anos entre 2007 e 2020, a região que mais recebeu repasses via mecenato foi a Sudeste – embora não seja possível identificar, a partir de tal dado, o ano de proposição ou de aprovação dos projetos que receberam recursos em cada ano. Contudo, é possível identificar (de maneira geral, analisando-se a soma de todos os projetos propostos no período entre 2007 e 2020) que a

região Sudeste, além de ser a maior receptora ao longo dos anos, também é a que mais demanda captação. Das 88.143 propostas de projeto entre 2007 e 2020, 57.856 ou 66% foram realizadas pela região Sudeste, conforme indica o Gráfico 5.23. A região Sul vem a seguir, com 19% das propostas.

Gráfico 5.23 – Distribuição regional dos projetos propostos para captação via mecenato (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Fundo Nacional de Cultura

O FNC atua no apoio à cultura como uma ponte direta entre o Governo Federal e os proponentes de projetos culturais. Operando por meio de editais, o fundo destina-se a diversos segmentos, somando, de 2007 a 2019, um repasse total de R$ 1,6 bilhão.

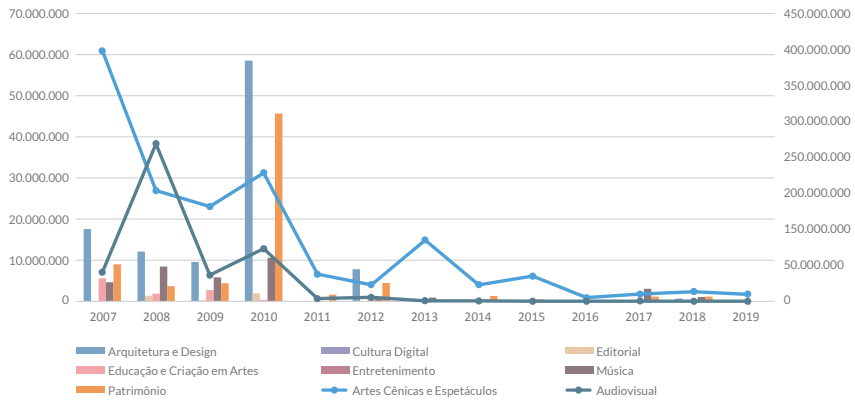
O Gráfico 5.24 e o Quadro 5.16 apresentam a distribuição desses recursos entre 2007 e 2019, de acordo o segmento beneficiado.

O segmento mais apoiado pelo FNC foi, ao longo do período, *Artes Cênicas e Espetáculos* (64% do valor médio anual total), seguido pelo *Audiovisual* (23%). Destaca-se que o segmento *Música* apresenta pouca expressividade no que diz respeito ao FNC (menos de 2% dos valores médios anuais repassados), o que é contrastado com sua importância no caso do mecenato.

É importante reconhecer que não há regularidade dos recursos repassados via FNC, o que explica as alterações bruscas observadas no Gráfico 5.24. Mesmo assim, é possível identificar durante o período uma tendência de queda de recursos advindos do FNC, cuja variação foi de quase 100% comparando 2019 com 2007. Tal queda pela metade, se considerada em associação com a redução dos incentivos fornecidos pela modalidade de mecenato, permite afirmar que houve, na última década, um movimento generalizado de redução dos recursos destinados às políticas de fomento cultural. Para muitos segmentos há anos em que não houve nenhum repasse, e em 2020 não houveram recursos repassados via FNC para nenhum setor.

Surpreende, ainda assim, a velocidade com que se retraem os recursos do FNC, sendo a transição de 2010 para 2011 um marco para essa variação negativa. É possível interpretar que esse corte representou uma mudança nas diretrizes de condução de políticas de fomento cultural, uma vez que os baixos níveis de recursos do FNC foram mantidos ao longo dos anos seguintes. Esse efeito parece ter provocado o aumento da disparidade entre o FNC e o fomento via mecenato na composição dos recursos totais destinados à cultura, já mencionado acima.

Gráfico 5.24 – Montante destinado à cultura via FNC, por segmento (em R$, 2007-2019)*



*Audiovisual e Artes Cênicas e Espetáculos no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.16 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via FNC, por segmento (em R$, 2007-2019)

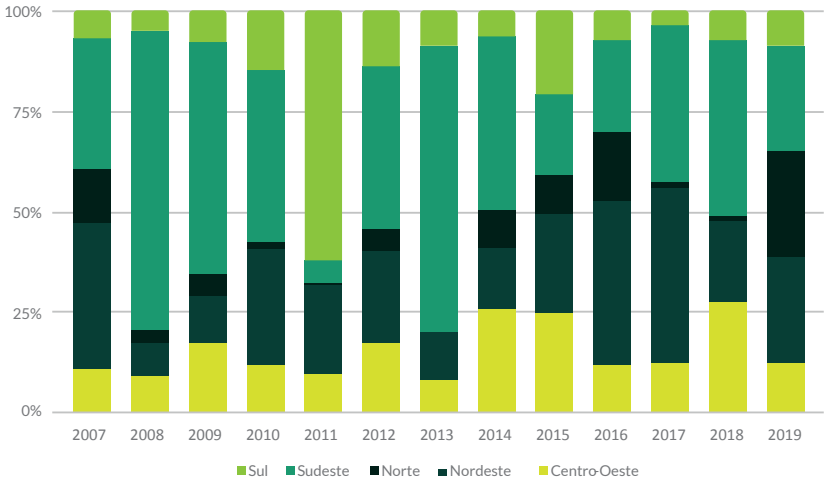
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	8.187.154	327.613	16.226.253	5,78%
Artes Cênicas e Espetáculos	91.103.099	39.332.108	112.403.834	64,37%
Audiovisual	32.768.976	674.620	69.004.280	23,15%
Editorial	274.699	0	626.187	0,19%
Educação e Criação em Artes	844.073	0	1.656.540	0,60%
Música	2.783.414	909.102	3.529.280	1,97%
Patrimônio	5.569.097	1.281.896	12.315.375	3,93%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

A disposição dos recursos do FNC entre as regiões brasileiras, expressa no Gráfico 5.25, não parece apresentar um padrão regular de distribuição. Ao contrário da modalidade de mecenato, que indica uma forte concentração regional e interestadual, a distribuição anual do FNC não permite identificar grandes tendências mais bem definidas, embora se note, pelas estatísticas descritivas e pelo gráfico, que a região Norte é a menos beneficiada (6%) e a região Sudeste a mais apoiada (47% dos valores anuais médios). Mesmo assim, as regiões Norte, Nordeste (23%) e Centro-Oeste (13%) são responsáveis por percentuais mais significativos na destinação dos recursos do FNC, quando comparado com sua participação nos apoios via mecenato, embora o valor total destinado pelo FNC seja significantemente menor. É relevante, no entanto, que enquanto as pessoas físicas e jurídicas concentram seu apoio via mecenato na região Sudeste, editais do FNC oferecidos pelo Ministério da Cultura destinam seus recursos de maneira mais homogênea entre as regiões.

Uma das possíveis razões para essa distribuição diferenciada é a existência de uma política de compensação das disparidades regionais de fomento à cultura. Como determina a Lei Rouanet (BRASIL, 1991), as práticas de funcionamento do FNC devem ser guiadas pelo princípio da distribuição equitativa dos recursos aplicados em projetos culturais e artísticos, bem como pelo favorecimento da cooperação interestadual, focando em projetos que explorem propostas culturais realizadas em conjunto. Na prática, portanto, o FNC, sob a dinâmica da Lei Rouanet, parece refletir a dimensão cooperativa do pacto federativo regido pela constituição de 1988, retomando a questão discutida na introdução desse capítulo. O histórico de funcionamento do FNC pode ser enxergado como o elemento basilar da constituição do Sistema Nacional de Cultura, tendo essa visão generalizada da distribuição dos recursos como o fundamento da prática de cooperação entre unidades federadas cuja produção e o consumo de cultura variaria de forma significativa na ausência do mesmo.

Gráfico 5.25 – Composição do montante destinado à cultura via FNC, por região (2007-2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Quadro 5.17 – Estatísticas descritivas – Montante repassado à cultura via FNC, por região (em R$, 2007-2019)

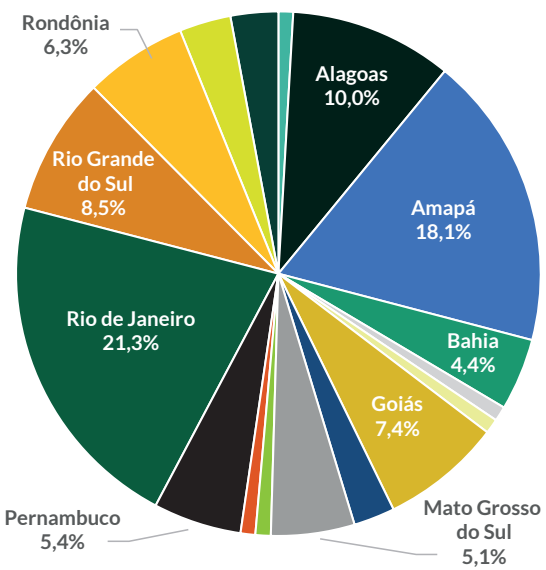
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Centro-Oeste	10.529.109	5.345.510	10.166.185	12,69%
Nordeste	18.845.298	7.018.000	27.398.491	22,71%
Norte	5.043.737	1.894.500	8.625.510	6,08%
Sudeste	39.389.869	9.816.892	53.947.084	47,47%
Sul	9.162.605	4.191.306	10.509.069	11,04%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 5.26 evidencia o que as tendências analisadas anteriormente sugerem. O FNC tem um caráter menos concentrador de recursos e procura compensar as disparidades regionais com

relação ao acesso à bens e serviços culturais e criativos. Nota-se que os percentuais de participação das unidades federadas com relação ao montante destinado em 2019 tiveram uma média de 3,7%, o que indica uma amostra estável, com poucos valores discrepantes que configurem "pontos fora da curva". Tal distribuição é surpreendente, visto que a análise do mecenato indicou uma forte concentração dos recursos no estado de São Paulo, o que poderia ser replicado se o FNC não tivesse essa orientação mais redistributiva. É importante ressaltar, todavia, que a amostra referente à 2019 refere-se ao menor valor alocado pelo FNC ao longo de todo o período considerado pelo *Atlas*, o que também implica a ausência de nove unidades federadas (Amazonas, Distrito Federal, Mato Grosso, Paraíba, Paraná, Piauí, Roraima, Santa Catarina e Tocantins), as quais não apresentaram valores referentes ao FNC para 2019.

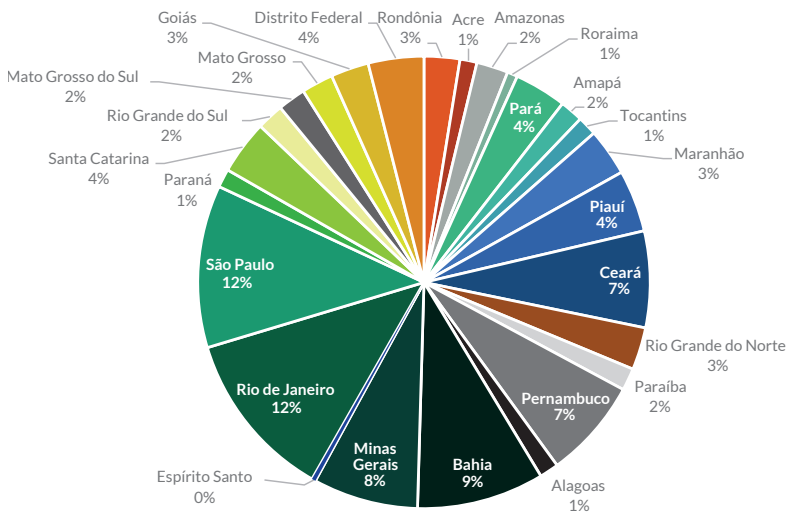
Gráfico 5.26 – Distribuição do montante destinado à cultura via FNC, por UF (2019)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Essa consideração se torna ainda mais relevante quando se compara a distribuição em 2019 com a distribuição em 2007, o ano com mais recursos destinados pelo FNC às unidades federadas no período de análise. Conforme se verifica no Gráfico 5.27, quando o FNC dispunha de mais financiamento (com uma dotação aproximadamente 22 vezes maior em 2007), a distribuição acabava necessariamente assumindo uma estrutura mais condizente com as disparidades regionais verificadas no caso do mecenato. São Paulo e Rio de Janeiro receberam as maiores parcelas de recursos (12%), seguidos de unidades federativas como Minas Gerais (8%), Bahia (9%), Pernambuco (7%) e Ceará (7%), confirmando, em algum grau, os principais receptores de recursos de fomento cultural. Nesse caso, vale destacar a baixa participação da região Sul, o que contrasta com a situação apresentada no mecenato.

Gráfico 5.27 – Distribuição do montante destinado à cultura via FNC, por UF (2007)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em SalicNet.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)

A participação do BNDES no fomento à cultura remonta à remodelação do Estado brasileiro na década de 1990. Até meados dos anos 2000, o banco esteve empenhado em apoiar projetos de reestruturação do patrimônio histórico e arquitetônico, bem como em fornecer patrocínio via dedução fiscal para a produção em *Audiovisual*, conforme a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual. Ainda nesse período o BNDES optou pela consideração dos SCC como elementos prioritários no que se refere aos apoios concedidos pelo banco, estruturando uma rede de apoio que conta com diferentes modalidades, como recursos não-financiáveis, financiamentos e mecanismos de renda variável (GORGULHO et al, 2009). O Box 5.2 ao final da seção mostra diferentes formas de atuação do banco de forma mais detalhada.

Pode-se afirmar que a atuação recente do BNDES com relação aos SCC tem como objetivo promover o fortalecimento da cadeia produtiva cultural e criativa, focando na geração de emprego e renda. Essa atuação se desenvolve por meio de parcerias do banco com uma variedade de outros órgãos, como a Agência Nacional do Cinema (Ancine) e o MinC. Na prática, o papel do banco como indutor dos SCC ocorre a partir do desenvolvimento de programas específicos de fomento, centrados em alguns setores-chave e objetivos definidos.

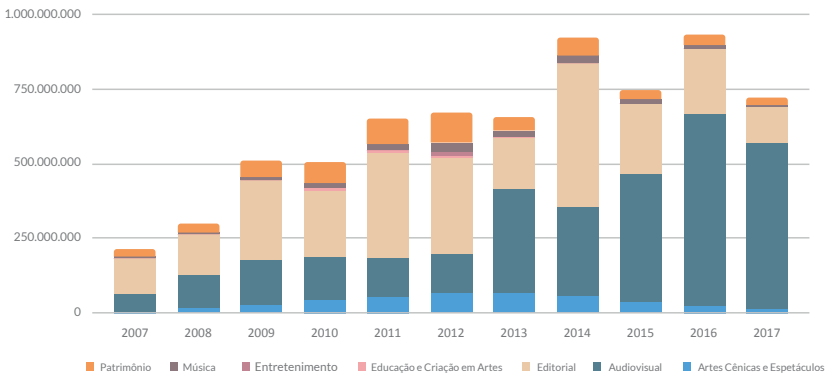
Um exemplo é o BNDES – Fundo Cultural, que fornece apoio ao patrimônio cultural brasileiro sem exigir contrapartidas, por meio de fundo não reembolsável. Nessa modalidade, os projetos são selecionados de acordo com suas especificidades e acompanhados regularmente, de forma a garantir o cumprimento de diretrizes definidas pela política do banco. Outro exemplo é o BNDES – Procult, programa de incentivo voltado exclusivamente para o fortalecimento da cadeia produtiva da economia cultura e criativa, cujos objetivos consistem em aumentar a competitividade dos SCC, promover o acesso aos bens e serviços culturais e criativos, entre outros. Somam-se ao Procult as

linhas de financiamento direcionadas especificamente às atividades associadas ao design e à gestão de marcas, bem como à reestruturação de infraestrutura de patrimônio histórico. Também é possível destacar a participação do BNDES como agente financeiro do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), um componente do FNC destinado à promoção do setor audiovisual, administrado em parceria com a Ancine (BNDES, 2018; GORGULHO et al, 2009; ALVES, 2017).

O Gráfico 5.28 e o Quadro 5.18 apresentam o financiamento fornecido pelo BNDES aos SCC, considerando o Fundo Cultural e outras modalidades oferecidas[42] , entre 2007 e 2017, conforme a disponibilidade dos dados enviados. Ao contrário do que se verifica no caso do PRONAC, a iniciativa de fomento às atividades culturais e criativas por meio do BNDES apresentou uma trajetória de crescimento ao longo do período mencionado, mas com flutuações, sendo expressiva a parcela direcionada aos setores *Audiovisual* (44% do total anual em média) e *Editorial* (39%). O ano que apresentou o maior volume de recursos repassados foi 2016, quando R$ 930,8 milhões foram destinados ao apoio a projetos culturais pelo BNDES.

[42] Na base de dados do BNDES sobre o financiamento à cultura, cada repasse é especificado por um código da Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), o que permitiu a compatibilização com os códigos CNAE listados e categorizados no Atlas.

Gráfico 5.28 – Montante financiado pelo BNDES via Fundo Cultural e outras linhas de crédito, por segmento (em R$, 2007-2017)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.18 – Estatísticas descritivas – Montante financiado pelo BNDES via Fundo Cultural e outras linhas de crédito, por segmento (em R$, 2007-2017)

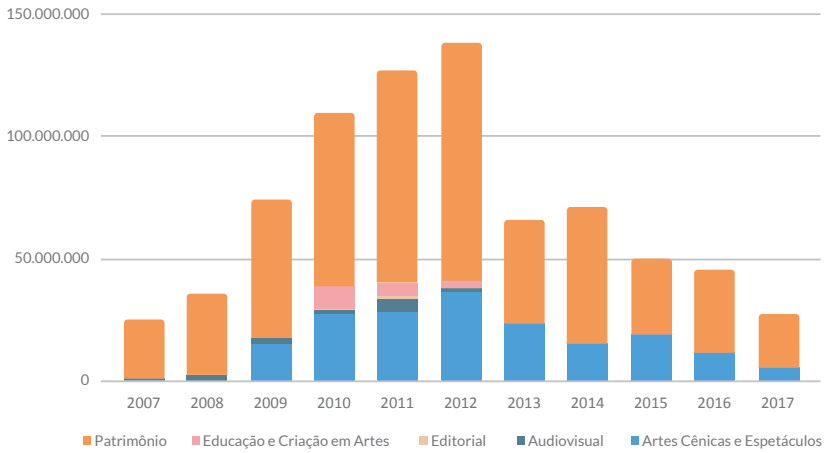
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Artes Cênicas e Espetáculos	37.746.732	36.898.101	22.442.619	6,09%
Audiovisual	272.030.845	150.581.171	197.529.519	43,86%
Editorial	240.960.776	223.249.646	110.456.620	38,85%
Educação e Criação em Artes	2.876.628	1.310.964	3.510.701	0,46%
Entretenimento	1.834.546	81.236	5.493.521	0,30%
Música	13.240.899	13.148.147	9.491.873	2,14%
Patrimônio	51.490.959	42.608.465	24.951.076	8,30%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Analisando-se exclusivamente os recursos extraídos do Fundo Cultural do BNDES, contata-se uma trajetória de crescimento do

financiamento entre 2007 e 2012, seguido de uma tendência de queda nos anos subsequentes. Em 2012, R$ 138 milhões foram liberados para financiamento via Fundo Cultural, enquanto em 2017 esse montante foi de apenas R$ 28 milhões (a média anual do período foi de R$ 70 milhões). Ademais, nota-se que, nessa modalidade, *Patrimônio* é o segmento mais apoiado (R$ 22 milhões, em 2017, e R$ 50 milhões na média anual, equivalente a 72% do total anual), seguido de *Artes Cênicas e Espetáculos* (R$ média anual de R$ 17 milhões ou 24% do total). Os demais segmentos apresentam participações relativamente pequenas (Gráfico 5.29 e Quadro 5.19).

Gráfico 5.29 – Montante financiado pelo BNDES via Fundo Cultural, por segmento (em R$, 2007-2017)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

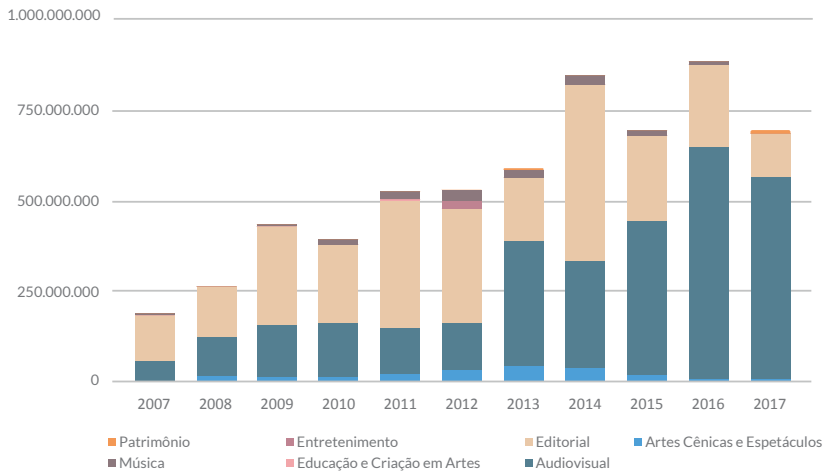
Quadro 5.19 – Estatísticas descritivas – Montante financiado pelo BNDES via Fundo Cultural, por segmento (em R$, 2007-2017)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Artes Cênicas e Espetáculos	16.908.214	15.681.780	11.717.470	24,12%
Audiovisual	1.178.871	932.084	1.524.282	1,68%
Editorial	207.247	0	453.362	0,30%
Educação e Criação em Artes	1.644.535	0	3.108.476	2,35%
Patrimônio	50.156.450	41.691.170	25.547.838	71,55%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Os empreendimentos culturais e criativos também podem receber financiamento do BNDES por meio de demais linhas reembolsáveis de crédito – ou seja, que não são a fundo perdido e, portanto, devem ser amortizadas ao longo do tempo. Por esses mecanismos, os SCC selecionados receberam R$ 695 milhões de recursos em 2017 (R$ 508/ano em média no período) , sendo a maioria destinada ao setor *Audiovisual* (R$ 556 milhões em 2017, mas R$ 270 milhões/ano em média no período, o que representa 49% dos recursos dessa modalidade), seguido do *Editorial* (R$ 120 milhões em 2017, mas R$ 240 milhões/ano em média no período, ou 44% do total). Ao longo dos anos, esses dois segmentos intercalam-se como os maiores recebedores de financiamento via BNDES por essas linhas de fomento. Nota-se, assim, que o padrão de financiamento via Fundo Cultural e via demais linhas de crédito se diferencia em relação ao PRONAC, em termos de principais segmentos apoiados. Tal caracterização pode estar ligada às próprias diretrizes do Fundo Cultural, que estabelecem os tipos de ações que podem ser contempladas por esse mecanismo, conforme visto anteriormente.

Gráfico 5.30 – Montante financiado via demais linhas de crédito do BNDES, por segmento (em R$, 2007-2017)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.20 – Estatísticas descritivas – Montante financiado via demais linhas de créditos do BNDES, por segmento (em R$, 2007-2017)

Segmento	Média	Mediana	Desvio Padrão	% Médio
Artes Cênicas e Espetáculos	19.256.941,02	15.183.049	12.456.341,62	3,79%
Audiovisual	250.295.173,52	137.197.420	183.413.460,71	49,24%
Editorial	222.481.104,44	206.305.710	101.902.573,23	43,77%
Educação e Criação em Artes	1.138.581,50	1.211.466	783.232,75	0,22%
Entretenimento	1.695.309,38	75.070	5.076.580,30	0,33%
Música	12.235.956,85	12.150.245	8.771.470,17	2,41%
Patrimônio	1.233.223,45	703.520	2.000.130,25	0,24%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

BOX 5.2 – JOGOS ELETRÔNICOS/GAMES E A IMPORTÂNCIA DO FOMENTO PÚBLICO

Os jogos digitais constituem uma indústria promissora no Brasil. Segundo dados da consultoria Newzoo, o mercado brasileiro já é o 4º maior do mundo em números de jogadores, os quais gastam, em média, US$ 42,25/ano. Em 2016, a estimativa de faturamento do mercado de jogos eletrônicos foi de US$ 1,28 bilhão, colocando o Brasil em 12º lugar no ranking mundial do setor[43]. O advento dos *smartphones* alavancou a categoria de jogos *mobile*, de baixo custo, em que países como Índia, Brasil e China podem se destacar[44].

A cadeia produtiva dos jogos digitais envolve atores que se dividem em desenvolvedores, editoras, distribuidores, varejistas, clientes, consumidores, detentores de propriedade intelectual, proprietários de plataforma e proprietários de *hardware*[45]. Ao longo de toda a cadeia, atuam profissionais especializados em muitas áreas diferentes, como programação, design visual, som, animação, gestão e marketing[46]. O setor de jogos digitais também tem encadeamentos técnicos e econômicos com outros SCC, especialmente a Música e o Audiovisual. Além disso, por ser um setor altamente intensivo em tecnologia e recursos intangíveis, alguns estudos apontam para a possibilidade de difusão da inovação para outros setores, e benefícios para áreas como a saúde e educação.

No *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, algumas das atividades que compõem a indústria de jogos digitais estão incluídas no segmento do Entretenimento. A diversidade de atividades econômicas que compõem a cadeia de games, bem como o seu crescimento recente na economia brasileira, dificultam uma análise individualizada da indústria de jogos digitais através dos registros nacionais de atividades econômicas. Para

[43] NEWZOO. **2016 Global Games Market Report.** São Francisco: Newzoo, 2016.

[44] DIGI-CAPITAL. **Global Games Investment Review 2014 Executive Summary.** Londres: Digi-Capital, 2014.

[45] ZACKARIASSON, P.; WILSON; L., T.; Introduction. In: Zackariasson, P; Wilson; **The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future.** New York: Routledge, 2012, p.1-17.

[46] EGENFELDT, S; SMITH, J, H; TOSCA, S, P; **Understanding Video Games: The Essential Introduction**. New York: Routledge, 2008.

contornar essa situação, algumas entidades realizaram estudos setoriais com coleta de dados primários junto a empresas da cadeia produtiva dos games[47]. O principal estudo nesse sentido foi a pesquisa desenvolvida pela Universidade de São Paulo (USP) com o apoio do BNDES, para a qual 133 empresas foram entrevistadas e que resultou no Mapeamento e no I Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, além de um relatório propondo políticas públicas para o setor[48].

Segundo o mapeamento realizado pela USP, a maior parte das empresas da indústria de games no Brasil tem faturamento anual de até R$ 240 mil e empregam uma média de 8,5 profissionais. Portanto, o setor é composto predominantemente por pequenas e microempresas. Do total de profissionais ligados às empresas, 34,5% são sócios e 65,5% são funcionários. Os profissionais também são em sua maioria do sexo masculino – as mulheres compõem apenas 15% do emprego no segmento. Além disso, o estudo detectou uma concentração das empresas nas regiões Sudeste e Sul, possivelmente explicada pela existência de oportunidades de negócios, disponibilidade de recursos e polos de formação nesses estados, além da tendência à clusterização típica do setor, para aproveitar as economias de aglomeração.

O perfil de empresas novas e de pequeno porte se reflete nos modelos de financiamento adotados pelas desenvolvedoras e que refletem os desafios para o setor. O I Censo encontrou que 65% das empresas havia financiado suas atividades com o apoio de fundadores, família, amigos e outros indivíduos, seguidos de incubadoras (26%) e recursos não-reembolsáveis de fundos para pesquisa (19%). O fomento público, assim, se torna importante para o desenvolvimento desse segmento.

[47] Ver ABRAGAMES. **A indústria brasileira de jogos eletrônicos:** Um mapeamento do crescimento do setor nos últimos 4 anos. São Paulo, 2008. ABRAGAMES. **A** Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil. São Paulo, 2005. ACIGAMES. **As desenvolvedoras de games do Brasil.** 2012. CARDOSO, M. V. (2013) A proposição de um modelo de análise para a indústria criativa de videogames no Brasil. (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo.PERUCIA, A.; BALESTRIN, A.; E VERSCHOORE, J. Coordenação das atividades produtivas na indústria brasileira de jogos eletrônicos: hierarquia, mercado ou aliança? , v. 21, n. 1, p. 64-75, jan./mar. 2011. Softex. : potencial econômico e tecnológico para a indústria brasileira de software. Campinas: Softex, 2005.

[48] FLEURY, A.; NAKANO, D.; CORDEIRO; J. H. O. (coord). . São Paulo: BNDES; GEDIGames, 2014.

Visando contribuir nesse sentido, algumas instituições públicas vêm desenhando estratégias e programas específicos para o setor de jogos digitais com relação o fomento. Em 2009 o Ministério da Cultura lançou o Programa de Fomento à Produção e Exportação do Jogo Eletrônico Brasileiro (BR Games 2009), que apoiou o desenvolvimento de 10 demos jogáveis. Através da Portaria nº116 de 2011, o Ministério da Cultura também incluiu os jogos eletrônicos na lista de setores culturais habilitados para captação de recursos por meio da Lei Rouanet. Desde 2016 a ANCINE direciona recursos do Fundo Setorial Audiovisual para o desenvolvimento e a produção de jogos digitais como parte do Programa Brasil de Todas as Telas. Em 2016 e 2017, o valor total das chamadas públicas foi de R$ 10 milhões. O BNDES, além de financiar o mapeamento do setor no Brasil, também apoia a expansão do mercado brasileiro de *serious games* com o aporte de R$ 2,6 milhões do programa BNDES Procult a uma desenvolvedora. Outras ações foram realizadas pelos Ministérios da Cultura, da Educação e da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações, pela Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e pelas empresas públicas RioFilme e SPcine[49].

[49] ANCINE. **Jogos Eletrônicos:** relatório de consulta pública sobre a análise de impacto regulatório. Disponível em: https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/Jogos%20e%20Vod%20para%20CSC%2016%2005%202017.pdf.

BOX 5.3 – INVESTIMENTO DIRETO EM CULTURA: O PAC CIDADES HISTÓRICAS

Para além das formas já mencionadas de fomento público, é importante destacar que alguns programas desenvolvidos pelos governos federal, estadual e municipal podem envolver investimentos diretos em setores culturais. Um exemplo emblemático desse tipo de programa de fomento consiste no PAC Cidades Históricas, uma linha específica do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

O PAC foi inaugurado em 2007 pelo Ministério do Planejamento com o objetivo de sustentar o crescimento de longo prazo da economia brasileira via investimentos públicos em infraestrutura social, urbana, logística e energética. O Programa foi renovado em 2011 e expandido de forma tanto a abarcar outros setores da economia, quanto a intensificar a cooperação estratégica entre governo federal, estados e municípios. Foi nesse contexto que, em 2013, o Ministério do Planejamento autorizou uma linha de financiamento direcionada exclusivamente à recuperação, restauração e preservação dos sítios históricos urbanos protegidos pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

O PAC Cidades Históricas concretizou-se, assim, a partir da ação realizada pelo Iphan no sentido de organizar redes de cooperação entre instituições e entes parceiros, viabilizando a implementação das obras previstas. Destacam-se, dentre essas instituições, as Universidades Federais, os governos dos estados e dos munícios e o apoio técnico fornecido pela Caixa Econômica Federal.

O valor total destinado para o Programa foi de R$ 1,6 bilhão, a ser distribuído entre 425 obras de restauração de edifícios e espaços públicos, mais R$ 300 milhões destinados à recuperação de imóveis privados. Foram contemplados projetos em 44 cidades brasileiras, tendo como foco os sítios urbanos reconhecidos como Patrimônio Mundial pela Unesco, os sítios portadores de acervos em situações precárias de conservação ou os conjuntos de valor histórico para o processo de ocupação do país. Essas obras podem ser resumidas em cinco categorias:

- Museus;
- Instituições de Ensino;
- Patrimônio Ferroviário;
- Equipamentos Culturais;
- Fortes e Fortalezas;

Algumas obras expressivas contempladas pelo PAC Cidades Históricas são as intervenções realizadas no Pelourinho em Salvador (BA); a restauração do complexo ferroviário de São João del Rey (MG), a requalificação da Praça da Matriz em Porto Alegre (RS) e da Praça XV em Manaus (AM), a restauração do Forte dos Reis Magos em Natal (RN) e da antiga estação ferroviária de Goiânia (GO), entre outras.

Fonte: IPHAN, 2018

Vale-Cultura

O Programa Vale-Cultura (PVC), instituído pela Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012, é uma política pública de apoio ao consumo de bens e serviços culturais, que por sua vez é incentivado por meio da relação entre empresas e seus empregados. A proposta do PVC é que as empresas participantes concedam um benefício de R$ 50 a seus trabalhadores, que deve ser utilizado para adquirir produtos e serviços culturais por meio de um cartão magnético. O valor é cumulativo e sem prazo de validade, o que permite ao usuário adquirir bens e serviços culturais de maior custo. Para as empresas não há incidência de encargos sociais e trabalhistas sobre o valor despendido a título de Vale-Cultura. Além disso, até 2016, sobre o valor despendido, as empresas tributadas pelo lucro real poderiam abater até 1% do valor do imposto de renda devido (BRASIL, 2012).

O Vale-Cultura foi concebido com o objetivo de possibilitar um acesso mais amplo à cultura, atuando como mecanismo de inclusão social: aproximadamente 38 milhões de trabalhadores do Brasil ganham até cinco salários mínimos[50]. Ao alcançar 10% desse total, o Programa faria circular cerca de R$ 2,3 bilhões por ano no setor cultural, o que superaria em quase R$ 1 bilhão os recursos anuais dedicados via incentivos fiscais da Lei Rouanet. Em virtude das expectativas, o Vale-Cultura já estava contemplado no PNC antes mesmo da sua implementação, que na meta 26, previa a concessão do benefício a 12 milhões de trabalhadores até 2020. Além disso, o PVC compunha uma das metas no Plano Plurianual (PPA) 2016-2019, que previa a concessão do Vale-Cultura a dois milhões de trabalhadores até 2019. Desde a sua implementação, mais de 536 mil trabalhadores foram beneficiados, utilizando uma rede com mais de 42 mil estabelecimentos que aceitavam o cartão como forma de pagamento. O consumo de bens

[50] Relação Anual de Informações Sociais (Ministério do Trabalho) 2016.

e serviços com o Vale-Cultura superou a marca de R$ 400 milhões[51]. Atualmente o programa foi descontinuado, limitando a análise para o período disponível de 2014 a 2017.

Há diversos agentes envolvidos no funcionamento do PVC: Governo Federal, Empresas Beneficiárias, Empresas Recebedoras, Trabalhadores Beneficiados e Operadoras de Cartões. Enquanto o Governo Federal se encarrega da base regulatória, as Operadoras de Cartões servem como mediadoras entre as empresas recebedoras e os trabalhadores beneficiados. As empresas beneficiárias são aquelas que oferecem o benefício ao trabalhador, sendo as responsáveis pelos depósitos dos valores no saldo do cartão. Contudo, os trabalhadores também contribuem com parte do recurso que alimenta o seu saldo. A depender do nível de salário dos trabalhadores beneficiados, a distribuição entre a contribuição da empresa e do trabalhador pode variar. Assim, trabalhadores que recebem um salário mínimo contribuirão com apenas R$1,00 (e a empresa com R$ 49,00), enquanto trabalhadores que recebem entre 4 e 5 salários mínimos contribuirão com R$ 5 (e a empresa beneficiária com R$ 45,00). Dentre essas duas faixas limítrofes, existem outras três faixas de distribuição entre contribuição dos trabalhadores e empregados, conforme indica a figura 1. Como incentivo para que os empregadores adotem a medida, tem-se a não incidência de encargos trabalhistas sobre o valor do benefício. Assim, o PVC do trabalhador incentiva a criação de uma nova forma de apoiar o consumo cultural dos empregados.

[51] Dados enviados pelas operadoras do programa ao MinC até 22/02/2018.

Figura 5.5 – Contribuição ao Vale-Cultura em relação ao salário pago

Fonte: Ministério da Cultura.

É importante ressaltar que o Brasil não é o primeiro país a adotar políticas de incentivo ao consumo de cultura, que também pode ser chamado de *voucher* cultural. West (1986) identifica programas de incentivo ao consumo de arte e cultura, no Reino Unido e nos Estados Unidos, que datam da década de 1970. Todavia, o Vale-Cultura se diferencia dos demais mecanismos pois está direcionado aos trabalhadores, servindo como uma espécie de benefício trabalhista que empresas podem optar por oferecer. Assim, não atua apenas como uma forma de incentivar o consumo, mas também abre a possibilidade para a adoção de novas práticas nas relações de trabalho entre empregado e empregador.

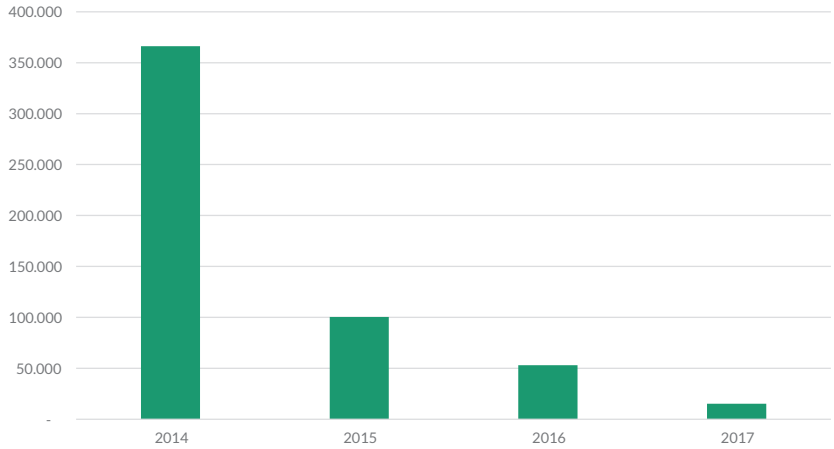
Towse (2010), ao analisar diversas características da demanda por arte e cultura, apresenta as vantagens do sistema de *vouchers*. Segundo a autora, o aumento da renda dos consumidores, por meio dos *vouchers*, aumenta a demanda de mercado em um setor e concede liberdade de decisão aos consumidores – que podem sinalizar suas preferências entre os diversos produtos e serviços oferecidos pelo setor cultural. Contudo, ela também ressalta as especificidades do

setor cultural como ressalvas para a interpretação de modelos econômicos de equilíbrio entre oferta e demanda nesses setores, visto que o consumo cultural pode estar atrelado a diversos fatores de decisão que não são considerados racionais pela teoria econômica – sendo a racionalidade um pressuposto nos modelos microeconômicos tradicionais de comportamento individual.

Em estudo recente, Souza, Machado e Domingues (2016) avaliaram as consequências econômicas da implementação do Vale-Cultura. Os resultados indicam que houve aumento do bem-estar dos portadores do benefício, além de terem ocorrido externalidades referentes ao recolhimento de impostos indiretos e de produção industrial ligados aos bens e serviços culturais adquiríveis via Vale-Cultura. Para tais constatações um modelo econômico foi utilizado a partir de bases de dados sobre consumo das famílias e da Matriz Insumo Produto, ambos divulgados pelo IBGE.

Os dados do *Atlas* permitem uma avaliação geral da evolução do Vale-Cultura enquanto política pública. Apesar de existir apenas uma amostra restrita em termos temporais, pode-se notar, a partir dos gráficos a seguir, que o PVC vem apresentando uma queda no alcance e no valor transacionado. O Gráfico 5.31 mostra que houve uma redução de mais de 70% no número de usuários do Vale-Cultura entre 2014 e 2015, a qual foi seguida por uma queda de 47% entre 2015 e 2016 e aprofundada na passagem para 2017, quando o número de usuários caiu 71,23% em comparação à 2016. Viu-se assim os beneficiários do Vale-Cultura diminuírem de 366.197 trabalhadores para 15.294, ao longo de toda a série, com uma média anual de 134 mil (77 mil na mediana, com desvio padrão de 159 mil).

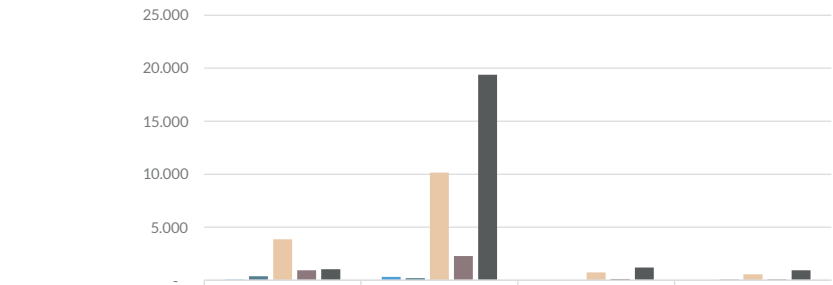
Gráfico 5.31 – Trabalhadores cadastrados no Vale-Cultura



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Ao observar o Gráfico 5.32, nota-se uma considerável variação entre 2014 e 2015, tanto no que diz respeito ao número de empresas receptoras quanto no que se refere à composição setorial, ainda que predominem, no caso de segmentos específicos, *Editorial* (36% na média do período) e *Música* (8%). É possível que tenha havido um aumento na participação de empresas receptoras como uma reação às expectativas de bons resultados em termos de consumo cultural para o ano de 2015, como de fato ocorreu (Gráfico 5.33). O consumo médio anual foi de R$ 136 milhões.

Gráfico 5.32 – Empresas recebedoras do Vale-Cultura, por segmento



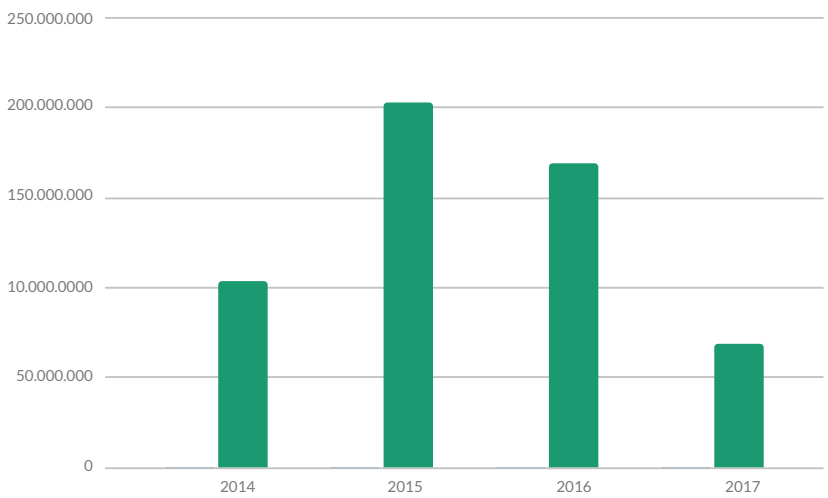
	2014	2015	2016	2017
Artes Cênicas e Espetáculos	52	331	20	9
Audiovisual	373	197	19	52
Editorial	3.867	10.152	736	561
Música	936	2.284	121	85
Outros	1.048	19.381	1.209	943

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Percebe-se, todavia, que o cenário positivo se inverteu em 2016, com uma queda brusca no número de empresas recebedoras participantes, bem como na redução gradual do nível de consumo via Vale-Cultura, conforme expresso no Gráfico 5.33. Uma das possíveis razões para esse movimento pode ser a descontinuidade dos incentivos via abatimento do imposto de renda sem que houvesse a inserção de outra política capaz de sustentar a manutenção do crescimento do programa e a fidelidade dos cadastrados. Assim, não apenas há queda no consumo via Vale-Cultura em termos de valores monetários, mas reduzem-se rapidamente os trabalhadores e as empresas cadastradas. É importante mencionar, no entanto, que a queda gradual do consumo contrasta com uma redução mais brusca das outras variáveis analisadas, o que pode significar algum impacto da política proposta pelo Vale-Cultura nos hábitos dos beneficiários no que diz respeito ao uso de bens e serviços culturais e criativos. Tal

fato poderia indicar uma capacidade efetiva da política pública em alterar as condições de demanda nos SCC para além do curto prazo.

Gráfico 5.33 – Consumo a partir do Vale-Cultura (em R$)



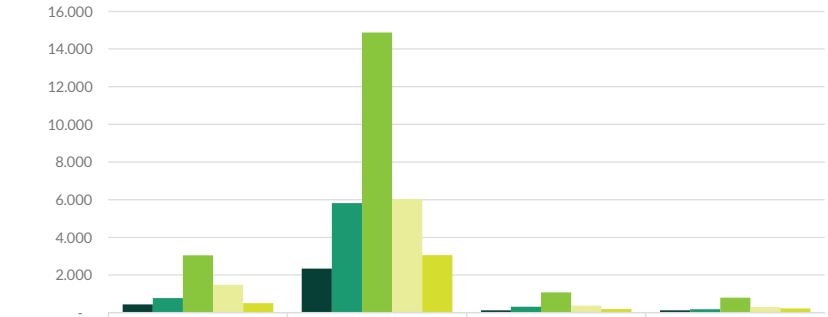
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Finalmente, importa atentar para a dimensão regional da utilização do Vale-Cultura (Gráfico 5.34 e Quadro 5.21). Novamente o destaque é a região Sudeste (47% do total), que concentra, com relação a todo o período, grande parte dos recursos, trabalhadores e empresas recebedoras. Em seguida, ressalta-se o papel da região Sul (19%), seguida pela região Nordeste (17%), Centro-Oeste (9%) e Norte (7%) se alternam na última posição.

Tanto no caso das empresas recebedoras quanto com relação ao número de trabalhadores e ao consumo via Vale-Cultura, enfatiza-se que as oscilações na variação parecem ser generalizadas, ou seja, pouco associadas às dimensões regionais. Por exemplo, os dados indicam que o número de empresas recebedoras em 2017 é da ordem de 4%

a 7% em relação ao número de empresas recebedoras em 2015, faixa de variação que vale para todas as regiões.

Gráfico 5.34 – Número de empresas recebedoras do Vale-Cultura, por região



	2014	2015	2016	2017
Norte	444	2.337	128	128
Nordeste	773	5.818	314	185
Sudeste	3.041	14.874	1.073	801
Sul	1.484	6.047	370	298
Centro-Oeste	501	3.052	196	228

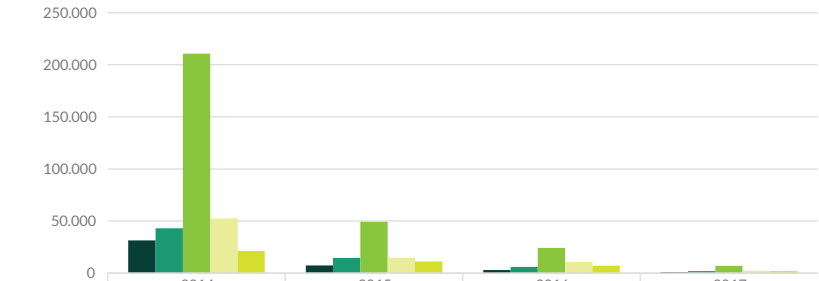
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Quadro 5.21 – Estatísticas descritivas – Número de empresas recebedoras do Vale-Cultura, por região

Região	Média	Mediana	Desvio Padrão	% Médio
Norte	759,25	286,00	1.062,33	7,22%
Nordeste	1.772,50	543,00	2.708,78	16,84%
Sudeste	4.947,25	2.057,00	6.692,67	47,01%
Sul	2.049,75	927,00	2.719,58	19,48%
Centro-Oeste	994,25	364,00	1.378,64	9,45%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Gráfico 5.35 – Número de trabalhadores beneficiados pelo Vale-Cultura, por região



	2014	2015	2016	2017
Norte	31.504	7.352	3.068	1.001
Nordeste	43.142	14.631	5.993	1.985
Sudeste	210.624	49.220	24.208	6.936
Sul	52.437	14.745	10.863	2.407
Centro-Oeste	21.173	11.140	7.232	2.104

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Quadro 5.22 – Estatísticas descritivas – Número de trabalhadores beneficiados pelo Vale-Cultura, por região

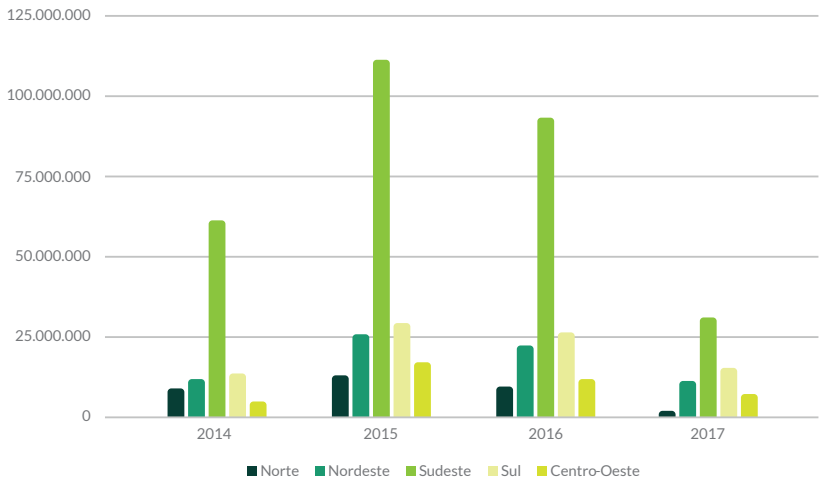
Região	Média	Mediana	Desvio Padrão	% Médio
Norte	10.731,25	5.210,00	14.098,81	8,23%
Nordeste	16.437,75	10.312,00	18.568,40	12,60%
Sudeste	72.747,00	36.714,00	93.542,70	55,77%
Sul	20.113,00	12.804,00	22.156,42	15,42%
Centro-Oeste	10.412,25	9.186,00	8.071,85	7,98%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura.

Com relação ao número de trabalhadores (Gráficos 5.35 e Quadro 5.22), o número médio de beneficiários do Vale-Cultura esteve, para todas as regiões, na faixa de 13% a 19% do número em 2015. Destaca-se aqui que a região Centro-Oeste foi aquela que menos sofreu variação negativa entre os dois anos, provavelmente por ser

a região com menor média anual de trabalhadores beneficiados. A região sudeste concentra 56% dos beneficiários.

Gráfico 5.36 – Consumo via Vale-Cultura, por região (em R$)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 5.23 – Estatísticas descritivas – Consumo via Vale-Cultura, por região (em R$)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Norte	8.619.440	9.546.588	4.679.677	6,50%
Nordeste	17.959.176	17.154.093	7.473.906	13,54%
Sudeste	74.255.936	77.240.521	35.375.108	55,97%
Sul	21.323.107	21.019.681	7.869.244	16,07%
Centro-Oeste	10.510.198	9.834.659	5.559.442	7,92%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em Ministério da Cultura. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No caso do consumo em valores monetários (Gráfico 5.36 e Quadro 5.23), as variações regionais são mais significativas. Os valores para 2017 encontram-se situados no intervalo de 15% a 53% dos valores de 2015, o ano de melhor resultado da série histórica. Mais especificamente, as regiões que tiveram as maiores reduções no consumo via Vale-Cultura foram a Sudeste (que representa aproximadamente 56% do total) e a Norte, sendo a região Sul aquela que menos perdeu o nível de consumo, apesar da queda de aproximadamente 50% com relação à 2015.

BOX 5.4 – FINANCIAMENTO PÚBLICO: A DIMENSÃO SUBNACIONAL

A política cultural no Brasil, como foi visto, também inclui o aparato institucional presente nos estados e municípios. A existência das secretarias estaduais e municipais de cultura é acompanhada, em alguns desses entes federativos, por legislações que preveem mecanismos de financiamento a projetos culturais. Desse modo, o montante efetivo destinado à cultura no Brasil não deve ser resumido a apenas aos mecanismos previstos na legislação federal, mas também aos meios oferecidos pelas diferentes unidades federativas. Contudo, a contabilização desses recursos mostra-se mais complexa, dada a inexistência de uma base de dados consolidada que apresente as informações de maneira homogênea, seguindo os mesmos parâmetros e recortes. Os montantes repassados pelo mecenato federal e pelo FNC, por exemplo, são apresentados na base do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC), viabilizando uma análise detalhada do financiamento à cultura na esfera federal que não é possível de ser verificada em esferas subnacionais. Nesse ponto, vale retomar o caráter não-regulado das políticas culturais já mencionado neste capítulo. Ao que parece, não apenas a execução dos projetos de fomento cultural, mas também a própria disponibilidade de informações para acompanhamento das iniciativas subnacionais é prejudicada pela ausência de instâncias de cooperação e coordenação previstas por mecanismos legais de caráter definido, como se aborda mais adiante.

No caso específico das políticas de fomento estadual à cultura, é preciso reconhecer que elas se tornaram mais relevantes a partir do contexto de instabilidade política e econômica presente no início da década de 1990, que, por exemplo, suspendeu a existência do Ministério da Cultura[52]. De forma a contornar as incertezas referentes à continuidade de muitos projetos, os agentes culturais passaram a recorrer aos governos estaduais que, por sua vez, montaram uma estrutura de articulação política que garante

[52] Durante o governo de Fernando Collor, houve uma desestruturação do sistema federal de política cultural, com a extinção do Ministério da Cultura em 1990 (RUBIM, 2011).

um fluxo de recursos destinados à promoção da produção e do consumo de bens e serviços culturais e criativos, conforme demanda e possibilita cada realidade regional (CALABRE, 2009).

Assim como ocorre em nível nacional, os mecanismos utilizados são o fomento direto e o mecenato. É importante mencionar, todavia, que essas iniciativas diferem muito quanto ao nível de valores repassados, aos modelos de gestão, à abrangência setorial, ao tipo de ação apoiada, entre outras. Como já foi mencionado, existem incentivos associados à instauração do SNC, que preveem benefícios para as unidades federativas que estruturam sistemas subnacionais de cultura e regulamentam leis de fomento e fundos de cultura locais, cuja atuação se dá por meio de editais de apoio direto e de prêmios. Ainda, diversos estados apresentam mecanismos de renúncia fiscal para apoio privado a projetos culturais, via doações ou patrocínios advindos de pessoas físicas e jurídicas. Alguns estados também contam com carteiras especiais de crédito para produtores culturais, como Tocantins, Rio de Janeiro, Paraíba e Pernambuco (CUNHA FILHO, 2010).

A principal origem dos recursos utilizados no fomento direto estatual é a receita tributária das unidades federativas, advinda do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) (SEBRAE, 2013)[53]. A maioria dos estados administra os recursos destinados à cultura através de um fundo especial, à imagem do FNC. Esses recursos podem ser complementados por transferências e repasses do Governo Federal, tanto através de emendas parlamentares quanto por transferências do FNC e do FSA.

[53] Viu -se na introdução que as unidades federativas foram as principais afetadas pelas alterações na estrutura tributária brasileira ao longo da década de 1990, se comparadas com União e Municípios. Contribuem, por exemplo, para essa deterioração na capacidade de financiamento dos estados, a Lei Kandir, que desonerou as exportações de bens primários, cortando fontes de financiamento dos estados e a Lei de Responsabilidade Fiscal, que exige das unidades federativas a obtenção de superávits primários anuais. Nesse contexto, sendo o ICMS o principal imposto recolhido pelas unidades federativas e a maior fonte de receita para realização de gastos e investimentos, pode-se induzir que o fomento à cultura no ambiento das unidades federativas está condicionado ao desempenho das economias regionais, à capacidade de gestão fiscal, e às prioridades de políticas públicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresentou um panorama geral do fomento público à cultura e à criatividade no Brasil, apresentando a legislação e as instituições que respaldam o estímulo à cultura e a preservação da identidade cultural no País, além de analisar os principais mecanismos de financiamento à atividade cultural, por meio das esferas federal e estadual. A análise foi conduzida no sentido de reconhecer os limites que ainda se impõem à consolidação de um Sistema Nacional de Cultura (SNC), isto é, a uma rede institucional de colaboração entre os diversos entes públicos de diferentes âmbitos de forma a universalizar e democratizar o acesso aos bens e serviços culturais e criativos e elevar a contribuição dos SCC para o emprego e a renda no Brasil. Nesse sentido, viu-se que a estrutura de fomento público brasileira reflete alguns aspectos específicos da forma como foi concebida, sendo a dimensão federativa – ou seja, a capacidade de ação, coordenação e disputa dos entes públicos – um fator importante no sentido de pensar o porquê de algumas características das políticas públicas de fomento cultural no país: centralização geográfica, concentração setorial dos recursos e oscilações associadas à conjuntura macroeconômica. Tais limites identificados, no entanto, não impedem interpretar o SNC como uma forma alternativa de construção de instâncias de articulação e cooperação entre os governos nacional e subnacionais, visando a institucionalização de mecanismos de execução de políticas de fomento aos SCC.

Ao longo do capítulo, por exemplo, observou-se que a estrutura de fomento público à cultura no Brasil é basicamente alicerçada na legislação associada ao SNC, isto é, na existência do Plano Nacional de Cultura (PNC), do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) e do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), responsável por dois dos principais mecanismos de financiamento federal à cultura – o FNC e o mecenato (renúncia

fiscal). O órgão responsável pela operacionalização dessas normas, planos e diretrizes é o Ministério da Cultura, que tem, como entidades vinculadas, o IPHAN, o IBRAM, a ANCINE, a FCRB, a FCP, a FUNARTE e a FBN.

No âmbito do PRONAC, viu-se que o financiamento se dá predominantemente via mecanismo de mecenato, que representou 100% do total financiado pelo programa em 2020 e que apoiou de forma mais substantiva segmentos como *Artes Cênicas e Espetáculos*, *Patrimônio* e *Música*. Por outro lado, o FNC, mesmo com magnitudes menores de recursos, tem como principal segmento apoiado o de *Educação e Criação em Artes*. Enquanto os recursos do mecenato foram concentrados na região Sudeste, os recursos do FNC apresentaram melhor distribuição regional. Também se identifica uma queda no apoio via mecenato nos últimos anos analisados, que teve como principais motores, respectivamente, a queda no apoio via empresas estatais e via empresas privadas.

É importante ressaltar, ainda, a existência de políticas paralelas ao FNC e ao mecenato que possuem uma contribuição relevante para o desenvolvimento dos SCC no país. A primeira a ser destacada é a atuação do BNDES via Fundo Cultural (com empréstimos a fundo perdido, não reembolsáveis) e por meio de demais linhas de crédito (reembolsáveis), a qual financiou atividades culturais em um total de R$ 930 milhões em 2016, ano com maior montante financiado. Apenas R$ 46 milhões desse total foram obtidos do Fundo Cultural, sendo que o restante foi financiado por meio de empréstimos reembolsáveis. Existe uma diferença entre o padrão de apoio do Fundo Cultural e o padrão de apoio das demais linhas de crédito: enquanto no primeiro os principais segmentos, em 2016, foram *Patrimônio* e *Artes Cênicas e Espetáculos*, no segundo, os principais foram o *Audiovisual* e o *Editorial*.

Em seguida, vale destacar a importância do Vale-Cultura, uma iniciativa inédita em termos de democratização do acesso à cultura em escala federal, cujo efeito econômico se dá via demanda por bens e serviços culturais. Esse mecanismo de incentivo, entre 2014 e 2017,

apresentou seu pico em 2015, ano em que foram consumidos R$ 197 milhões via cartão Vale-Cultura, beneficiando principalmente os segmentos *Editorial* e *Audiovisual* e estando concentrado na região sudeste. Aqui, importa ressaltar como a mudança na conjuntura econômica parece ter afetado a capacidade do programa de continuar atraindo empresas e trabalhadores. As quedas substanciais na adesão em 2016 e 2017 evidenciam a instabilidade das políticas públicas destinadas à cultura em condições de recessão econômica e aperto fiscal. Por serem políticas não-reguladas, iniciativas como o Vale-Cultura são suscetíveis a mudanças no ambiente institucional e econômico do país, ponto a ser repensado como possibilidades de melhoria para programas alicerçados no fomento à cultura pela demanda induzida de bens e serviços culturais e criativos.

REFERÊNCIAS

ARRETCHE, Marta et al. Federalismo e igualdade territorial: uma contradição em termos?. **Dados: Revista de Ciências Sociais**, v. 53, n. 3, p. 587-620, 2010.

ARRETCHE, Marta. Quem taxa e quem gasta: a barganha federativa na federação brasileira. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba , n. 24, p. 69-85, 2005 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782005000100006& lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 23 Jul 2018. http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782005000100006.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). **Cultura e economia criativa.** Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/navegador/finalidades/cultura-e-economia-criativa/#/>. Acesso em: 23 jan. 2018.

_____. **Relatório Anual 2008**. Rio de Janeiro: BNDES, 2009. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/wcm/connect/site/7e587089-73ce-44d4-bb4e-539f0caa5a44/relatorio_anual2008.pdf?MOD=AJPERES&CVID=lk3OG5e&CVID=lk3OG5e>. Acesso em 15 jan. 2018.

BRASIL. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. **Diário Oficial da União,** Brasília, DF, 03 dez. 2010. Seção 1, p. 1.

_____. **As metas do Plano Nacional de Cultura**: 3ª edição. Brasília: Ministério da Cultura/Brasil, 2013. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10877/35301/2ª-edição- As--Metas- do-Plano-

Nacional-de- Cultura-até- a-meta-20.pdf/b7944750-f59f- 4e08-8235-a641aca30a6a>. Acesso em: 19 jan. 2018.

_____. **Estruturação, institucionalização e implementação do SNC**: Sistema Nacional de Cultura. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em:

<http://www.cultura.gov.br/documents/1099729/1429051/Documento+Básico+do+SNC.pdf/685edb37-c1c7- 4018-96ef- 37a7fd97c99c>. Acesso em: 19 jan. 2018.

_____. Emenda Constitucional nº 71, de 29 de novembro de 2012. Acrescenta o art. 216-A à Constituição Federal para instituir o Sistema Nacional de Cultura. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 30 nov. 2012, Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC e dá outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 1991, Seção 1, p. 30261.

_____. Decreto nº 5.761, de 27 de abril de 2006. Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 28 abr. 2006, Seção 1, p. 1.

_____. Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o vale-cultura; altera as Leis nº 8.212, de 24 de julho de 1991, e 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 dez. 2012, Seção 1, Edição Extra, p. 1.

BRASIL. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **O Iphan**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/872>. Acesso em: 25 jan. 2018.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). **O Ibram**. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/acessoainformacao/o-ibram/>. Acesso em: 25 jan. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. Resolução nº 1, de 1 de novembro de 2013. Aprova o Regimento Interno da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 6 nov. 2013, Seção 1, p. 6.

_____. **Orientações para elaboração de emendas parlamentares para o Ministério da Cultura.** MINC, 2015. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1297483/9.10.2015++emendas+parlamentares/8b9ae691-0420-47bc-9a91-7e320f85ff56>. Acesso em: 14 fev. 2018.

_____. **Projetos para emendas parlamentares: Ministério da Cultura 2016**. MINC, 2016. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1380320/Cartilha+Assessoria+Parlamentar.pdf/6e875e25-df19-4ae9-97cb-3f7141bd2aea>. Acesso em: 14 fev. 2018.

BRASIL. RECEITA FEDERAL. **Instrução Normativa RFB nº 1.700, de 14 de março de 2017**. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=81268&visao=anotado>. Acesso em: 20 mar. 2018.

BRASIL. SENADO FEDERAL. **Orçamento Federal**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/orcamento/sigabrasil>. Acesso em: 14 fev. 2018.

BRASIL. **Plano Plurianual**: 2016-2019. Brasília, Disponível em: <http://www.planejamento.gov.br/noticias/abertura-do-monitoramento-tematico-do-ppa-2017>. Acesso em: 23 jul. 2018.

BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos. A reforma do estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle. **Lua Nova**, São Paulo, n. 45, p. 49-95, 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451998000300004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 23 jul 2018. http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64451998000300004.

CALABRE, L. SIQUEIRA, M. ZIMBRÃO, A. LIMA, D. (org). **Anais do VI Seminário Internacional de Políticas Culturais**. Fundação Casa Rui Barbosa, 2015.

CALABRE, L. **Políticas culturais no Brasil:** dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2009.

COSTA, Camila Furlan da; MEDEIROS, Igor Baptista de Oliveira; BUCCO, Guilherme Brandelli. The financing of culture in Brazil between 2003 and 2015: a path for generating monopoly rent. **Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 4, p. 509-527, 2017.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Federalismo Cultural e Sistema Nacional de Cultura:** Contribuição ao Debate. Fortaleza: Edições UFC, 2010.

FRANZESE, Cibele. **Federalismo cooperativo no Brasil:** da Constituição de 1988 aos sistemas de políticas públicas. 2010. 210 f. Tese (Doutorado) – Curso de Administração Pública e Governo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2010.

KINAS, Fernando. A Lei e o Programa de Fomento ao Teatro para a cidade de São Paulo. Uma experiência de política pública bem-sucedida. **Revista Extraprensa**, v. 3, n. 3, p. 194-203, 2010.

MONTEIRO NETO, Aristides. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea. **Governos Estaduais no Federalismo Brasileiro:** Capacidades e Limitações no Cenário Atual. Brasília: Ipea, 2013. (Texto para Discussão 1894).

PAIVA NETO, C. B. Modelo federal de financiamento e fomento à cultura. In: RUBIM, A. A. C.; VASCONCELOS, F. P. (Org.). **Financiamento e fomento à cultura no Brasil**: estados e Distrito Federal. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 15-61.

PEACOCK, A. Welfare Economics and Public Subsidies to the Arts. **Journal of Cultural Economics**, v. 18, p. 151-161, 1994.

PIZZIO, A. SOARES, A. Economia Criativa e Gestão da Cultura na Cidade de Palmas – TO. **Revista Observatório**, v.4, n.3, p. 1015-1042, 2018.

QUEIROZ, Inti Anny. As leis de incentivo à cultura em São Paulo: panorama estadual e municipal. **Pensamento & Realidade**, v. 28, n. 4, 2013.

REIS, A. C. F. **Marketing cultural e financiamento da cultura**: teoria e prática em um estudo internacional comparativo. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

REIS, P. F. Política cultural no Brasil: análise do Sistema e do Plano Nacional de Cultura. In: BARBALHO et al. (Org.). **Cultura & desenvolvimento**: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011.

RUBIM, A. Crise e políticas culturais. In: BARBALHO, A. et al. (Org.). **Cultura e desenvolvimento**: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011.

SALICNET. SalicNet: sistema de apoio às leis de incentivo à cultura. Disponível em: < http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Mecenato cultural no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2014. Disponível em: <http://www.mapafinanciamento-cultural.org.br/imagens/catalogo.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2018.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea. **Financiamento cultural no Brasil contemporâneo.** Brasília: Ipea, 2017. (Texto para Discussão 2280).

SOUZA, G. F.; MACHADO, A. F.; DOMINGUES, E. Economic impacts of the Vale-Cultura (culture voucher): a computable general equilibrium model. In: 19th International Conference on Cultural Economics, 2016, Valladolid. **Anais...** Disponível em: <http://eventos.uva.es/file_manager/get_paper/4255>. Acesso em: 23 fev. 2018.

TOWSE, R. **A textbook of cultural economics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

WEST, E. G. Arts Vouchers to Replace Grants. **Economic Affairs**, v. 6, n. 3, p. 9–16, 2006.

ZIMBRÃO, Adélia. Políticas públicas e relações federativas: o Sistema Nacional de Cultura como arranjo institucional de coordenação e cooperação intergovernamental. **RSP Revista do Serviço Público**, v. 64, n. 1, p. 31-58, 2013.

Cap. 6

EIXO 4: COMÉRCIO INTERNACIONAL DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS

Pedro Romero Marques, Leandro Vieira,
Pedro Perfeito da Silva, André Moreira Cunha

O presente capítulo analisa a participação dos SCC brasileiros no mercado mundial de bens e serviços culturais e criativos. O objetivo primário consiste em avaliar a contribuição das atividades culturais e criativas no que diz respeito às relações comerciais brasileiras, atentando para o peso desses setores na balança comercial do Brasil, em termos absolutos e em comparação ao desempenho de outros países. Busca-se, dessa forma, apesar da restrição temporal dos dados, identificar possíveis tendências, potencialidades e desafios relativos ao processo de internacionalização dos empreendimentos

culturais e criativos domésticos. Isso permite um diagnóstico acerca do grau existente de inserção internacional dos SCC brasileiros, de forma a proporcionar dados qualificados, instrumentalizar as políticas públicas de incentivo e estímulo ao setor, além de possibilitar um melhor desenho e planejamento das estratégias empresariais nessa área.

Para avaliar de forma qualificada a contribuição dos SCC para o setor externo da economia brasileira, o capítulo descreve e ilustra os fundamentos que estruturam este mercado mundial de bens e serviços culturais e criativos, atentando para os países e setores que se fazem mais presentes e que atuam de forma mais competitiva nesse ambiente. Para tanto, a argumentação busca uma das abordagens mais atuais disponíveis, aquelas sobre as Cadeias Globais de Valor (CGV)[54], o instrumento analítico necessário para entender de que forma a estrutura global de produção e de trocas de bens e serviços culturais define o papel cumprido por diferentes SCC e diferentes países em uma economia internacionalizada. Assim, é possível compreender os SCC brasileiros a partir da posição que ocupam na economia mundial, identificando os gargalos à expansão de sua atuação e comparando as estratégias adotadas por outros países no sentido de promover a conquista de uma posição mais vantajosa nas redes de comércio mundial de bens e serviços culturais e criativos.

Cabe notar que o desempenho do setor externo é um dos principais condicionantes para o crescimento econômico e para o aumento do nível de renda nacional. Nesse sentido, analisar a evolução internacional dos SCC brasileiros, comparando-a com a trajetória de outros países e concebendo-a sob por meio da abordagem das CGV, permite estimar o potencial que existe, a médio e longo prazo, destes setores promoverem o crescimento e o desenvolvimento econômico no Brasil. Dessa forma, o Atlas cumpre seu objetivo de proporcionar informações qualificadas para mapear a inserção internacional dos SCC brasileiros e ao mesmo tempo proporcionar instrumentos para a proposição de políticas públicas voltadas a metas de expansão externa.

Antes de apresentar os dados, é necessária uma ressalva metodológica acerca do tratamento dos bens e serviços culturais e criativos em termos do

[54] Do original em inglês *Global Value Chains*. Outra abordagem na fronteira da análise econômica das transações internacionais é aquela baseada na Complexidade.

comércio internacional. Em primeiro lugar, deve-se mencionar novamente o desafio conceitual de definir quais são as atividades econômicas culturais e criativas (capítulo 2). Como abordado em Valiati e Fialho (2017), as complicações metodológicas advindas de uma indefinição acerca das especificidades das atividades culturais e criativas dificultam a realização de estudos específicos e a elaboração de políticas públicas direcionadas ao setor. No caso do comércio internacional, tal obstáculo afeta a maneira como cada país compreende e qualifica a produção cultural e criativa, sendo possível encontrar interpretações diversas sobre quais atividades estão incluídas nessas categorias. Isso dificulta uma análise conjunta e articulada do impacto dessas atividades sob uma perspectiva comparada e global.

Em segundo lugar, para além da dificuldade de definição, o cômputo do fluxo de bens e serviços culturais e criativos é uma tarefa complexa, em função de motivos que remetem ao próprio padrão de consumo desses produtos, consequência das transformações estruturais proporcionadas pela mudança técnica (capítulo 1). Essa particularidade está expressa, por exemplo, na possibilidade de consumir conteúdo audiovisual por meio de plataformas de *streaming* ou realizando *downloads*, indicando um fluxo de mercadorias e serviços que ocorre a uma velocidade expressiva em um espaço virtual, relegando a um segundo plano as fronteiras entre Estados nacionais que definem o comércio internacional e o diferenciam das transações domésticas.

Uma terceira peculiaridade diz respeito ao fato de que um único produto cultural pode ser utilizado por várias pessoas ao mesmo tempo (natureza de bem público não rival, conforme capítulo 1), indicando um consumo em escala que muitas vezes contrasta com as condições locais de produção do bem e que dificulta, em termos de mapeamento desse consumo, a coleta de dados e a construção de estatísticas acerca dos efeitos da produção cultural e criativa sobre as economias (MARVASTI, 1994).

Uma quarta dificuldade com relação à análise do comércio internacional de bens e serviços culturais deve-se aos poucos dados disponíveis. Conforme Schulze (2011), poucos são os países, dentre os 192 membros das Nações Unidas, que disponibilizam dados completos sobre suas atividades de exportação e importação no âmbito cultural e criativo. Em muitos desses países, a consolidação das atividades culturais e criativas enquanto setores econômicos específicos ainda se encontra em processo de institucionalização, o que acaba

gerando dificuldades no processo de identificação e de mapeamento dessa produção em termos da economia nacional e, mais ainda, no que diz respeito às atividades de exportação e importação. Esse ponto ressalta a importância de o Atlas proporcionar renovado ímpeto para a retomada do desenvolvimento da CSC no Brasil

Deve-se considerar finalmente que uma parte relevante das transações internacionais que envolvem bens e serviços culturais e criativos é efetivada via pagamentos de *royalties* e não pelo intercâmbio de mercadorias físicas. E os dados sobre tais pagamentos não são fáceis de serem encontrados e sistematizados. Nesse caso, há a ausência de importantes indicadores, como por exemplo o conteúdo criativo digital comercializado *online* e os ganhos com direito de propriedade (SCHULZE, 2011).

Pondera-se, assim, que o presente capítulo também está sujeito a essas limitações metodológicas e empíricas. Isso não significa, contudo, que as amostras nacionais e internacionais aqui apreciadas sejam menos importantes para promover uma visão geral da posição internacional desempenhada pelos SCC brasileiros. Mais do que as conclusões preliminares que o tratamento dos dados permite fornecer, importa aqui construir uma perspectiva do papel cumprido pelo Brasil no mercado internacional de bens e serviços culturais e criativos a partir de sua comparação com o desempenho dos principais países exportadores nesse contexto, bem como atentar para estratégias privadas e políticas públicas que podem ser adotadas no sentido de fortalecer a participação cultural e criativa do Brasil no cenário internacional.

O capítulo está dividido em quatro seções além dessa introdução e das considerações finais. A próxima seção introduz o conceito de Cadeias Globais de Valor (CGV) e mostra como ele auxiliar a medir a relevância dos SCC brasileiros em relação à rede de produção e comércio global, servindo como ferramenta para facilitar o entendimento do conteúdo tratado neste capítulo. A segunda seção oferece um panorama do comércio global de bens e serviços culturais e criativos. O objetivo é apresentar uma compreensão geral dos principais atores globais e dos principais produtos e serviços comercializados, de forma a situar o Brasil neste cenário. A terceira seção abarca a análise dos dados propriamente dita, que, por meio de vários níveis de desagregação, ilustra a participação dos SCC brasileiros nas exportações e importações mundiais. A última seção serve de complemento aos resultados

da seção anterior, permitindo efetuar comparações. Nela, procura-se descrever sucintamente como outros países estão inseridos nas cadeias globais de valor culturais e criativas, atentando para os setores mais dinâmicos e as políticas e estratégias adotadas por essas experiências nacionais particulares.

AS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR E SUA RELEVÂNCIA PARA OS SCC BRASILEIROS

As abordagens que tratam das CGV possuem o objetivo de explicar o funcionamento e a estrutura da economia global atentando para todos os processos e etapas necessárias para a produção de um bem ou de um serviço. Mais especificamente, procuram fornecer um entendimento ampliado do processo produtivo e sua segmentação, considerando que a elaboração de um produto envolve desde a escolha de seus insumos até sua distribuição para o consumidor final. Ao longo dessa trajetória, incluem-se atividades como o *marketing*, o *design* e outros processos paralelos que agregam valor ao produto final e que congregam empresas de diferentes especialidades em uma rede ou cadeia de produção (LEE, 2010; PINTO; FIANI; CORREA, 2017).

Na prática, portanto, o conceito de CGV remete à existência de redes globais de produção, comércio e prestação de serviços, que definem a maneira como as empresas de diversos países se relacionam no mercado global. As CGV explicitam que, atualmente, a confecção de certos bens e serviços ocorre de forma segmentada em diferentes processos produtivos. Cada setor, cada empresa e, finalmente, cada país, acaba se tornando responsável por poucas etapas específicas desse processo, que, ao final, resulta em um bem ou serviço a ser comercializado. Nesse sentido, conforme afirma Carneiro (2017), a abordagem das CGV se preocupa com as questões relativas à segmentação geográfica das redes de produção global, atentando para os aspectos de governança inseridos nessas redes, os quais determinam as posições de cada país no cenário internacional em termos do seu grau de competitividade.

É relevante perceber que as CGV representam tanto um fato observável na evolução das economias de mercado a partir da segunda metade do século XX quanto um modelo analítico que permite identificar, para cada produto ou setor, os elos articulados entre empresas, países e trabalhadores na geração

de um produto ou serviço específico (GEREFFI; FERNANDEZ-STARK, 2016). Com relação a sua existência enquanto realidade histórica, vale mencionar que esse tipo de organização da estrutura produtiva em termos globais só foi possível de ser alcançada graças a três condições (PINTO; FIANI; CORREA, 2017): a alteração na estratégia de atuação das empresas transnacionais em relação às décadas anteriores, as mudanças nas regras internacionais que resultaram do processo de abertura comercial e financeira e, finalmente, a incorporação de novas tecnologias de informação e automação. Essas mudanças permitiram a descentralização dos processos relacionados à produção de um mesmo produto e facilitaram o trânsito de bens, serviços e capitais entre as fronteiras, reduzindo os custos de produção e de transação e dando forma às cadeias articuladas mundialmente.

A abordagem baseada nas CGV fornece elementos para a construção de um modelo analítico cujo objetivo é identificar e ilustrar os movimentos e as alterações das interações produtivas globais. Isso implica o estudo da conexão entre atividades e agentes dispersos geograficamente dentro de uma indústria, desde a produção dos insumos ao consumo do produto final, de forma a obter uma visão holística dos processos, mercados, padrões, tecnologias e outros elementos que adicionam valor à produção (GEREFFI; FERNANDEZ-STARK, 2016). Nesse sentido, as CGV proporcionam instrumentos para avaliar seis dimensões da economia contemporânea, sendo três globais e três locais.

As três dimensões globais consistem:

- No processo de transformação das matérias-primas em produtos finais;
- Na dispersão das indústrias em termos geográficos; e
- No papel que os países cumprem com relação às atividades produtivas e à governança das redes de produção e distribuição, por meio da identificação das formas que detêm mais poder nas cadeias.

As três dimensões locais, por sua vez, são:

- O contexto institucional pelo qual as indústrias analisadas estão inseridas na realidade social e econômica de cada país;
- O grau de atualização (*upgrading*), isto é, a capacidade dos produtores de assimilar inovações de forma a ocupar posições de maior vantagem em uma cadeia de valor; e
- As partes interessadas e os investidores potenciais em cada um dos atores locais das cadeias de valor, que tem papel importante na promoção do *upgrading*.

Essa breve explicação da noção de CGV e da sua aplicação para avaliar fenômenos econômicos globais e locais serve como ponto de partida para esclarecer a sua relevância no contexto de mensuração do comércio dos SCC. Como mencionado em outros capítulos, as atividades culturais e criativas são caracterizadas pela sua natureza diferenciada em relação à produção de outros bens e serviços identificados com as indústrias tradicionais. A produção, a comercialização e o consumo de arte, entretenimento, jogos digitais, softwares, atividades de publicidade, entre outros produtos culturais e criativos, passaram a representar uma parte considerável do valor adicionado na economia global ao longo da transição entre os séculos XX e XXI. Tal tendência decorreu do processo de perda de importância relativa das economias centrais em favor de uma nova configuração da estrutura produtiva, fortemente condicionada pela revolução digital e pelo início da era da informação. A reconfiguração da estrutura econômica elevou a importância dos SCC na medida em que a geração de valor simbólico, o foco na inovação informacional e o tratamento do produto em termos de *design*, publicidade e adequação flexível aos diferentes nichos de mercado passaram a influenciar novos padrões de consumo nas sociedades.

Essas mudanças contribuíram para a formação das CGV: sob um novo contexto, as grandes empresas transnacionais passaram a se concentrar nas atividades de maior lucratividade, isto é, na promoção da inovação, na estratégia de desenvolvimento e comercialização do produto. Posicionaram-se, assim, de forma nuclear nas redes de produção e comércio global em formação, assumindo para si uma estrutura formada por trabalhadores altamente qualificados e especializados – em *design*, *marketing*, gestão de marca, pesquisa e desenvolvimento e outras atividades associadas à indústria

cultural e criativa – e transferiram às firmas menores e de outras regiões – por meio de *outsourcing* e de incentivo à produção *offshore* – as atividades mais intensivas em trabalho e de menor lucratividade (LEE, 2010; PINTO; FIANI; CORREA, 2017; BAIR 2009).

Nesse contexto, as empresas transnacionais podem ser caracterizadas, entre outros atributos, por meio de seu papel central das CGV, uma vez que ocupam uma posição privilegiada em termos de competitividade dentro das diferentes cadeias. Como empresas-líderes, elas se tornaram capazes de influenciar a atuação das outras firmas que compõem as CGV, evidenciando o caráter hierárquico da organização da produção e do comércio global. Em outras palavras, tais empresas-líderes recebem a maior parcela da riqueza gerada ao longo do processo produtivo, e forçam as outras empresas a adaptar-se a essa estrutura produtiva, adaptação esta que ocorre por meio da ocupação dos espaços disponíveis ao longo das CGV. Portanto, as empresas que compõem as cadeias estão em constante processo de cooperação e conflito, movendo-se em busca da maior parcela possível do valor agregado global gerado (PINTO; FIANI; CORREA, 2017; GEREFFI, 1994).

Essa configuração da produção global, que concentra nas firmas líderes as atividades de maior valor adicionado, condiciona a existência de assimetrias com relação à absorção da quantidade de riqueza produzida e repartida entre as empresas, que se apresentam com diferentes graus de competitividade. No limite, essas discrepâncias entre as empresas se manifestam nas maneiras pelas quais os países se inserem nessas redes de produção e distribuição global, já que há sobreposição entre empresas e Estados-Nação em termos das origens das últimas, local de incorporação, residência dos acionistas/proprietários etc.

Assim, a diferenciação entre países desenvolvidos e em desenvolvimento resulta não apenas do grau de industrialização, conforme consta nas teses clássicas acerca do subdesenvolvimento dos países periféricos, mas depende da habilidade dos países de promover o *upgrade* das atividades econômicas mais rentáveis e melhor inseridas nas CGV (LEE, 2010). Em outras palavras, tem-se que a "deslocalização" e a "desverticalização" da indústria global, ao permitir a formação das CGV, também livram os países da necessidade de desenvolver processos autônomos e completos de industrialização. A possibilidade de ocupar espaços nas CGV em complementaridade às indústrias já

existentes permite aos países em desenvolvimento a inserção internacional a partir de nichos específicos, que podem gerar crescimento e renda na medida em que o nível de *upgrade* satisfaz a conquista de uma posição estratégica nas CGV.

As CGV, portanto, indicam o caráter heterogêneo da criação e distribuição da riqueza global, a qual está associada à capacidade das empresas de se afirmarem como líderes nessas redes de produção e, assim, terem acesso diferenciado a mercados e recursos (LEE, 2010). As empresas que controlam os estágios superiores da produção – detêm direitos de propriedade, são proprietárias das marcas e patentes, etc – têm maior e melhor atuação nos mercados internacionais.

Essa conclusão permite indicar os papéis exercidos pelos Estados e pelas instituições internacionais (OMC, FMI, Banco Mundial, etc.) nessa nova dinâmica da economia mundial. Em uma posição externa às CGV, os Estados e as Organizações Internacionais podem promover políticas ou instituir regras que facilitam ou restringem a capacidade de atuação das empresas de diferentes países nas diferentes CGV. Por isso, importa reconhecer que a hierarquia própria às CGV também depende das políticas de governo e das regras internacionais que regem o investimento direto estrangeiro e o comércio de bens e serviços; ou seja, dos incentivos industriais, da liberalização do comércio e dos capitais, da promoção da inovação, da regulação da propriedade intelectual, dentre outros mecanismos (PINTO; FIANI; CORREA, 2017).

Esse contraste próprio da governança das CGV, que pode interferir nas condições de competitividade das empresas e, portanto, nas possibilidades de projeção de um país na economia global, ilustra a história recente do comércio internacional nos SCC (IAPADRE, 2014). Alguns exemplos são fornecidos pela Rodada Uruguai do GATT em 1995; e pela Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais no âmbito da Unesco, ocorrida em 2005. Com relação à primeira, o ponto central das negociações foi a discussão acerca dos direitos de propriedade intelectual, que culminou na assinatura do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS – *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*). O TRIPS conseguiu impor sobre os membros da OMC a obrigatoriedade da adoção de diversas medidas de garantia à

propriedade intelectual, por meio de adoção de padrões que tornaram mais restritivas as possibilidades de patentes, fornecendo vantagens aos países desenvolvidos (e às empresas transnacionais oriundas deles) frente aos países menos desenvolvidos e as empresas baseadas na região. (DRAHOS, 1995; BRAITHWAITE; DRAHOS, 2000).

Por outro lado, a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais tinha como objetivo discutir as possibilidades de atuação de cada país em casos de controvérsias internacionais referentes ao comércio dos bens e serviços. Como afirma Álvarez (2015), o centro da questão era a autonomia e a legitimidade que a Convenção trazia em termos de fornecer instrumentos para a condução de políticas públicas culturais na esfera nacional. Estados Unidos e Japão – países cujas empresas eram líderes em setores como audiovisual, cultura digital e música – atuaram no sentido de impedir que a indústria cultural e criativa de outros países fosse fomentada pelas estratégias de proteção e de promoção das expressões culturais nacionais. Exemplos dessas práticas, as quais não foram bem-sucedidas, incluem as tentativas de aprovar emendas parlamentares de forma a reduzir a força normativa da Convenção, de barrar a consideração dos bens e serviços culturais como produtos diferenciados ou mesmo de reforçar a questão da propriedade intelectual já tratadas em outras instâncias multilaterais.

Dessa forma, percebe-se que há dificuldades em se construir arcabouços regulatórios que preservem algum equilíbrio nas condições de exportação e de importação de bens e serviços culturais e criativos. Esse ambiente, portanto, torna-se menos favorável à atuação dos países cuja competitividade e cujo grau de inovação tecnológica é menor que aquele já alcançado pelos países desenvolvidos. É preciso ressaltar que algumas questões institucionais como estas são relevantes na medida em que se reconhece que o sucesso da projeção dos SCC não depende apenas do grau de eficiência das empresas ou mesmo da formulação de políticas focadas de fomento e de incentivo. Ainda assim, é relevante que um país garanta a capacidade de *upgrade* de suas empresas nas CGV – o que passa necessariamente pela formulação de estratégias de inserção internacional e políticas de exportação.

Nesse sentido, é possível avaliar a posição internacional dos SCC brasileiros sob a ótica da inserção dos mesmos nas CGV. A análise dos dados relativos ao comércio internacional feita nas próximas seções visa a identificar

a posição que os SCC brasileiros ocupam ao serem consideradas as CGV e a estrutura de funcionamento da economia internacional. O objetivo é identificar quais são, dentre os SCC, os segmentos que conseguem se projetar internacionalmente de forma mais efetiva, o que pode ser medido pelo tipo de atividade desenvolvida e pelos números referentes às exportações e às importações desses setores. Ademais, a análise procura viabilizar uma compreensão generalizada desses segmentos em termos globais, identificando, assim, a posição relativa do Brasil frente a outras regiões que projetam seus SCC, sem desconsiderar os entraves estruturais advindos da ação das instituições internacionais e da hierarquia própria às CGV.

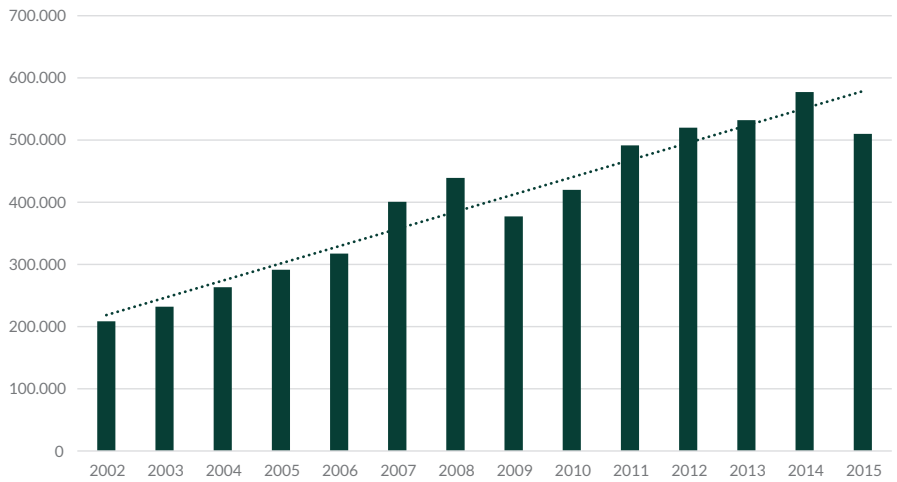
O PANORAMA GLOBAL DO COMÉRCIO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS E CRIATIVOS

Antes de proceder à análise específica dos SCC brasileiros, vale atentar brevemente para a configuração geográfica das CGV que envolvem as atividades culturais e criativas. Assim como acontece com outros setores da economia, as exportações dos SCC são uma forma de estimular a produção local, promover o crescimento das empresas via inserção externa e obter reservas internacionais, as quais contribuem para o desenvolvimento da economia nacional. Ademais, os produtos e serviços culturais são compostos também de elementos simbólicos e, por isso, disseminam as ideias e os valores de uma sociedade, contribuindo potencialmente para uma imagem positiva no país no exterior e aproximando o público consumidor residente no exterior da nação exportadora.

Apesar do tradicional foco no desenvolvimento local possibilitado pela atividade econômica cultural, a maior atenção dada à atividade econômica associada à cultura e à criatividade se traduziu na possibilidade de identificar a contribuição da mesma para a economia em outras áreas. Assim, a partir dessa preocupação se pode notar, por exemplo, um crescimento do comércio internacional de bens e serviços dessa natureza, principalmente ao longo dos anos 2000. Para interpretar adequadamente a participação da economia criativa no comércio internacional, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) desenvolveu uma classificação

dos bens e serviços comercializados mundialmente relacionados aos SCC, dividindo-os em sete setores: Artesanato, Artes performáticas, Artes visuais, Audiovisual, Design, Editorial e Novas Mídias[55]. O Gráfico 6.1 apresenta os valores totais das exportações mundiais de bens conforme classificação da UNCTAD entre 2002 e 2015 e sua tendência linear no mesmo período.

Gráfico 6.1 – Exportações mundiais de produtos criativos (em US$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017). A linha apresenta uma tendência linear extrapolada dos dados anuais.

Nota-se que existem variações negativas em alguns anos, mas, de forma geral, há uma tendência sustentada de crescimento, de cerca de 144% entre o início e o fim do período. O valor médio anual exportado foi de US$ 398 bilhões, e o mediano de US$ 410 bilhões, com desvio padrão de US$ 120 bilhões. A desagregação desses valores está expressa no Gráfico 6.2, que descreve a evolução de cada segmento avaliado ao longo do período. Como se nota, as exportações mundiais do setor *Design* (eixo da esquerda) se destacam de forma expressiva frente ao desempenho de outros segmentos (eixo da direita), com um aumento de 169% entre 2002 e 2015, atingindo um total de US$ 318 bilhões e 62% das exportações de todos os setores associados à produção cultural e criativa identificados pela UNCTAD em 2015 (UNCTAD,

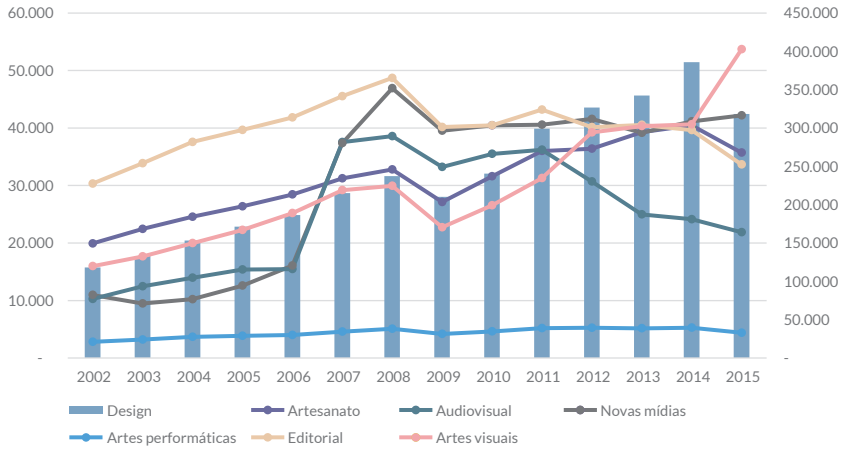
[55] Essa classificação de bens criativos difere da utilizada no Atlas Econômico da Cultura Brasileira. Por isso, os dados apresentados nesta seção podem diferir dos dados disponibilizados nos demais capítulos.

2017). Contribuíram para esse resultado as exportações de moda, joias e design de interiores.

Apesar dos números consideráveis em termos comparativos, nota-se que, em termos proporcionais, não foi o *Design* o segmento que mais cresceu. Entre 2002 e 2015, o ramo que teve a maior evolução foi o de Novas Mídias, principalmente em 2007 e 2008, compostas por mídias e jogos digitais, animações, *softwares*, etc. As exportações do setor passaram de aproximadamente US$ 11 bilhões de dólares para US$ 42 bilhões. Mesmo assim, apesar de ter quase quadruplicado seu valor em termos agregados, as Novas Mídias ainda não são muito representativas no comércio internacional de bens culturais e criativos, representando 8% do mesmo. O segmento de Artes Visuais também apresentou crescimento acima de 200% no período.

Esse fenômeno parece ter um paralelo com as condições de reprodução das tecnologias digitais nos diferentes ramos produtivos e da sua promoção enquanto fonte principal de inovação no período recente. É possível traçar o paralelo entre a ascensão das exportações de Novas Mídias e o crescimento marcado que o segmento *Cultura Digital* apresenta em termos domésticos no caso brasileiro, como foi possível observar tanto no capítulo acerca dos empreendimentos (capítulo 3) quanto no capítulo que trata do mercado de trabalho (capítulo 4) do Atlas. Assim como ocorre no Brasil, a importância dos bens e serviços associados à cultura digital aumentou de forma considerável, mas os mesmos ainda são recentes e pouco representativos no total em comparação com os setores mais tradicionais.

Gráfico 6.2 – Exportações mundiais de produtos criativos, por setor (em US$ milhões)*

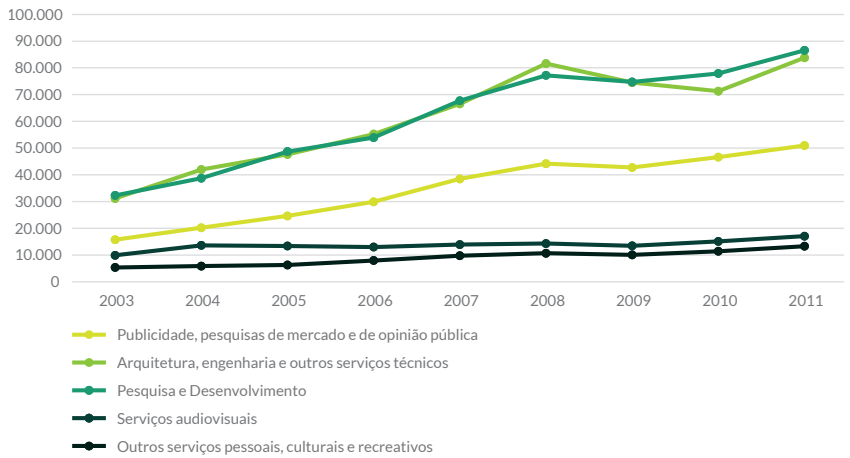


*Design no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

Além da evolução do comércio de bens, é interessante entender como os serviços culturais e criativos são comercializados internacionalmente. O Gráfico 6.3 mostra a evolução das exportações mundiais de serviços culturais e criativos a partir da classificação realizada pela UNCTAD e vai somente até 2011.

Gráfico 6.3 – Exportações mundiais de serviços criativos, por setor (em US$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

Como se observa, os serviços que envolvem Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) são aqueles que mais se destacam no período, seja por sua rápida evolução, seja porque são os mais relevantes em termos de valores transacionados (média anual de US$ 62 bilhões). Juntamente ao P&D enfatiza-se a importância dos serviços de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, que apresentam comportamento semelhante ao longo do período (e valores médios próximos, portanto). Na prática, a relevância desses segmentos indica, respectivamente, a venda de técnicas, processos, tecnologias e conhecimento para a produção e a movimentação do mercado de construção civil de forma geral, abrangendo o potencial artístico-arquitetônico que se conecta com esse tipo de atividade.

Nota-se, ainda, um crescimento acentuado das atividades de publicidade, pesquisas de mercado e de opinião pública (média anual de US$ 35 bilhões), que, como foi salientado nos capítulos anteriores, são em parte responsáveis também pelo dinamismo das atividades culturais e criativas no cenário doméstico brasileiro. Nesse caso, assim como o que foi mencionado acerca da *Cultura Digital*, parece haver um movimento global de crescimento da importância desse segmento. Serviços audiovisuais e outros serviços, com as exportações mensuradas no eixo da direita do gráfico, foram os menos dinâmicos no período (médias anuais respectivamente de US$ 14 e US$ 9 bilhões).

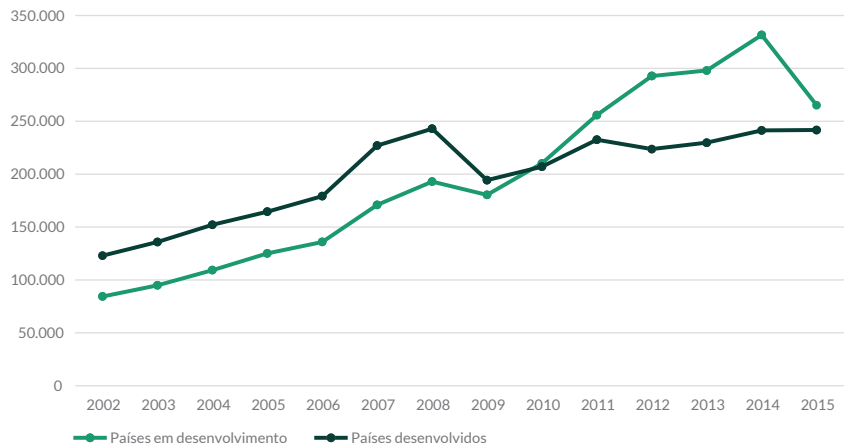
Sublinha-se, todavia, que as estatísticas de comércio internacional de serviços criativos tendem a ser subestimadas devido às diferenças nacionais de classificação dos serviços. Exemplo disso é a inexistência de informações sobre o comércio de serviços audiovisuais no caso dos Estados Unidos, muito embora a presença deste país seja mundialmente expressiva no que diz respeito a esse setor.

O Gráfico 6.4 oferece outra ótica de avaliação das exportações mundiais de bens culturais e criativos, separando as origens entre países em desenvolvimento (média anual de US$ 196 bilhões) e países desenvolvidos (média anual de US$ 200 bilhões), de acordo com o critério adotado pela UNCTAD. Como se pode observar, há uma clara transição, em termos de valor exportado, no ano de 2010, quando comparados os países nessas diferentes categorias. É justamente a partir desta inflexão que a taxa de crescimento do valor exportado se reduz para os países desenvolvidos e aumenta para os

países em desenvolvimento, indicando uma alteração na própria estrutura do ambiente internacional de comércio cultural e criativo.

Essa mudança, todavia, precisa ser qualificada. Conforme indica o Gráfico 6.5, a maior parte desse valor agregado nas exportações advém da expansão da economia cultural e criativa nos mercados asiáticos (média anual de US$ 195 bilhões, cerca de 49% do valor total médio para o período), sobretudo pela atuação da China, que se tornou recentemente o principal país exportador de produtos culturais e criativos no mundo. Nesse sentido, é possível questionar se o movimento de inversão das tendências realmente expressa a transição de um grupo de países para outro em termos de representatividade no comércio internacional de bens culturais e criativos, ou se a China, por suas características específicas, representa uma exceção e está enviesando os dados.

Gráfico 6.4 – Exportações mundiais de bens criativos, por grupo de países exportadores (em US$ milhões))



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

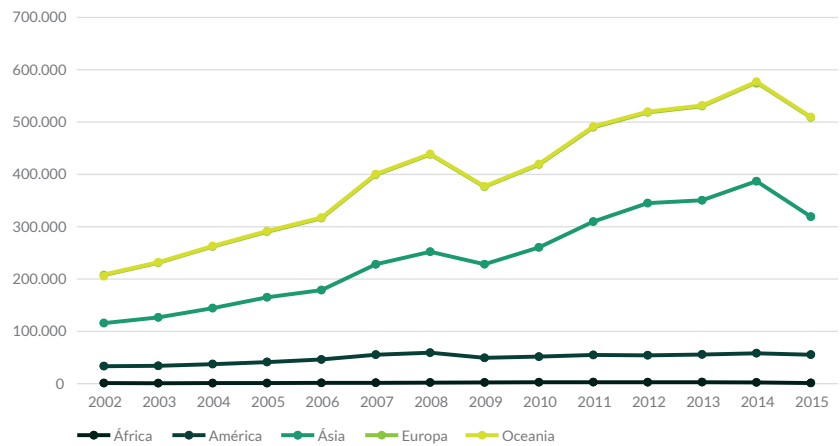
Ampliando a apresentação geográfica desses padrões, o Gráfico 6.5 mostra a evolução das exportações por continente. O resultado mais expressivo é o crescimento acelerado da participação asiática (medida no eixo da esquerda), que, em 2015, somou mais da metade de todos os produtos criativos exportados no mundo. Destacam-se, nesse contexto, China, Índia e Cingapura. Um tradicional mercado exportador, a Europa (mensurada tam-

bém no eixo esquerdo), mostrou perda de competitividade frente à ascensão asiática no período analisado, com uma média anual de US$ 154 bilhões, ou 39% do valor médio total). É notável, nesse sentido, que a variação anual das exportações europeias é bem menos expressiva do que aquela apresentada nos mercados asiáticos.

No mesmo gráfico, fica claro que África e Oceania permanecem como continentes pouco expressivos no panorama mundial – cada um sendo responsável por apenas 0,25% das exportações totais em 2015. Já o continente americano manteve uma posição intermediária, com valor médio anual de US$ 47 bilhões, representando 12% das exportações mundiais médias e influenciada pelo desempenho dos países da América do Norte: Canadá, Estados Unidos e México. O México é o país que lidera as exportações criativas na América Latina, enquanto a África do Sul é o maior exportador do continente africano.

Nota-se, com relação aos três últimos continentes mencionados, que as taxas de crescimento anual das exportações foram quase nulas. Apesar de isso esconder o fato de que alguns países crescem mais que outros em termos de exportação, é possível afirmar que as tendências de médio e longo prazo se mostram tímidas em termos de incremento da pauta exportadora com bens e serviços culturais e criativos.

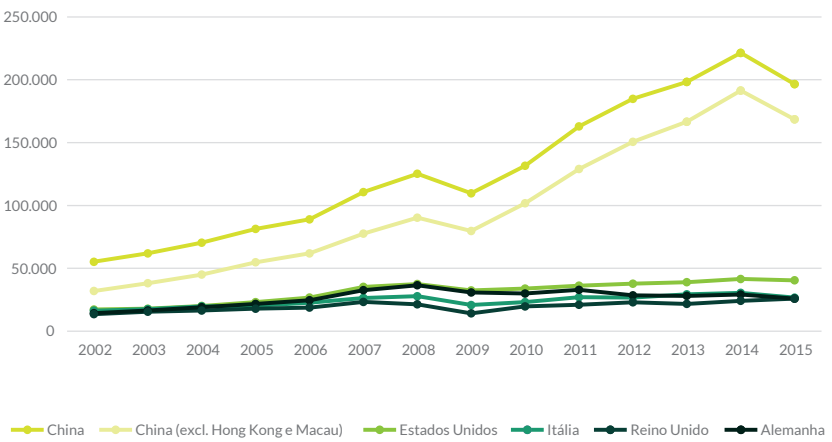
Gráfico 6.5 – Exportações mundiais de bens criativos, por continente (em US$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

O Gráfico 6.6 ilustra quais são os principais exportadores de bens culturais e criativos, dando um passo a mais na desagregação geográfica dos dados. Como mencionado anteriormente, a China se destaca em primeiro lugar (média anual de US$ 128 bilhões incluindo Hong Kong e US$ 99 bilhões sem o último – eixo da esquerda no gráfico), seguida de outros quatro países: Estados Unidos, (média anual de US$ 31 bilhões), Alemanha (média anual de US$ 26 bilhões), Itália (média de 24 bilhões por ano) e Reino Unido (US$ 20 bilhões anuais em média). Esses cinco países concentram mais de 60% das exportações mundiais dos SCC definidos pela UNCTAD, afirmando-se como potências no sentido de serem responsáveis pelo incremento mundial da capacidade da economia cultural e criativa em gerar valor nas cadeias produtivas ao longo das últimas décadas. Importa ressaltar, novamente, a diferença entre as taxas de crescimento dos países em questão. É possível notar, no caso da China, um incremento linear durante mais de cinco anos, enquanto os outros países oscilaram levemente, não demonstrando nenhuma tendência mais pronunciada de longo prazo.

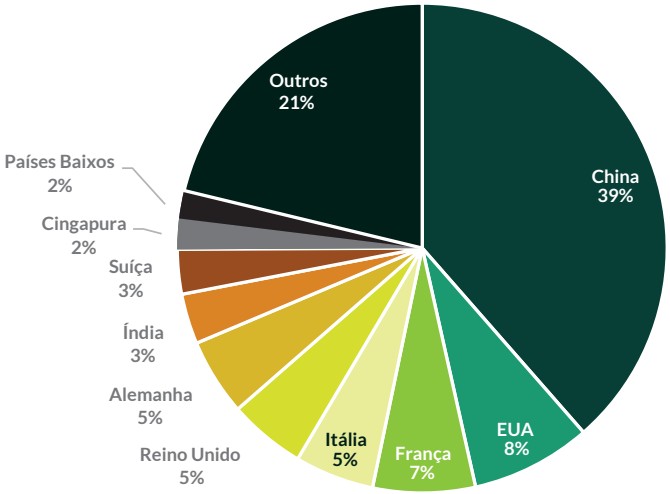
Gráfico 6.6 – Exportações de produtos criativos, cinco maiores exportadores (em US$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

O Gráfico 6.7 mostra a distribuição das exportações mundiais pelos 10 maiores exportadores em 2015. Nesse caso, tem-se a ilustração mais recente do panorama mundial com relação a esse indicador.

Gráfico 6.7 – Participação dos 10 principais países nas exportações mundiais de bens criativos (2015)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em UNCTAD (2017).

Nota-se que a presença dos países em desenvolvimento é pouco relevante entre os dez principais países exportadores e que, mesmo ao se considerar os 21% que abarcam outros países além dos nove maiores, estão misturados países como Canadá, Austrália e Japão, economias desenvolvidas.

Em resumo, os resultados do desempenho exportador de cada país dependem de muitos fatores, desde a organização doméstica/nacional das indústrias criativas até os marcos jurídicos, baseados em propriedade intelectual, para comercialização de bens culturais, passando por aspectos intangíveis, como o prestígio internacional do país. A internacionalização das indústrias criativas é um dos pilares das políticas estratégicas desenvolvidas por alguns países pioneiros na promoção da atividade cultural como meio para acelerar a transição econômica da manufatura para atividades de maior valor agregado. O Japão, por exemplo, tem desenvolvido programas para promover a internacionalização de empresas criativas com base em financiamentos público-privados em projetos de larga escala. Outros exemplos são o Reino Unido e a Alemanha, que apoiam sobretudo a exportação de pequenas e médias empresas do setor criativo (KIM; KIM, 2014).

OS SETORES CULTURAIS E CRIATIVOS BRASILEIROS NO MERCADO INTERNACIONAL

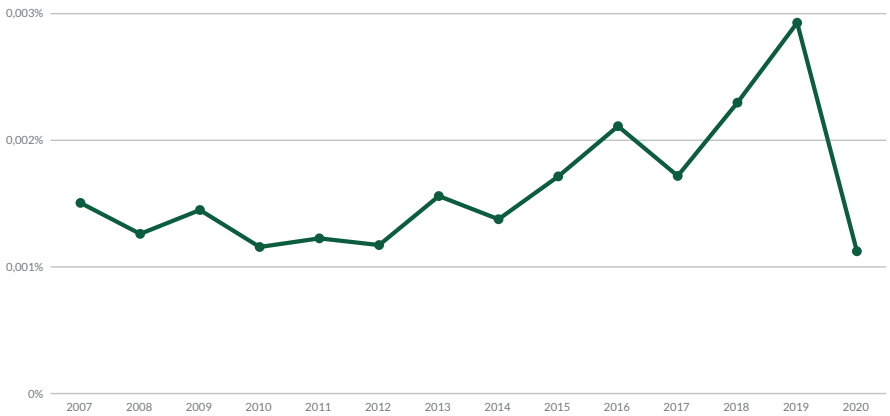
Uma vez reconhecidas as experiências dos principais atores internacionais com o comércio de bens e serviços culturais e criativos, o objetivo dessa seção é analisar os resultados recentes da economia brasileira com relação a esse quesito. É necessário enfatizar que os dados coletados para a economia brasileira apresentam certas peculiaridades, conforme discutido no capítulo 2.

Em primeiro lugar, é preciso observar que, em função da ausência de informações disponíveis, redundando em uma fraca significância em termos agregados, nem todos os segmentos apresentam dados para todas as variáveis analisadas. Em segundo lugar, é necessário reconhecer que as amostras variam no que diz respeito aos bens e aos serviços culturais e criativos. Com relação aos bens, os dados estão disponíveis para toda a série histórica entre 2007 e 2020. Para os serviços, todavia, os dados se limitam aos anos de 2014, 2015 e 2016, quando passaram a ser tabulados pelo MDIC[56]. Isso não impede, no entanto, que sejam retiradas conclusões válidas acerca da evolução recente do setor externo da economia brasileira com relação aos SCC.

Antes de uma apreciação mais detalhada, importa atentar para a participação dos SCC no comércio internacional total do Brasil. Os Gráficos 6.8 e 6.9 mostram que a participação dos SCC no total das exportações brasileiras varia, durante o período, entre 0,11% e 0,29% no caso dos bens (média de 0,16% e mediana de 0,15%, com desvio padrão de 0,05%), e crescem de 2,5% para 3,2% no que se refere aos serviços (média de 2,7% e mediana de 2,5%). Participações ainda pequenas, portanto, dado o peso histórico dos produtos primários na pauta exportadora, mas com clara tendência de expansão no período recente.

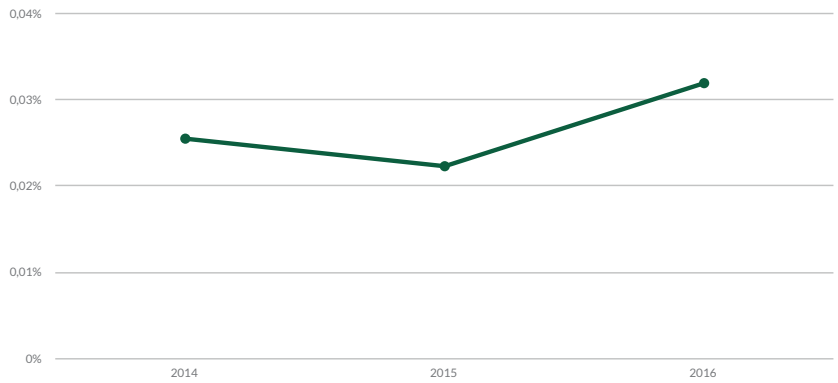
[56] A série de serviços foi descontinuada em 2020, portanto os dados ficaram restritos a esse triênio de análise.

Gráfico 6.8 – Participação dos setores culturais e criativos no total das exportações brasileiras de bens (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

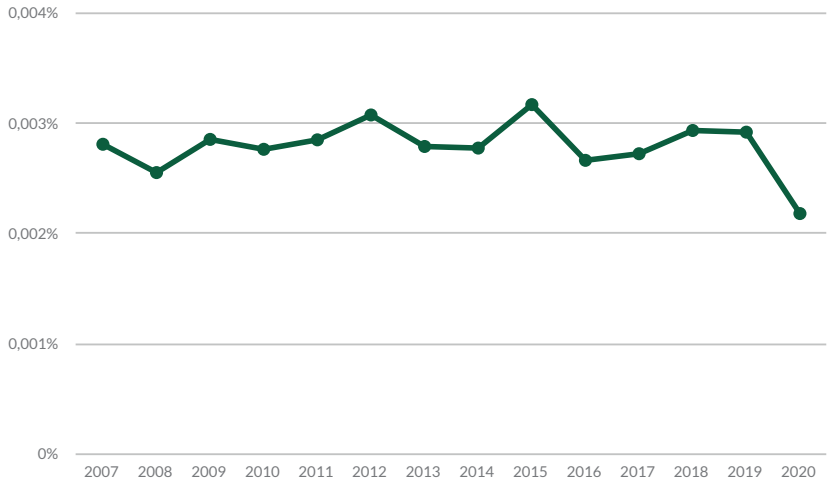
Gráfico 6.9 – Participação dos setores culturais e criativos no total das exportações brasileiras de serviços (2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

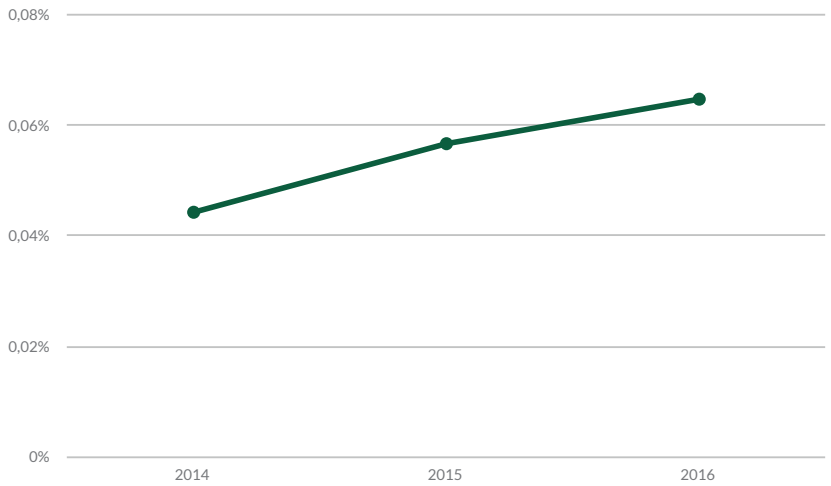
Em relação às importações, a parcela referente aos bens oscila entre 0,22% e 0,32% do valor total importado (média e mediana anuais de 0,28%), com expansão de 4,4% para 6,5% no caso dos serviços (média anual de 5,5% e mediana anual de 5,7%). A participação das importações de bens foram estáveis no período, ao passo que a importação apresentou tendência de elevação no total importado.

Gráfico 6.10 – Participação dos setores culturais e criativos no total das importações brasileiras de bens (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Gráfico 6.11 – Participação dos setores culturais e criativos no total das importações brasileiras de serviços (2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Apesar da importância relativamente baixa dos SCC no valor total referente às transações comerciais internacionais brasileiras, especialmente

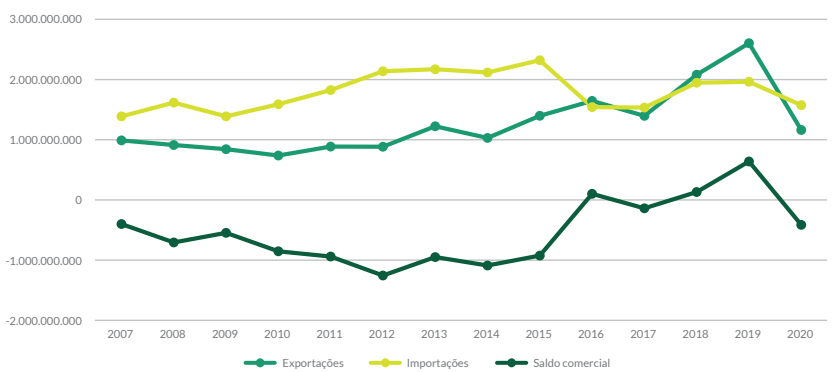
de bens, as experiências de outros países mostram que existem possibilidades de expansão do potencial externo das atividades culturais e criativas. A política pública pode desempenhar um papel relevante nesse sentido, apesar das restrições existentes e apresentadas na primeira seção sobre as CGV. Ressalta-se a importância do Altas de mapear a atuação externa dos SCC brasileiros para se efetuar um diagnóstico e possibilitar a atuação dos formuladores de políticas e mesmo, no caso do setor privado, redesenhar as estratégias empresariais de atuação internacional.

A análise a seguir fornece uma visão mais desagregada da estrutura dos SCC no que diz respeito ao comércio internacional, visando a identificar os gargalos e as potencialidades e tendências de crescimento que se apresentam no caso do Brasil e que compõem parte do diagnóstico referido no parágrafo anterior. São avaliações como essas, em conjunto com o estudo de trajetórias perseguidas por outros países, que tornam possível construir estratégias de fomento e expansão da competitividade dos SCC brasileiros no mercado internacional.

A evolução da balança comercial dos SCC brasileiros

O Gráfico 6.12 mostra a evolução da atividade comercial nos SCC brasileiros entre 2007 e 2020, atentando especificamente para a categoria *bens*.

Gráfico 6.12 – Balança comercial de bens culturais e criativos (em R$, 2007-2020)



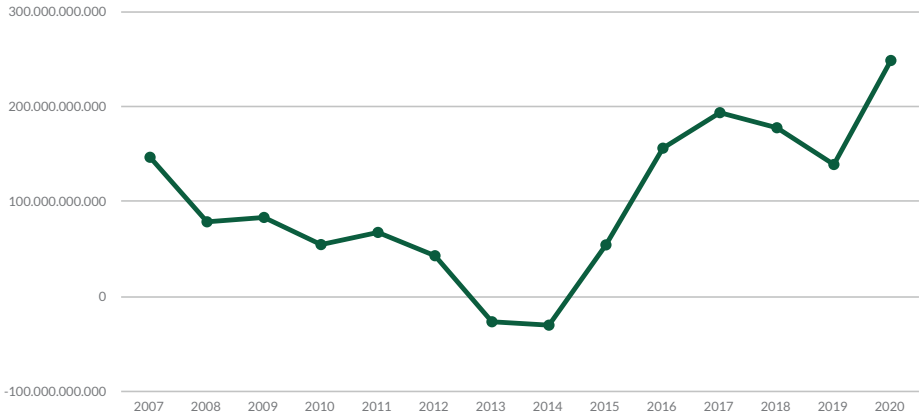
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação às importações, o período se caracteriza por uma tendência de crescimento, observável até 2015, quando então há uma queda brusca nos valores importados e a estabilização em um novo patamar. A média e a mediana anual para o período foram de R$ 1,7 bilhão. Ao comparar o total das importações em 2007 e 2020 ajustados pela taxa real de câmbio entre o real e o dólar americano, observa-se um aumento de 13% no valor total importado pelos SCC.

No caso das exportações, a série mostra uma reversão da tendência de queda apresentada até 2010, que é então substituída por um aumento gradual no valor exportado. Há uma forte queda das exportações em 2020, motivada pela crise de COVID-19. A média anual exportada foi de R$ 1,2 bilhão e a mediana de R$ 1 bilhão. Em 2016, 2018 e 2019 o valor exportado superou o total de importações, o que pode ser verificado a partir do saldo anual positivo da balança comercial de bens culturais e criativos do período. O saldo médio anual do período foi negativo em R$ 522 milhões, e o mediano negativo em R$ 623 milhões. Em 2019, último ano antes da crise, as exportações superaram em 163% o valor de 2007, o que indica uma melhora, em termos gerais, da balança comercial dos SCC ao se considerar a totalidade do período. Mesmo em 2020, houve um crescimento de 17% em relação à 2007.

Os resultados do saldo comercial de bens foram negativos em onze dos quatorze anos da série, o que indica tendência mais geral de comprar mais bens dos SCC do exterior do que vender a produção doméstica. Como detalhado no fim da seção, essa posição deficitária pode ser compreendida, em parte, como uma consequência das condições de participação dos SCC brasileiros nas CGV. Ademais, é preciso reconhecer que o saldo comercial dos SCC está fortemente associado à balança comercial do Brasil, isto é, responde, em alguma medida, às oscilações relativas ao comportamento global do setor externo da economia brasileira como um todo. Dessa forma, é esperado que a trajetória do saldo comercial dos SCC seja similar à trajetória do saldo comercial brasileiro apresentado no Gráfico 6.13. Cabe especular também em que medida esse movimento comum sugere que os SCC ainda não se consolidaram como um ramo dinâmico que "puxa" a atividade econômica de forma autônoma, conforme discutido no capítulo 1, e não como uma indústria que reflete a atividade econômica mais geral.

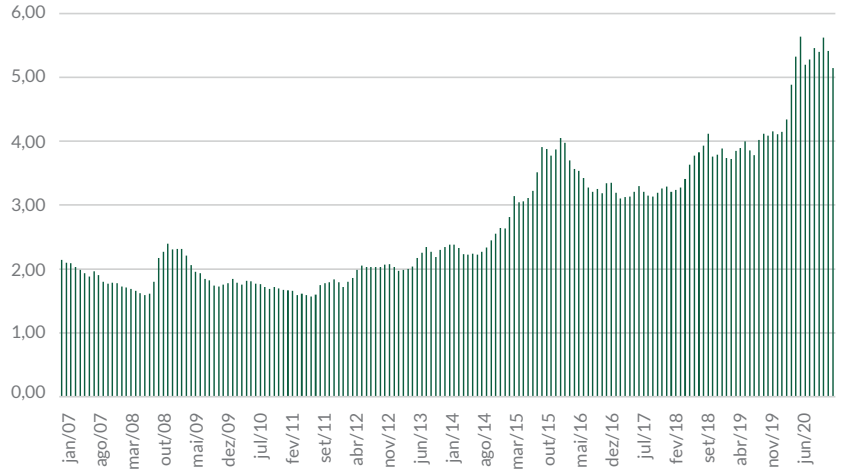
Gráfico 6.13 – Saldo da balança comercial do Brasil (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.13 mostra que o movimento de queda e recuperação da balança comercial dos SCC também pode ser observado na evolução do setor externo nacional como um todo. A grande diferença se dá em termos absolutos, pois a balança comercial brasileira apresenta superávit em quase todos os períodos. Dentre outros fatores, essa similaridade permite supor que a recuperação de ambas as curvas a partir de 2015 se deu em função da variação na taxa de câmbio dólar-real, que se elevou de forma a alterar a trajetória deficitária recente. O Gráfico 6.14 evidencia essa evolução da taxa de câmbio e fornece um quadro que permite analisar as diferenças entre o comportamento das exportações e das importações em bens e serviços culturais e criativos.

Gráfico 6.14 – Taxa de câmbio nominal R$/US$ (média mensal)



Elaborado pelo NECCULT com base no Sistema Gerenciador de Séries Temporais do Banco Central do Brasil (SGS-BCB)

A realidade da balança comercial dos serviços culturais e criativos pode ser avaliada pelo Gráfico 6.15. Embora a série temporal disponível para os serviços seja consideravelmente curta, fica claro que a tendência de reversão do saldo comercial mencionada para os bens culturais e criativos e para o setor externo nacional não se verifica para essa categoria, que mostra estabilidade. As exportações anuais médias foram de R$ 70 milhões (mediana de R$ 2 bilhões também), as importações médias anuais foram de R$ R$ 9,8 bilhões (mediana de R$ 10,6 bilhões). Assim, o saldo médio anual foi negativo em R$ 7,8 bilhões, e o saldo mediano anual ficou negativo em R$ 8,5 bilhões.

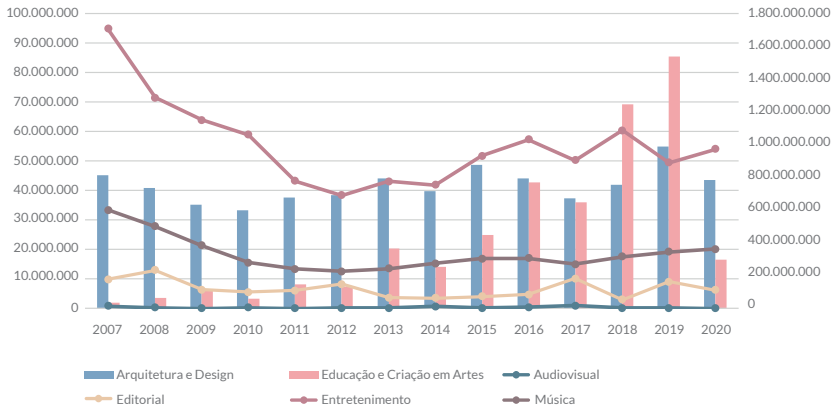
Gráfico 6.15 – Balança comercial de serviços culturais e criativos (em R$, 2014-2016)

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Enquanto entre 2014 e 2016 as exportações de bens aumentaram em 60%, as exportações de serviços cresceram 19%. No caso das importações, o movimento foi mais assimétrico: houve uma redução de 27% no caso dos bens e um crescimento de 35% no caso dos serviços.

As diferenças entre o comércio internacional de bens e serviços criativos pode ser verificada a partir da comparação entre os Gráficos 6.16 e 6.17, que detalham o valor exportado por segmento ao longo dos períodos mencionados. Os Quadros 6.1 e 6.2 mostram as estatísticas descritivas.

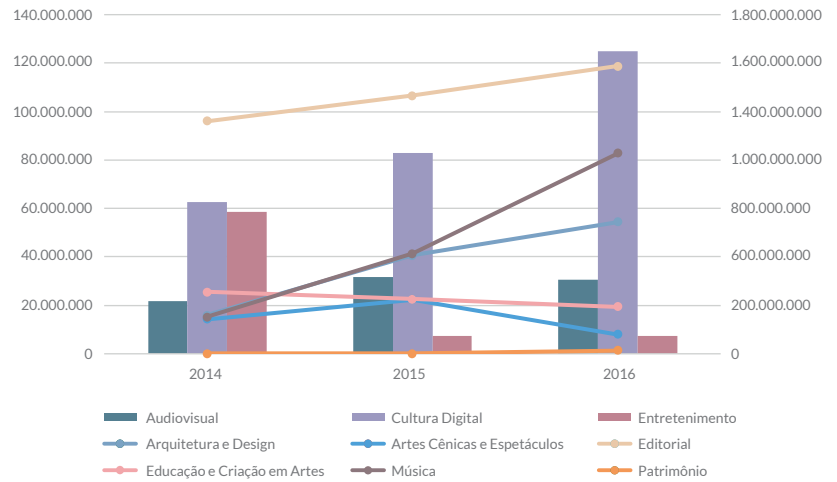
Gráfico 6.16 – Exportações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2020)*



*Educação e Criação em Artes e Arquitetura e Design no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 6.17 – Exportações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2014-2016)*



*Audiovisual, Entretenimento e Cultura Digital no eixo da direita

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.1 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	751.083.023	744.150.114	101.730.297	59,2%
Audiovisual	300.897	160.931	298.688	0,0%
Editorial	6.679.755	6.125.236	2.974.055	0,5%
Educação e Criação em Artes	437.069.216	275.058.381	463.211.651	34,4%
Entretenimento	55.577.521	52.819.111	14.599.860	4,4%
Música	18.471.675	16.938.912	5.841.859	1,5%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.2 – Estatísticas descritivas – Exportações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	36.959.346	40.565.496	19.463.630	1,8%
Artes Cênicas e Espetáculos	14.875.164	14.272.989	7.240.232	0,7%
Audiovisual	359.814.146	392.511.913	68.346.743	17,5%
Cultura Digital	1.158.348.639	1.067.896.876	408.138.748	56,2%
Editorial	107.164.290	106.608.267	11.346.579	5,2%
Educação e Criação em Artes	22.470.215	22.636.144	3.060.162	1,1%
Entretenimento	313.566.053	95.764.283	378.696.263	15,2%
Música	46.449.936	41.278.912	34.140.516	2,3%
Patrimônio	509.032	158.952	748.246	0,0%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Quadro 6.1 mostra que *Arquitetura e Design* representa quase 60% das exportações de bens no período, com uma média anual de R$ 751 milhões. *Educação e Criação em Artes* é o segundo segmento mais importante na média das exportações, respondendo por 34% do total (R$ 437 milhões na média anual) mas apresenta elevada variação nos valores ao longo do período. Especificamente com relação ao triênio 2017-2019, verifica-se um crescimento exponencial do valor exportado pelo setor *Educação e Criação em Artes*, consolidando uma tendência que vinha se desenhando desde o início da série temporal. Em termos efetivos, esse incremento no valor exportado representou um aumento de 137% em dois anos. Esse parece ter sido o principal motor do crescimento das exportações em bens culturais e criativos, uma vez que a única contrapartida considerável nesse sentido foi a oscilação em *Arquitetura e Design*, que experimentou uma redução de aproximadamente 23% entre 2015 e 2017, mas cresceu 47% entre 2017 e 2019, compensando as perdas do período anterior.

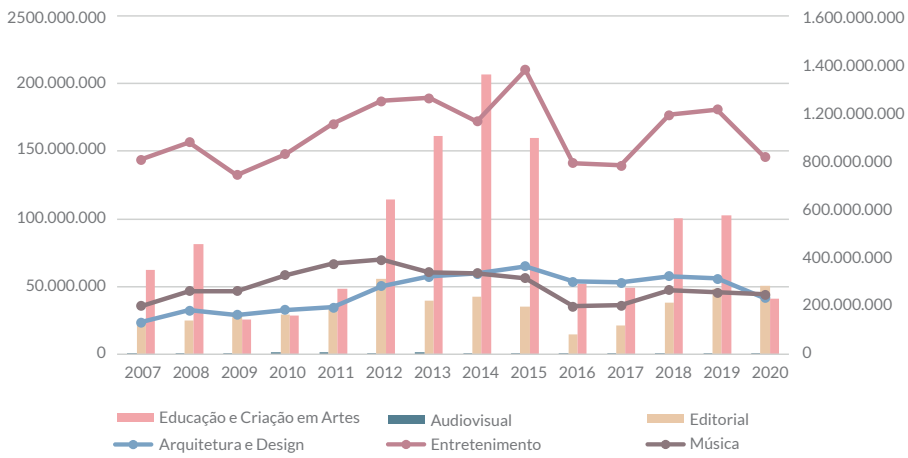
No caso dos serviços, o número de segmentos exportadores é maior. O Quadro 6.2 mostra concentração das exportações no segmento de *Cultural Digital* com um valor anual médio acima de R$ 1 bilhão (56% do valor médio total dos segmentos exportadores de serviços). *Audiovisual* (valor mediano anual de R$ 392 milhões) e *Entretenimento* (valor médio anual de R$ 313 milhões) completam os três maiores exportadores. Para essa desagregação, a dinâmica de crescimento é ainda mais expressiva que no caso dos bens. A despeito do setor *Cultura Digital* ter tido um incremento expressivo de 100% entre 2014 e 2016, a queda do setor de *Entretenimento* foi forte o suficiente (-87,3%) para contrabalançar os ganhos obtidos pelo valor exportado pelo primeiro. Isso explica, em parte, a diferença entre os resultados agregados em termos de crescimento do valor exportado na divisão entre bens e serviços culturais: para além das oscilações da taxa de câmbio, é possível identificar que houve um expressivo aumento das exportações de bens culturais e criativos, a qual não ocorreu da mesma maneira no caso dos serviços. Esse aumento foi liderado pelo setor de *Educação e Criação em Artes,* especificamente devido ao bom desempenho do comércio de artes plásticas, como quadros, pinturas e esculturas. Ainda assim, entre 2014 e 2016, as exportações dos serviços culturais e criativos foi maior que as exportações de bens dos SCC.

Apesar do resultado negativo da balança comercial dos serviços, é válido enfatizar que o desempenho favorável dos serviços em *Cultura Digital*

se deve à operacionalização de atividades relacionadas ao gerenciamento de redes e infraestrutura de tecnologia da informação (TI) e serviços auxiliares de processamento de dados. Da mesma forma, pode-se afirmar que o desempenho do setor *Entretenimento* em 2014 foi excepcional, o que permite indicar a realização da Copa do Mundo de futebol no Brasil como a principal explicação. Os dados referentes aos serviços culturais e criativos confirmam essa hipótese, na medida em que mostram que a maior redução entre 2014 e 2016 se deu em atividades como a organização e a promoção de eventos desportivos e em serviços fornecidos por atletas e esportistas.

Por fim, nota-se que, no caso das importações, tanto em relação aos bens quanto aos serviços (Gráficos 6.18 e 6.19 e Quadros 6.3 e 6.4), não se verificam movimentos tão expressivos quanto aqueles observados na exportação de bens do segmento de *Educação e Criação em Artes* e de serviços do segmento *Cultura Digital*. De maneira geral, as importações dos SCC brasileiros mostraram uma atividade comercial estável, com algumas oscilações, mas nenhuma tendência acentuada.

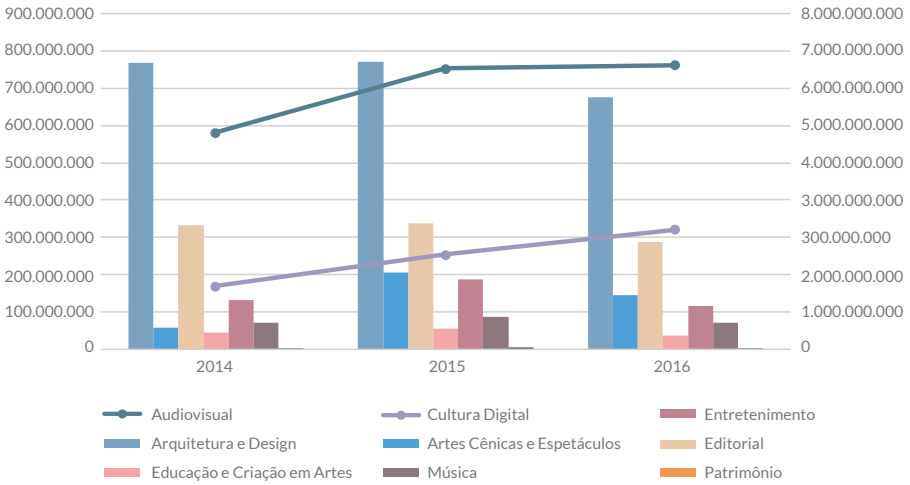
Gráfico 6.18 – Importações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2020)*



*Entretenimento, Música e Arquitetura e Arquitetura e Design no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 6.19 – Importações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2014-2016)*



*Audiovisual e Cultura Digital no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.3 – Estatísticas descritivas – Importações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	294.794.239	329.474.840	85.743.366	16,5%
Audiovisual	685.068	680.876	199.595	0,0%
Editorial	34.907.121	35.302.253	11.849.429	1,9%
Educação e Criação em Artes	88.011.318	71.766.774	55.856.255	4,9%
Entretenimento	1.048.959.232	1.046.099.740	149.145.423	58,6%
Música	323.842.543	301.405.862	72.457.189	18,1%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.4 – Estatísticas descritivas – Importações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	739.150.448	768.553.689	54.643.134	7,5%
Artes Cênicas e Espetáculos	135.777.068	145.520.602	74.130.187	1,4%
Audiovisual	6.216.089.719	6.694.239.199	903.900.968	62,9%
Cultura Digital	2.206.403.315	2.261.698.336	681.115.777	22,3%
Editorial	319.267.655	331.591.651	27.963.991	3,2%
Educação e Criação em Artes	44.957.186	44.350.500	9.601.069	0,5%
Entretenimento	144.007.803	130.555.020	38.083.776	1,5%
Música	76.476.248	71.928.467	8.384.152	0,8%
Patrimônio	2.153.106	1.410.892	1.614.371	0,0%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Quadro 6.3 mostra que o segmento de *Entretenimento* responde por quase 60% da importação de bens, com um valor médio anual de R$ 1 bilhão. Em seguida vem o segmento de *Música*, com cerca de 18% do valor médio total importado pelos segmentos listados (R$ 323 milhões). *Arquitetura e Design* fecha o conjunto dos três maiores importadores, representando 16% da média total, com quase R$ 330 milhões de valor mediano anual. O Quadro 6.4 mostra que o segmento *Audiovisual* representa quase 63% das importações anuais médias dos segmentos listados, com importações anuais medianas de R$ 6,6 bilhões. *Cultura Digital* responde por 22% das importações de serviços (valor médio anual de R$ 2,2 bilhões).

Importa destacar o crescimento das importações de serviços no caso deste último segmento. Retomando as argumentações realizadas nos capítulos anteriores, a condição nascente desse segmento na economia brasileira fornece razões para entender tanto o seu potencial exportador – forte demanda e alta rentabilidade – quanto o crescimento das importações – a posição brasileira nas CGV exige a compra de serviços no exterior, de forma a potencializar o

crescimento do mercado nacional via obtenção de tecnologia ou *know-how*. Exemplos de serviços importados são: infraestrutura para hospedagem em TI, manutenção de aplicativos e programas e serviços de acesso e uso de telecomunicação móvel em banda internacional.

Panorama das transações internacionais envolvendo os SCC

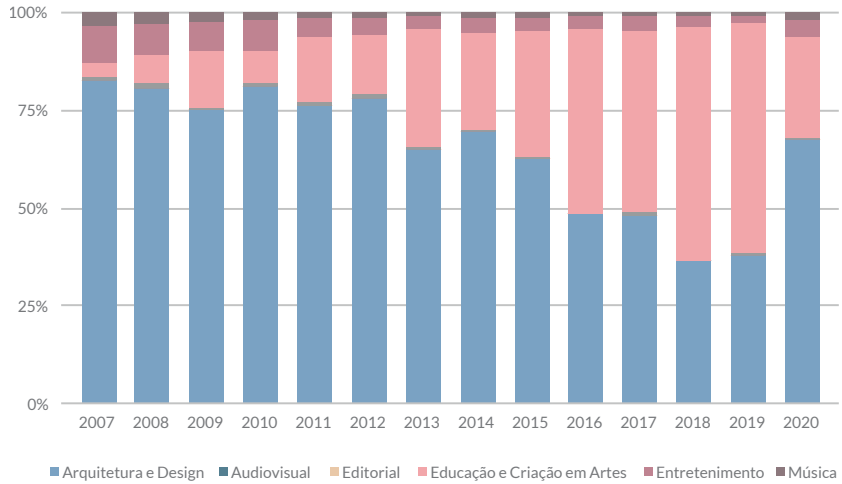
A seção anterior explicitou de forma breve a evolução do saldo comercial dos SCC ao longo dos últimos anos. Essa análise, todavia, não esgota o que os dados têm a oferecer sobre a realidade dos SCC em termos de inserção no mercado internacional. O objetivo desta seção, portanto, é apresentar um panorama da participação internacional dos SCC brasileiros, enfatizando os segmentos mais relevantes em termos de exportação e importação e as atividades que condicionam tal desempenho.

No que diz respeito ao valor exportado pelos SCC em termos de bens e serviços, vale retomar o que foi mostrado nos Gráficos 6.16 e 6.17. Especificamente no caso dos bens, para além do crescimento significativo do valor exportado em *Educação e Criação em Artes,* é necessário destacar o papel desempenhado pelo segmento de *Arquitetura e Design*, cujo valor absoluto exportado em bens foi o maior dentre os segmentos dos SCC em quase todos os anos da série (com exceção de 2018 e 2019). O comportamento dos dados com relação a esse setor no Gráfico 6.16 mostra estabilidade no que diz respeito à variação anual dos valores exportados, o que sugere que o segmento atingiu um grau de maturidade em termos de presença e competitividade internacional.

Como mostram o Quadro 6.1 e o Gráfico 6.20 a seguir, o segmento de *Arquitetura e Design* representou, até 2015, mais de 50% do total das exportações de bens culturais e criativos brasileiros, e cuja participação relativa só diminuiu devido ao aumento considerável do setor *Educação e Criação em Artes.* Mesmo assim, o segmento ainda é responsável por quase metade do valor exportado no últimos anos da série e quase terços na média do período, o que deixa claro sua relevância em termos de projeção internacional dos SCC brasileiros. Uma vez que se trata de bens, é importante perceber que a

maior parcela desse valor se deve à comercialização de produtos que estão associados ao *Design*: pedras preciosas, peças de metal e artigos de bijuteria e joalharia que são produzidos a partir desses materiais.

Gráfico 6.20 – Composição das exportações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Nota-se, ainda, que a participação dos segmentos *Entretenimento* e *Música*, que em termos de valor exportado correspondem ao terceiro e ao quarto mais relevantes, diminuiu ao longo do período. Ao se compararem os Gráficos 6.16 e 6.20, observa-se que essa redução é, no caso do *Entretenimento*, apenas uma reposta ao crescimento dos outros setores. No caso do setor *Música,* há uma redução do valor absoluto exportado dos bens, o qual foi motivado principalmente pela queda nas vendas de instrumentos de cordas[57].

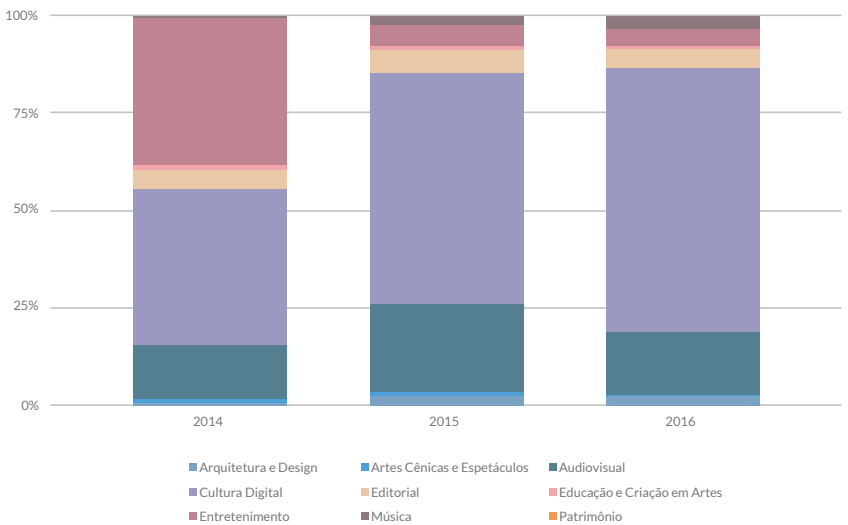
Com relação aos serviços, o Gráfico 6.21 e o Quadro 6.2 mostram que *Cultura Digital* é o segmento que tem a maior participação relativa em termos de valor exportado, a qual indica uma tendência de expansão. No biênio 2015-2016, aproximadamente 60% do valor total exportado em serviços se deu em função da atuação das atividades de *Cultura Digital*. Em 2014, essa parcela foi menor, particularmente devido à excepcionalidade do desempenho do

[57] Os detalhes acerca dos bens e serviços associados aos setores podem ser verificados nos anexos desse Atlas.

segmento *Entretenimento*, já discutido, o que explica o menor valor médio considerando o triênio.

A partir dos Gráficos 6.17 e 6.21, nota-se que, em condições normais, o segmento *Audiovisual* figura como o segundo mais importante em termos de valor exportado no caso dos serviços. A despeito do Gráfico 6.21 não expressar esse movimento, o valor exportado pelo *Audiovisual* aumentou 38,8% entre 2014 e 2016, majoritariamente liderado pelo licenciamento e pela cessão de direitos autorais em eventos esportivos, programas de TV e outros. Um segundo fator importante foi a exportação de serviços de legenda e dublagem em obras audiovisuais.

Gráfico 6.21 – Composição das exportações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (2014-2016)



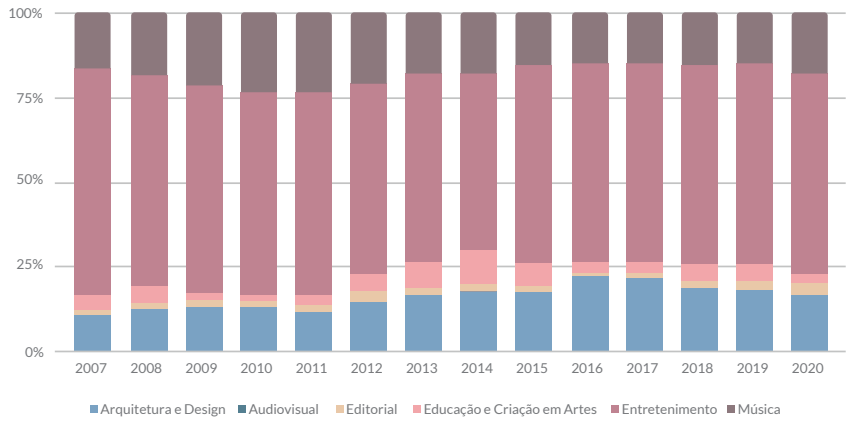
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

No que se refere às importações, vale observar novamente os Gráficos 6.18 e 6.19 e os Quadros 6.3 e 6.4 para observar os valores absolutos antes de avaliar os valores relativos. Em relação aos bens, destaca-se o alto valor referente aos segmentos *Entretenimento*, *Música* e *Arquitetura e Design*, cujos dados, por não apresentarem nenhuma tendência mais acentuada, indicam uma certa estabilidade do valor importado ao longo do tempo.

O Gráfico 6.22 permite avaliar que aproximadamente 60% das importações da produção dos SCC em outros países destinam-se a suprir a demanda do segmento *Entretenimento*, fato que é explicado pelo alto consumo de brinquedos importados. *Arquitetura e Design* e *Música* oscilam entre o segundo e o terceiro lugar em termos de valor importado, representando conjuntamente algo entre 27% e 37% do total, a depender o ano em questão. Com relação ao primeiro segmento, a relevância, assim como no caso das exportações, também se deve ao design de joias e bijuterias. Esse caso, no entanto, diz mais respeito a outros tipos de matérias-primas, majoritariamente ouro, prata e diamantes. Em *Música,* as importações se devem a instrumentos musicais, suas partes e acessórios. Destacam-se, nessa relação, os teclados, guitarras, contrabaixos, instrumentos de sopro e tambores.

É válido, ainda, mencionar as importações referentes ao segmento *Educação e Criação em Artes*, uma vez que, em 2014, o mesmo foi responsável por 10% do valor total importado dos SCC estrangeiros. As importações desse segmento, assim como as exportações, são relacionadas à compra de artefatos como quadros, desenhos, estátuas e esculturas, assim como antiguidades de mais de 100 anos.

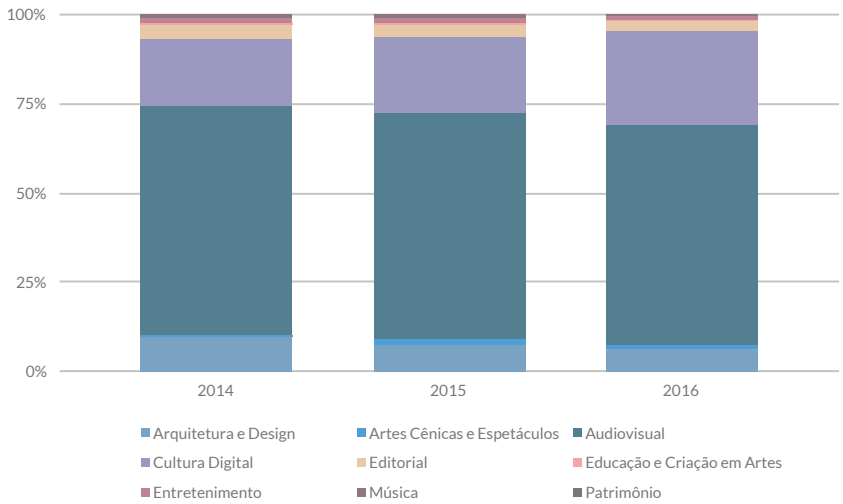
Gráfico 6.22 – Composição das importações de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

O Gráfico 6.23, por sua vez, corrobora o que está indicado no Gráfico 6.19 e no Quadro 6.4: a relevância das importações de serviços para o segmento *Audiovisual*. Como já mencionado, este representa mais de 60% de todo o valor importado nos três anos analisados, o que sugere um crescimento absoluto considerável dessas importações, uma vez que o crescimento das exportações em *Cultura Digital* pouco alterou a parcela referente ao *Audiovisual*. A explicação para essa crescente importância das importações também se deve, como no caso das exportações, ao licenciamento e cessão de direitos autorais para programas de TV, eventos esportivos e outras transmissões televisivas.

Gráfico 6.23 – Composição das importações de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

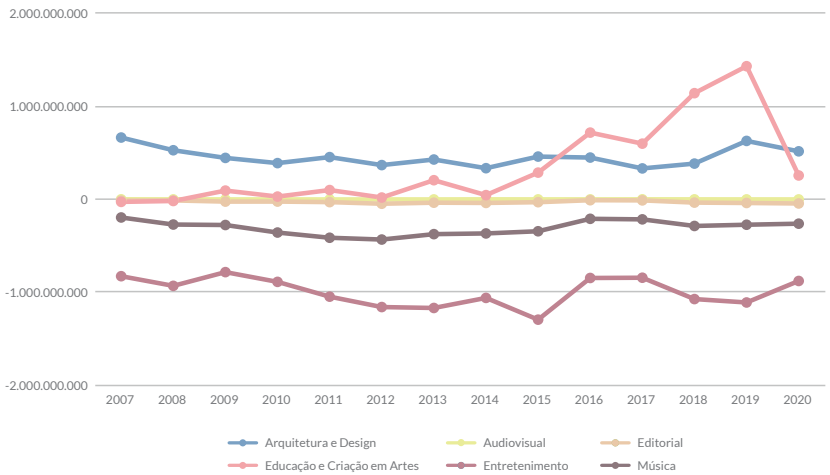
O maior valor acumulado, todavia, deriva dos serviços de distribuição de pacotes básicos de programação de televisão por assinatura, o que indica que o consumo de conteúdo televisivo pago no Brasil é pautado por programação de origem internacional. Faz-se relevante aqui atentar para o saldo comercial específico dessa atividade: apesar de o valor exportado em serviços de distribuição de pacotes básicos de programação de televisão por assinatura ser relativamente alto entre os serviços exportados, ele representa apenas o equivalente a 2,66% do valor total importado ao longo dos três

anos. Uma situação análoga que diz respeito à relevância das importações para o consumo cultural dos brasileiros é a participação, entre 1% e 3%, do segmento de *Artes Cênicas e Espetáculos*. Grande parte desse valor decorre de shows e apresentações ao vivo, atividade cujas importações excedem as exportações em mais de oito vezes.

Por fim, vale sublinhar que o segmento *Arquitetura e Design* apresenta uma participação decrescente tanto em termos relativos como em absolutos, como mostram os Gráficos 6.19 e 6.23. Apesar disso, algo entre 5% e 10% das importações de serviços dos SCC diz respeito a esse segmento. No caso, esse valor se explica, entre 92% e 96% a depender do ano, pelo licenciamento de direitos sobre a propriedade industrial, ou seja, pagamentos de *royalties*.

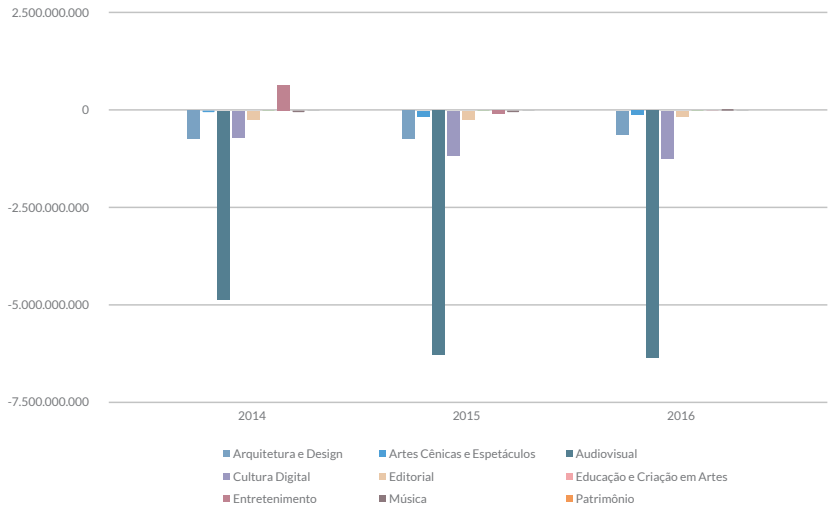
A apreciação dos SCC com relação aos valores importados e exportados pode, então, ser concluída a partir da análise do saldo comercial referente a cada um dos setores. O Gráfico 6.24 mostra a evolução da diferença entre exportações e importações de bens e o Gráfico 6.25, o saldo dos serviços.

Gráfico 6.24 – Saldo da balança comercial de bens dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base nos dados do MDIC. Reajuste pelo IPCA dezembro/2019.

Gráfico 6.25 – Saldo da balança comercial de serviços dos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Em resumo, podem ser observadas algumas características estruturais específicas da balança comercial cultural e criativa do Brasil. No caso do segmento de *Arquitetura e Design*, isso indica a competitividade do Brasil em termos do design de produto, especialmente relacionado à existência de pedras preciosas e semipreciosas utilizadas na fabricação de joias e bijuterias. No caso da *Educação e Criação em Artes*, pode-se observar a capacidade brasileira de inserção no mercado de arte internacional[58].

Em contrapartida, os maiores deficitários são *Entretenimento* e *Música*. Com relação ao último, parece haver certo grau de especialização do mercado brasileiro em alguns instrumentos musicais, os quais destacam-se como bens exportados, mas não geram renda suficiente para contrabalancear a necessidade de importação de outros tipos de instrumentos. Enfim, sobre o saldo negativo em *Entretenimento,* fica expressa a necessidade do mercado doméstico de importar brinquedos de diversos tipos, algo que pode ser motivado tanto pelo custo desses bens ou pela impossibilidade dos fabricantes brasileiros em

[58] Informações específicas sobre esse mercado podem ser obtidas por meio da Pesquisa Setorial Latitude: http://www.latitudebrasil.org/pesquisa-setorial/

suprir a demanda nacional. Os segmentos *Editorial* e *Audiovisual* apresentam saldo comercial deficitário, embora de menor magnitude.

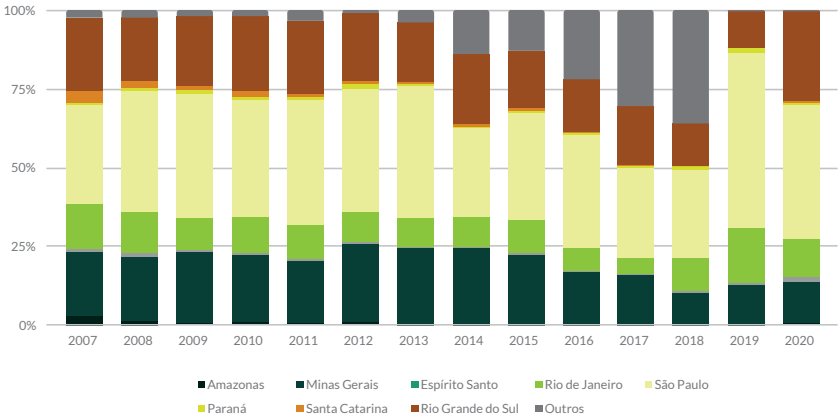
Em se tratando dos serviços, a balança comercial é ainda menos favorável para o Brasil, uma vez que quase todos os setores apresentam déficits ao longo da série analisada. A exceção é representada pelo segmento de *Entretenimento* no ano de 2014, o que pode ser atribuído à ocorrência da Copa do Mundo no Brasil. Nesse contexto, destaca-se o alto déficit no segmento *Audiovisual*, que destoa dos demais setores em termos de valor. Uma explicação plausível para esse fato reside no amplo consumo de conteúdo audiovisual vindo do exterior, uma característica peculiar do mercado brasileiro. Esse consumo se deve não apenas a produções cinematográficas e musicais, mas principalmente ao conteúdo de televisão por assinatura que se encontra disponível para os consumidores brasileiros.

A perspectiva regional da internacionalização: participação das unidades federadas no comércio internacional dos SCC

De maneira a complementar o panorama apresentado anteriormente, é relevante identificar como as unidades federativas contribuem em termos de exportação e importação de bens e serviços culturais e criativos. Em termos gerais, a concentração geográfica já verificada na análise dos eixos anteriores ocorre também no caso do comércio internacional, mostrando a relevância do estado de São Paulo para os fluxos internacionais dos SCC (38% do valor médio e mediano exportado de bens, mas 62% no caso dos serviços) e o reduzido número de UFs com exportações relevantes. Minas Gerais e Rio Grande do Sul respondem cada por cerca de 20% do valor médio anual total exportado de bens. Assim, apenas três UFs concentram mais de três quartos das exportações de bens. No caso dos serviços, depois de São Paulo apenas o Rio de Janeiro excede 28% de participação.

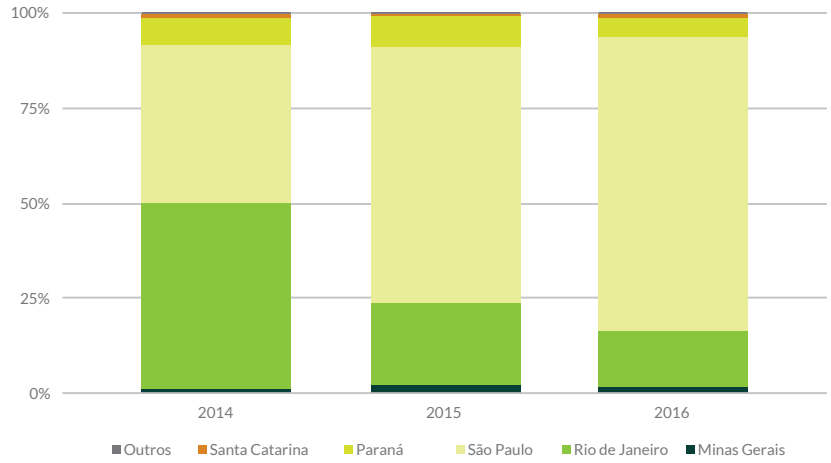
Os Gráficos 6.26 e 6.27 mostram a evolução da participação (em porcentagem) das UFs referente à exportação de bens e serviços culturais e criativos, e os Quadros 6.5 e 6.6 ilustram as respectivas estatísticas descritivas.

Gráfico 6.26 – Composição das exportações de bens dos setores culturais e criativos, por UF (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Gráfico 6.27 – Composição das exportações de serviços dos setores culturais e criativos, por UF (2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Quadro 6.5 – Estatísticas descritivas – Participação das UFs nas exportações de bens dos setores culturais e criativos (2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Amazonas	0,78%	0,58%	0,64%
Minas Gerais	19,15%	20,85%	4,79%
Espírito Santo	0,67%	0,63%	0,21%
Rio de Janeiro	10,69%	10,42%	2,98%
São Paulo	37,22%	38,05%	7,40%
Paraná	0,80%	0,86%	0,31%
Santa Catarina	1,14%	0,78%	0,98%
Rio Grande do Sul	20,06%	20,70%	4,37%
Outros	9,48%	2,84%	11,89%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Quadro 6.6 – Estatísticas descritivas – Participação das UFs nas exportações de serviços dos setores culturais e criativos (2014-2016)

UF	Média	Mediana	Desvio Padrão
Minas Gerais	1,95%	1,82%	0,51%
Rio de Janeiro	28,24%	21,64%	17,96%
São Paulo	61,89%	67,02%	18,27%
Paraná	6,70%	6,83%	1,18%
Santa Catarina	0,87%	0,91%	0,16%
Outros	0,35%	0,32%	0,11%

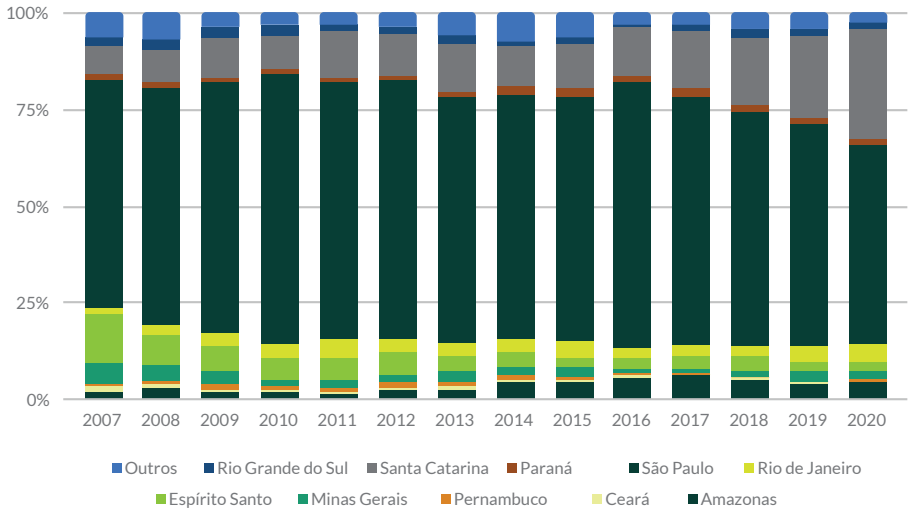
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Com relação ao Gráfico 6.26 e ao Quadro 6.5, nota-se que São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul lideram em termos de valor exportado ao longo do período. Entre 2007 e 2020, o Amazonas teve sua participação reduzida em 72%, enquanto Rio de Janeiro e Santa Catarina experimentaram uma queda de 15% e 36% de sua participação, respectivamente. A perda de

dinamismo no caso do Rio de Janeiro também é verificada com relação aos serviços (redução de aproximadamente 70%, apesar de manter um importante segundo lugar), a qual é compensada pelo aumento da participação relativa de São Paulo, que passa a responder por mais de 70% da exportação de serviços culturais e criativos em 2016.

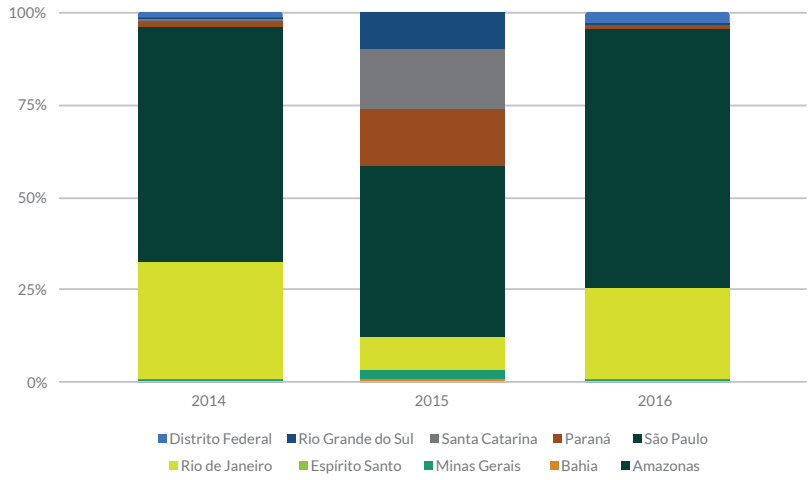
Os Gráficos 6.28 e 6.29 e os Quadros 6.7 e 6.8 mostram a participação das UFs nas importações de bens e serviços culturais e criativos e as respectivas estatísticas descritivas. Verifica-se que algo em torno de 63% do valor total importado pelas UFs que importam bens é realizado por São Paulo, e 60% no caso dos serviços. Esse fato não surpreende, uma vez que a UF concentra grande parte dos empreendimentos e dos empregos culturais e criativos do Brasil, conforme a análise feita nos capítulos três e quatro. Dado que as empresas, tanto de produção quanto de distribuição, de bens e serviços culturais e criativos se localizam em São Paulo, seria de se esperar que os insumos, produtos e serviços importados tenham como primeiro destino esta UF. No caso dos bens, sublinha-se a reduzida relevância das outras UF que detêm participações relevantes: Santa Catarina, por exemplo, obteve 13% da participação em importações de bens ao longo de todo o período. Em seguida vem o Espírito Santo, mas com elevada variação nos valores. E para os serviços o Rio de Janeiro também apresenta uma participação relevante (22% na média anual e cerca de um quarto na mediana anual). O ano de 2015 se destaca pelo desempenho excepcional da região Sul, que somou 41% do valor importado em serviços pelos SCC.

Gráfico 6.28 – Composição das importações de bens dos setores culturais e criativos, por UF (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Gráfico 6.29 – Composição das importações de serviços dos setores culturais e criativos, por UF (2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Quadro 6.7 – Estatísticas descritivas – Participação das UFs nas importações de bens dos setores culturais e criativos (2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Amazonas	3,7%	3,7%	1,7%
Ceará	0,7%	0,8%	0,4%
Pernambuco	0,8%	0,7%	0,4%
Minas Gerais	2,5%	2,3%	1,0%
Espírito Santo	4,8%	3,7%	2,9%
Rio de Janeiro	3,4%	3,3%	1,1%
São Paulo	62,9%	63,4%	5,0%
Paraná	1,6%	1,5%	0,4%
Santa Catarina	13,2%	11,6%	5,7%
Rio Grande do Sul	1,8%	1,8%	0,5%
Outros	4,6%	3,9%	1,7%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

Quadro 6.8 – Estatísticas descritivas – Participação das UFs nas importações de serviços dos setores culturais e criativos (2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Amazonas	0,08%	0,05%	0,07%
Bahia	0,39%	0,12%	0,57%
Minas Gerais	1,25%	0,85%	0,73%
Espírito Santo	0,13%	0,04%	0,18%
Rio de Janeiro	21,64%	24,49%	11,61%
São Paulo	59,99%	63,53%	12,46%
Paraná	5,97%	1,61%	8,24%
Santa Catarina	5,53%	0,27%	9,15%
Rio Grande do Sul	3,56%	0,53%	5,45%
Distrito Federal	1,45%	1,39%	1,42%

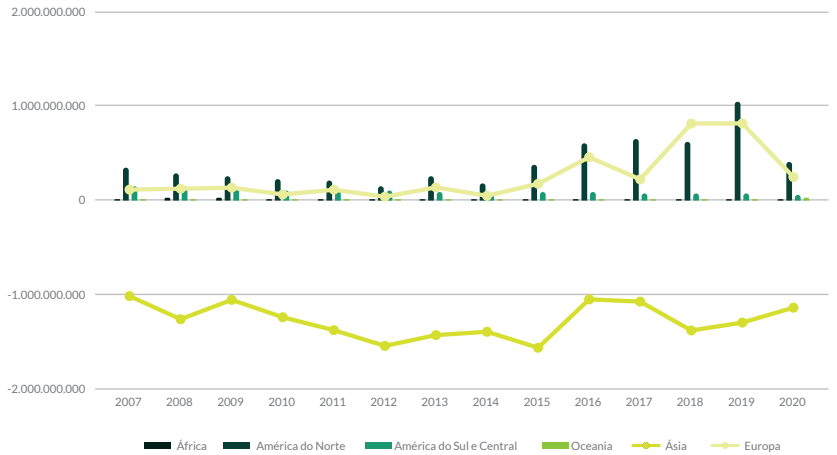
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC.

A perspectiva global da internacionalização: origens e destinos das transações realizadas pelos SCC brasileiros

As subseções anteriores apresentaram detalhes acerca da participação dos SCC brasileiros na balança comercial do país, efetuando uma análise centrada no Brasil enquanto exportador e importador de bens e serviços culturais e criativos. Esta subseção representa a última etapa de apreciação dos dados e procura dar ênfase à identificação de quais são os parceiros brasileiros com relação ao comércio dos SCC. O objetivo é identificar as origens e os destinos nacionais das transações comerciais brasileiras nos SCC.

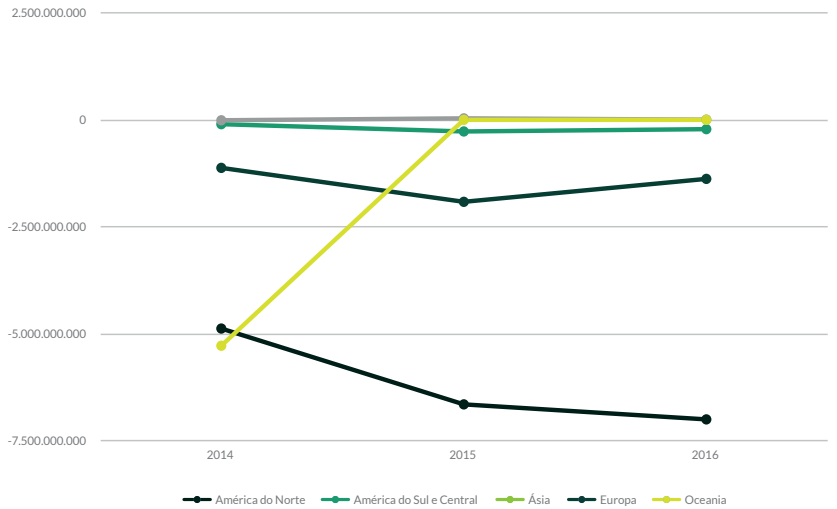
Os Gráficos 6.30 e 6.31 resumem a distribuição global do comércio internacional de bens e serviços culturais brasileiros. Eles refletem a desagregação dos Gráficos 6.12 e 6.14 de acordo com as regiões que são destino e origem das exportações e importações dos SCC brasileiros. Conforme o Gráfico 6.30 e o Quadro 6.9, é possível notar que, no caso dos bens, o déficit da balança comercial é causado pelos sucessivos desequilíbrios com a Ásia. O saldo anual médio com o continente foi um déficit de aproximadamente R$ 1,2 bilhão. O maior superávit se deu com a América do Norte (média anual de R$ 396 milhões). Ainda, percebe-se que a inversão ocorrida em 2016, 2018 e 2019, a qual levou a um superávit no saldo comercial de bens, foi motivada por superávits com a Europa e com a América do Norte. Já no caso dos serviços, ressalta-se que o saldo deficitário decorre majoritariamente das transações realizadas com a Europa e a América do Norte, conforme indica o Gráfico 6.31 e o Quadro 6.10. Há superávit apenas com a Ásia por essa desagregação.

Gráfico 6.30 – Saldo da balança comercial de bens dos setores culturais e criativos, por parceiro comercial (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Gráfico 6.31 – Saldo da balança comercial de serviços dos setores culturais e criativos, por parceiro comercial (em R$, 2014-2016)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.9 – Estatísticas descritivas – Saldo da balança comercial de bens dos setores culturais e criativos, por parceiro comercial (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão
África	11.741.239	13.400.329	5.297.891
América do Norte	396.262.861	313.545.922	251.184.519
América do Sul e Central	93.262.176	89.998.339	27.340.710
Ásia	-1.277.114.972	-1.283.103.236	184.441.065
Europa	246.691.105	132.304.160	261.639.023
Oceania	7.127.338	5.871.528	4.815.430

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.10 – Estatísticas descritivas – Saldo da balança comercial de serviços dos setores culturais e criativos, por parceiro comercial (em R$, 2014-2016)

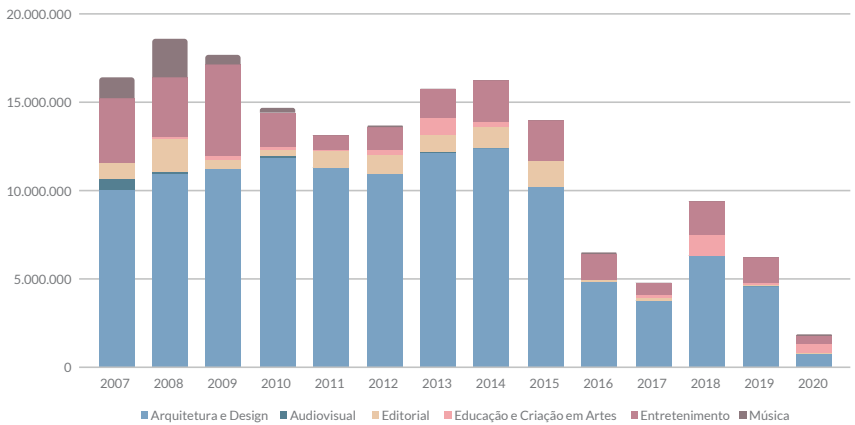
	Média	Mediana	Desvio padrão
América do Norte	-6.176.738.682	-6.650.433.340	1.138.080.704
América do Sul e Central	-196.940.559	-217.838.158	86.994.383
Ásia	10.334.394	5.588.948	22.889.985
Europa	-1.472.885.580	-1.379.879.033	404.849.336
Oceania	-1.759.983.888	0	3.048.381.515

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

É igualmente relevante considerar a composição setorial desses déficits e superávits com relação aos continentes, de forma a identificar quais são os principais parceiros comerciais de cada SCC. Essa identificação permite supor algumas conclusões acerca dessas transações comerciais. Começando pelos bens culturais e criativos, a sequência que vai do Gráfico 6.32 ao 6.37 e dos Quadros 6.11 a 6.16 expressa a composição apenas para as exportações. No Gráfico 6.32 se visualiza a composição das exportações para o continente africano, que vem caindo ao longo da série apresentada. Em grande parte, essas exportações são motivadas por bens associados ao segmento de *Arquitetura e Design* (quase 72% da média total para o período), isto é, refere-se

à venda de joias, bijuterias ou peças de metal. São relevantes também os bens que compõe os segmentos *Entretenimento* (16,8%) e *Editorial* (5,8%). Em ambos os casos, há um fator que pode explicar os resultados do segmento: a presença de países de língua portuguesa na África é um fator que pode motivar tanto a venda de brinquedos quanto a venda de produtos editoriais, como livros, dicionários e revistas.

Gráfico 6.32 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a África (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

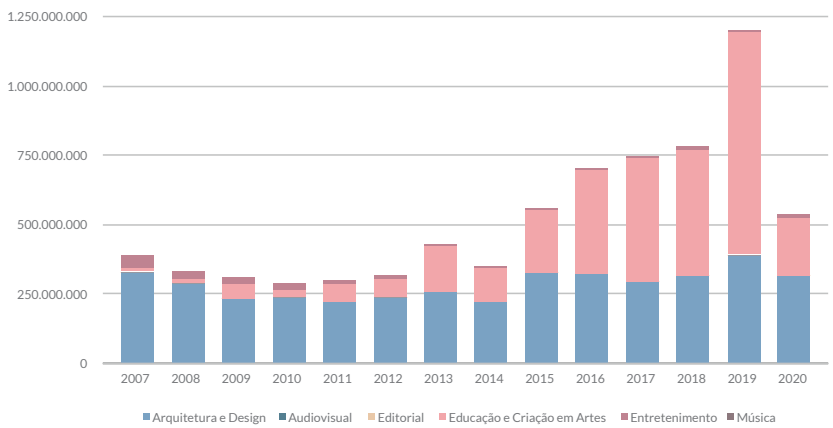
Quadro 6.11 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a África, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	8.677.068	10.600.390	3.805.068	71,80%
Audiovisual	65.727	3.544	153.663	0,54%
Editorial	705.407	698.550	587.818	5,84%
Educação e Criação em Artes	281.362	187.234	349.411	2,33%
Entretenimento	2.026.284	1.780.243	1.309.650	16,77%
Música	328.405	41.807	615.810	2,72%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No Gráfico 6.33 e no Quadro 6.12 observa-se a composição das exportações dos SCC para a América do Norte. Nota-se, primeiramente, que o valor exportado é bem maior do que no caso africano. Isso permite obter uma melhor concepção do impacto dos principais parceiros comerciais brasileiros sobre a dinâmica dos SCC. Nesse sentido, é possível identificar que é basicamente a demanda da América do Norte por bens do segmento *Educação e Criação em artes*, respondendo por 41% do total para aquela região, mas com muita variação, que permite explicar o aumento das exportações nesse segmento como um todo. Nota-se que, para além do desempenho estável do segmento de *Arquitetura e Design*, cuja participação alcança 54% do valor médio anual total, o crescimento da exportação de obras de arte foi fundamental para o aumento do valor total exportado para a região nos últimos anos da série histórica.

Gráfico 6.33 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a América do Norte (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

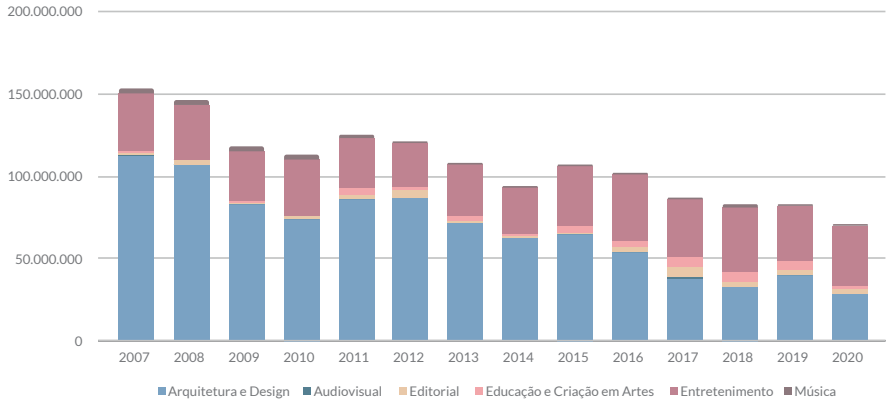
Quadro 6.12 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a América do Norte, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	284.924.658	290.287.524	51.563.072	54,42%
Audiovisual	109.029	24.440	188.448	0,02%
Editorial	1.465.692	727.285	1.406.525	0,28%
Educação e Criação em Artes	217.973.880	143.485.848	227.263.208	41,63%
Entretenimento	12.844.534	7.982.408	10.621.258	2,45%
Música	6.256.395	6.407.770	2.923.154	1,19%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Já em relação ao Gráfico 6.34 e ao Quadro 6.13, é possível verificar uma tendência de queda do valor exportado para as Américas do Sul e Central, motivado principalmente pelo desempenho negativo do segmento *Arquitetura e Design*, mas que na média anual do período responde por 62% do total. As razões para esse fato podem estar conectadas aos efeitos da crise econômica mundial sobre o padrão de consumo dos países sul e centro-americanos. Importa reconhecer, ainda, que o segmento *Entretenimento* (31% do total) também cumpre uma importância relativa significante com relação às exportações, o que indica a capacidade da indústria brasileira de brinquedos de competir no mercado regional.

Gráfico 6.34 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a América do Sul e Central (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.13 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a América do Sul e Central, por segmento (em R$, 2007-2020)

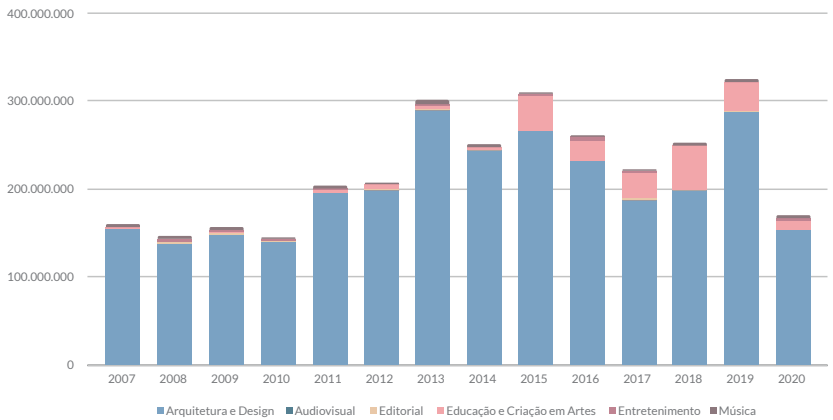
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	67.276.507	68.110.452	26.547.175	62,32%
Audiovisual	56.349	7.917	129.870	0,05%
Editorial	2.703.270	2.632.971	1.566.636	2,50%
Educação e Criação em Artes	2.871.276	2.666.158	1.969.060	2,66%
Entretenimento	33.215.235	33.237.256	4.092.814	30,77%
Música	1.830.693	1.691.950	580.882	1,70%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.35 e o Quadro 6.14, por sua vez, mostram que a pauta exportadora dos SCC para a Ásia consiste, em quase sua totalidade (91%), de bens produzidos pelo segmento de *Arquitetura e Design*. Isso explica, em parte, o bom desempenho desse segmento quando se observa o total das exportações dos SCC, uma vez que o mercado asiático representa uma demanda considerável, em termos de quantidade populacional e crescimento

econômico recente. Vale, ainda, sublinhar o aumento das vendas do segmento *Educação e Criação em Artes* (que responde por cerca de 7% do valor médio exportado anual total), o que pode indicar a descoberta de novos mercados para a expansão das vendas de obras de arte.

Gráfico 6.35 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a Ásia (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

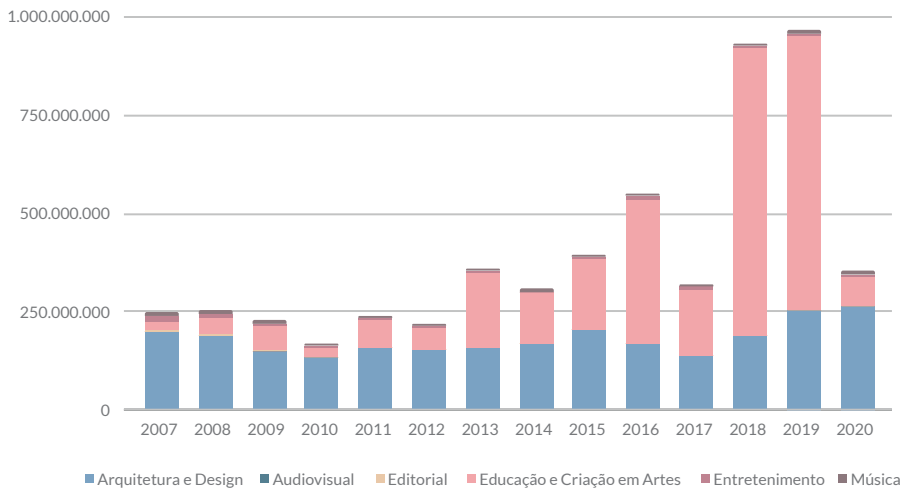
Quadro 6.14 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a Ásia, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	202.422.181	196.698.020	53.972.928	91,03%
Audiovisual	9.506	4.307	13.420	0,00%
Editorial	900.937	811.232	719.380	0,41%
Educação e Criação em Artes	14.716.951	4.390.493	16.938.701	6,62%
Entretenimento	1.445.987	1.139.245	1.049.701	0,65%
Música	2.869.603	2.691.863	967.694	1,29%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No Gráfico 6.36 e no Quadro 6.15, podemos observar um fenômeno similar: o crescimento do segmento *Educação e Criação em Artes* ao longo do período, respondendo na média por cerca de 51% do total. Assim como ocorre com a América do Norte, é o mercado europeu que parece sustentar o crescimento das vendas de obras de arte, o que faz sentido, dada a concentração geográfica dos principais colecionadores e coleções de arte mundiais nesse continente. Antes da queda acentuada das exportações em função da crise do COVID-19, o setor apresentou resultados muito expressivos em 2018 e 2019, alavancando as exportações para esse continente. Novamente, *Arquitetura e Design* cumpre um papel importante (46% do valor médio anual total), o que parece confirmar a competitividade do setor no mercado internacional.

Gráfico 6.36 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a Europa (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

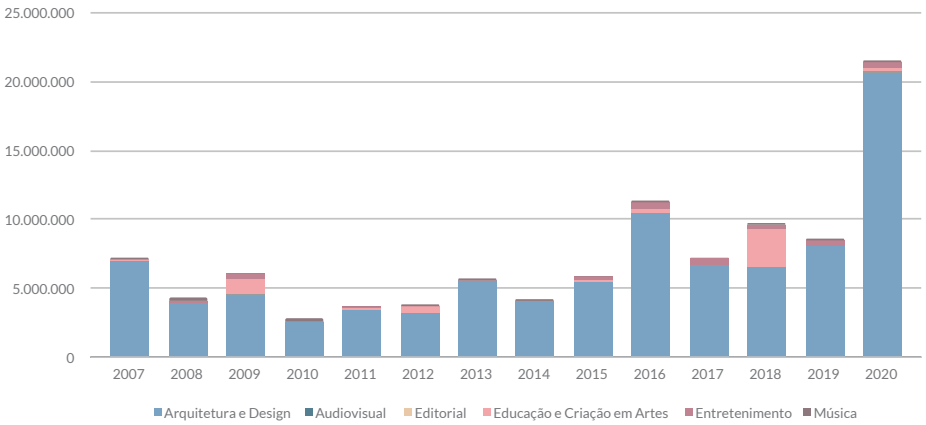
Quadro 6.15 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a Europa, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	181.151.979	170.742.161	39.218.729	45,76%
Audiovisual	59.261	34.406	61.203	0,01%
Editorial	895.927	495.067	985.642	0,23%
Educação e Criação em Artes	200.856.120	101.303.855	235.826.087	50,74%
Entretenimento	5.823.993	5.990.386	2.752.619	1,47%
Música	7.094.799	6.574.991	1.743.416	1,79%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Finalmente, o Gráfico 6.37 e o Quadro 6.16 mostram as exportações com destino à Oceania. Nesse caso, assim como em relação à Ásia, o segmento *Arquitetura e Design* fornece quase que a totalidade (91%) das exportações (média de R$ 6,6 milhões). Assim como no caso da África, importa chamar atenção que o baixo valor absoluto exportado nesse caso pode indicar tanto a baixa competitividade dos SCC brasileiros nesse mercado, quanto a existência de um potencial a ser explorado. Assim, mesmo que as exportações em 2020 tenham apresentado crescimento anual, indo contra a tendência verificada nos outros parceiros comerciais, o resultado não foi expressivo para alterar os resultados gerais da balança comercial dos SCC.

Gráfico 6.37 – Composição setorial das exportações de bens culturais e criativos para a Oceania (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.16 – Estatísticas descritivas – Exportações de bens culturais e criativos para a Oceania, por segmento (em R$, 2007-2020)

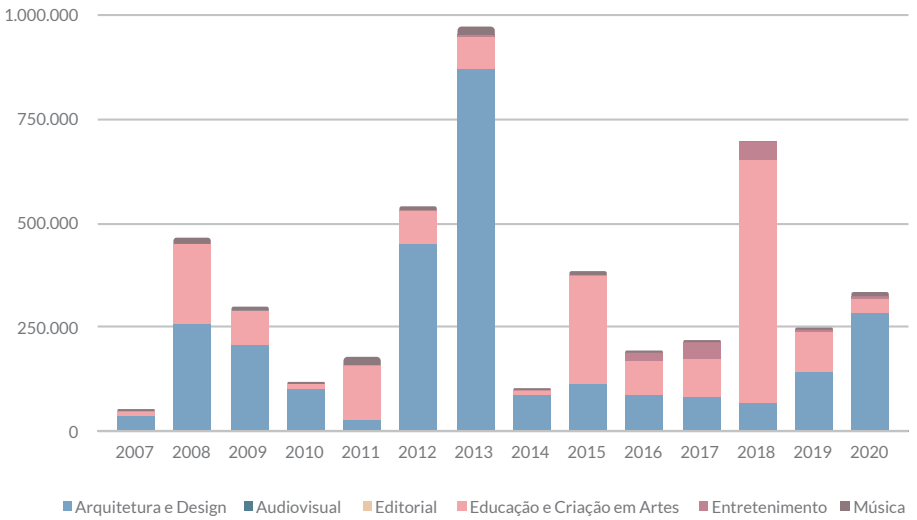
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	6.618.323	5.517.354	4.577.516	90,53%
Audiovisual	1.025	122	1.556	0,01%
Editorial	8.521	6.205	9.843	0,12%
Educação e Criação em Artes	369.627	57.290	741.890	5,06%
Entretenimento	221.487	179.838	164.692	3,03%
Música	91.271	77.804	59.537	1,25%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

A composição das importações de bens culturais e criativos também apresenta algumas características interessantes, que podem ser verificadas a partir da análise dos Gráficos 6.38 a 6.43 e dos Quadros 6.17 a 6.22. O Gráfico 6.38 e o Quadro 6.17 dizem respeito às importações de bens por parte dos

SCC advindas do continente africano. Nesse caso, o valor importado é pouco significativo em termos absolutos. Por essa razão, o total das importações da África não mostra tendências definidas, oscilando ao longo do período, com segmentos registrando importações para alguns anos e não para outros. Ainda assim, vale ressaltar que o segmento mais importante é, novamente, o de *Arquitetura e Design*, com 59% do total, e *Educação e Criação em Artes*, com 36%.

Gráfico 6.38 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da África (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.17 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da África, por segmento (em R$, 2007-2020)

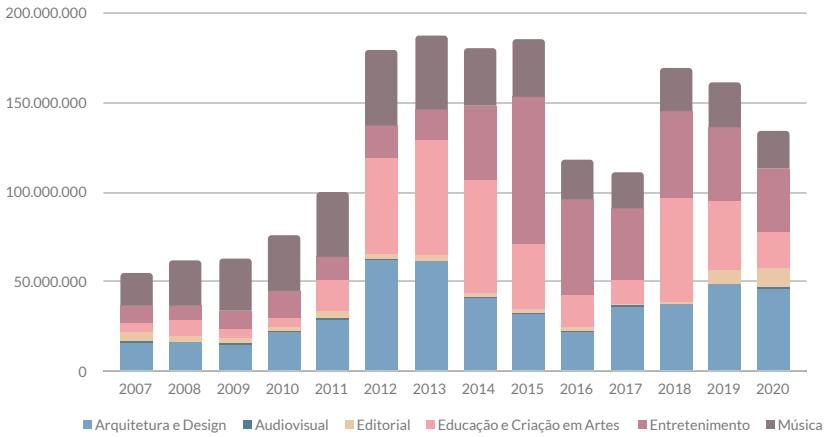
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	202.556	108.268	223.555	59,05%
Audiovisual	5	0	20	0,00%
Editorial	25	0	67	0,01%
Educação e Criação em Artes	124.055	80.427	148.831	36,17%
Entretenimento	8.364	1.382	15.230	2,44%
Música	8.007	6.839	5.548	2,33%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

A situação é diferente no caso do Gráfico 6.39 e do Quadro 6.18, que mostram a composição das importações advindas da América do Norte. Nota-se que, entre 2007 e 2012, verifica-se uma tendência de forte aumento do valor importado, o qual atinge certa estabilidade entre 2012 e 2015 e cai nos dois anos seguintes, retomando o crescimento até o ano de 2020. Essa tendência parece refletir aquela indicada pelo Gráfico 6.12, que mostra a evolução das importações brasileiras pelos SCC nacionais. A conclusão é a importância estrutural do mercado norte-americano para as aquisições externas dos SCC brasileiros. Além disso, do ponto de vista da distribuição da pauta de importações entre os segmentos, não há concentração em um ou poucos segmentos. *Arquitetura e Design* é o mais importante, mas com pouca diferença para *Música*, *Entretenimento* e *Educação e Criação em Artes*.

No caso do segmento de *Música* isso é explicado pela importação de alguns instrumentos musicais específicos, como guitarras e contrabaixos. Destaca-se também uma elevação transitória da participação de *Educação e Criação em Artes*, o que pode estar relacionado com a alteração do padrão de consumo da população brasileira de maior renda, que teria aumentado seu consumo de obras de arte. Ao que parece, na medida em que a situação econômica do país foi se deteriorando, esse consumo foi reduzido.

Gráfico 6.39 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da América do Norte (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.18 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da América do Norte, por segmento (em R$, 2007-2020)

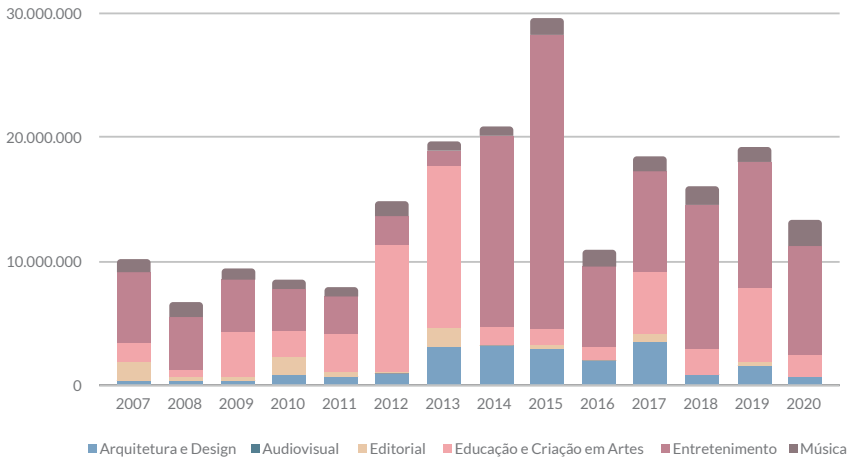
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	34.711.151	34.121.212	15.813.396	27,26%
Audiovisual	501.405	482.682	194.979	0,39%
Editorial	3.636.621	2.682.744	2.917.920	2,86%
Educação e Criação em Artes	28.991.426	19.049.963	22.724.936	22,77%
Entretenimento	30.839.893	26.318.539	21.546.819	24,22%
Música	28.630.831	27.384.427	7.474.846	22,49%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.40 e o Quadro 6.19 mostram, em contraste com o anterior, que a relevância dos segmentos em termos de importações varia ao longo do período, no caso da América do Sul e Central. Dois segmentos merecem destaque: *Entretenimento* (52% do valor anual médio do período) e *Educação e Criação em Artes* (respondendo por 26%). Nesse caso, é difícil avaliar as

condições que determinam esses movimentos, mas sabe-se que eles estão relacionados à importação de brinquedos e outros tipos de objetos de lazer e de obras de artes, como pinturas, gravuras, esculturas, etc. *Arquitetura e Design* representa cerca de 11% do valor médio anual total.

Gráfico 6.40 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da América do Sul e Central (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

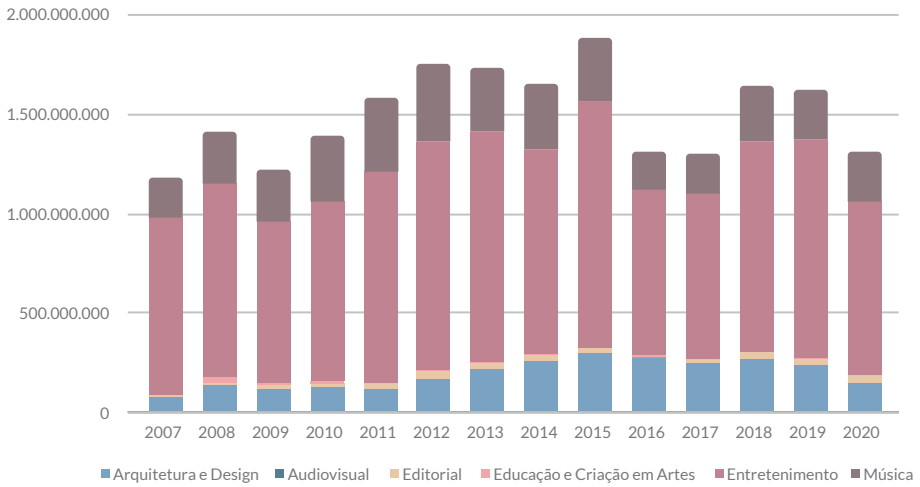
Quadro 6.19 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da América do Sul e Central, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	1.558.544	935.404	1.186.094	10,61%
Audiovisual	9.689	0	16.905	0,07%
Editorial	499.517	299.547	605.586	3,40%
Educação e Criação em Artes	3.785.047	2.051.870	3.705.790	25,76%
Entretenimento	7.678.395	6.013.669	6.040.684	52,27%
Música	1.159.961	1.149.733	395.384	7,90%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação à Ásia (Gráfico 6.41 e Quadro 6.20), a composição das importações fica mais clara, dada a forma de inserção estratégica desses países nas CGV. A fabricação industrial de bens de consumo vem sendo o motor da economia asiática nas últimas décadas, e isso pode ser verificado pela importância que esse continente tem enquanto origem dos produtos de *Entretenimento* (dois terços do total) e *Música* (pouco menos de 19%). Na prática, tal fato significa que grande parte dos brinquedos e dos instrumentos musicais importados e consumidos no Brasil vêm do mercado asiático. *Arquitetura e Design* responde por cerca de 13% do valor médio anual total importado daquele continente.

Gráfico 6.41 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da Ásia (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

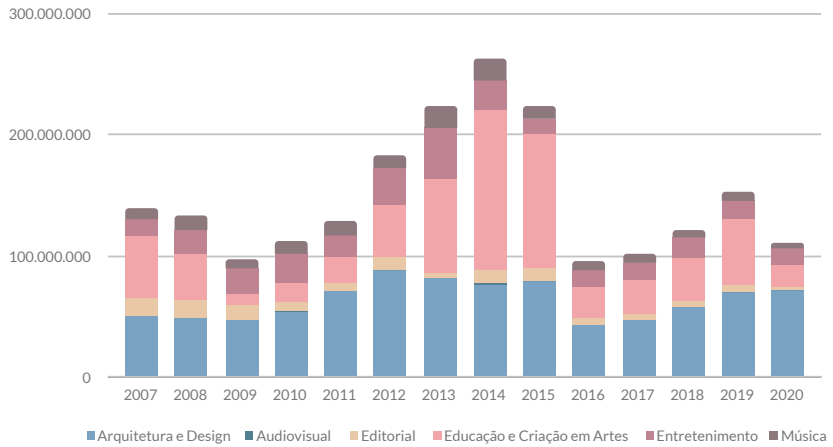
Quadro 6.20 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da Ásia, por segmento (em R$, 2007-2020)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	194.422.000	193.668.649	71.637.119	12,97%
Audiovisual	43.845	35.341	46.482	0,00%
Editorial	22.713.888	23.628.979	12.287.623	1,51%
Educação e Criação em Artes	7.625.767	6.512.522	7.941.972	0,51%
Entretenimento	990.682.459	996.404.835	136.157.584	66,07%
Música	283.992.177	266.173.988	63.259.621	18,94%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.42 e o Quadro 6.21 indicam novamente a importância do mercado europeu de obras de arte para as compras comerciais dos SCC brasileiros. Assim como no caso da América do Norte, as importações advindas da Europa estão concentradas no setor *Educação e Criação em Artes* (cerca de 32% do total médio anual) e em *Arquitetura e Design* (respondendo por 43% na média do período). No caso do último, sublinha-se que a relevância se deve à importação de peças de joalharia, conforme referência anterior. *Entretenimento* (13%), *Música* (7%) e *Editorial* (5%) completam os segmentos mais importantes para a importação de bens do velho continente, mostrando uma melhor distribuição em termos de importações criativas e culturais quanto à origem setorial.

Gráfico 6.42 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da Europa (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.21 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da Europa, por segmento (em R$, 2007-2020)

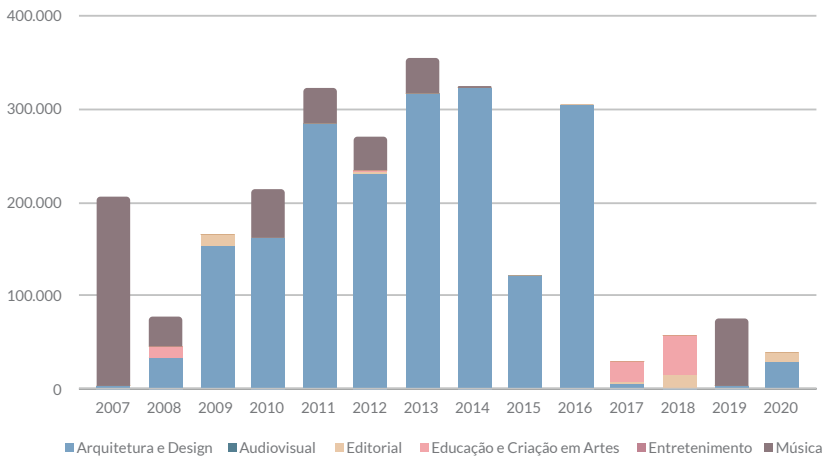
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	63.759.149	64.683.844	15.046.304	42,74%
Audiovisual	130.123	110.819	85.789	0,09%
Editorial	8.054.204	7.704.579	3.944.862	5,40%
Educação e Criação em Artes	47.479.453	37.338.331	36.717.604	31,82%
Entretenimento	19.750.108	16.885.256	8.407.898	13,24%
Música	10.017.938	9.201.069	4.054.836	6,71%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Verifica-se a seguir a composição das importações no caso da Oceania (Gráfico 6.43 e Quadro 6.22). O ponto a ser enfatizado aqui é, além da ausência do *Audiovisual*, a reduzida importância dessa região para o comércio internacional dos SCC, o que dificulta identificar um quadro mais amplo das

transações realizadas. Em outras palavras, os resultados apresentam fortes oscilações e diferentes setores se destacam em diferentes anos, o que está relacionado com o baixo valor importado: uma única compra relevante de um produto pode alterar de forma significativa a estrutura do gráfico 43. Em termos relativos médios, *Arquitetura e Design* (77%), *Música* (18%) e *Educação e Criação em Artes* (3%) são os segmentos mais importantes.

Gráfico 6.43 – Composição setorial das importações de bens culturais e criativos da Oceania (em R$, 2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.22 – Estatísticas descritivas – Importações de bens culturais e criativos da Oceania, por segmento (em R$, 2007-2020)

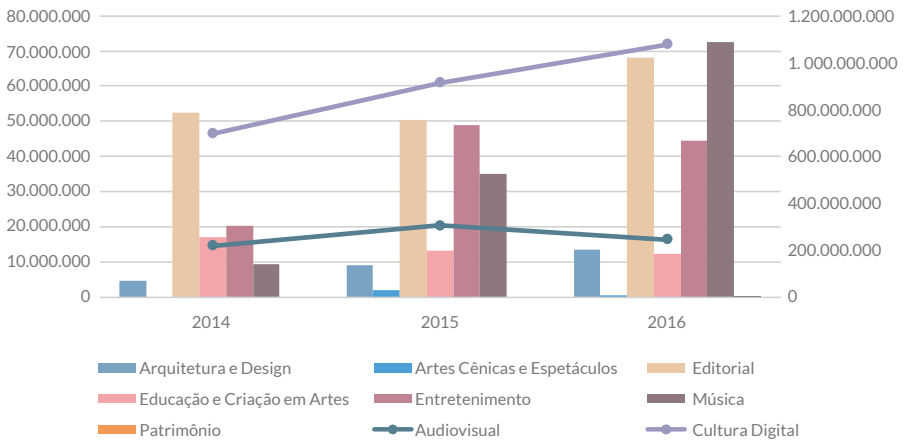
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	140.839	137.342	129.689	77,00%
Editorial	2.866	367	4.987	1,57%
Educação e Criação em Artes	5.570	0	12.250	3,05%
Entretenimento	12	0	44	0,01%
Música	33.629	16.770	54.066	18,39%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

É necessário, por fim, avaliar como se dá a composição setorial das exportações e das importações dos SCC brasileiros no que diz respeito aos serviços. Os dados disponíveis não se mostraram relevantes no que diz respeito à África e à Oceania, regiões que não foram incluídas na análise que se segue por essa razão. A sequência compreendida entre os Gráficos 6.44 e 6.47 e os Quadros 6.23 e 6.2 mostra os resultados com relação às exportações de serviços. Para a América do Norte, fluxo que se encontra expresso no Gráfico 6.44 e no Quadro 6.23, é possível perceber que o segmento mais dinâmico é *Cultura Digital* (mais de dois terços do valor médio anual total), que apresenta uma tendência crescente ao longo do período. Viu-se que esse crescimento das exportações dos serviços em *Cultura Digital* pode ser explicado pela prestação atividades relacionadas ao gerenciamento de redes e infraestrutura de tecnologia da informação (TI) e serviços auxiliares de processamento de dados. Nesse caso particular, é preciso considerar a relação das empresas brasileiras atuando nesse segmento e as atividades que elas realizam em complemento com as empresas da América do Norte. Por um lado, esse crescimento pode representar uma maior articulação nas CGV, reconhecendo o papel central dos Estados Unidos com relação ao segmento e as funções de complementaridade que poderiam ser desempenhadas pelas empresas atuando no Brasil. Por outro, esse movimento também pode ser explicado pela competitividade das últimas nos mercados norte-americano, canadense e mexicano.

Destaca-se ainda o valor exportado pelo segmento *Audiovisual* (cerca de 20% do total), que indica uma presença da produção audiovisual brasileira nos países da América do Norte, muito embora a contrapartida em termos de importações seja muito maior.

Gráfico 6.44 – Composição setorial das exportações de serviços culturais e criativos para a América do Norte (em R$, 2014-2016)*



*Cultura Digital e Audiovisual no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

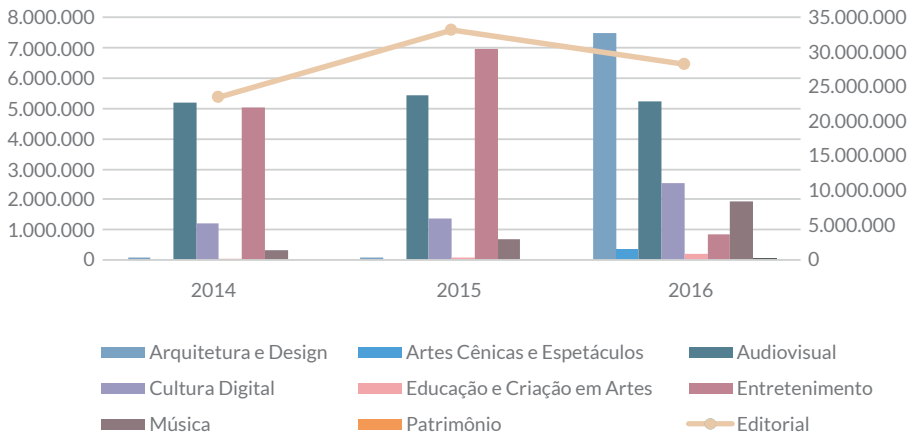
Quadro 6.23 – Estatísticas descritivas – Exportações de serviços culturais e criativos para a América do Norte, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	9.197.180	9.178.882	4.420.553	0,70%
Artes Cênicas e Espetáculos	809.656	459.558	1.030.326	0,06%
Audiovisual	257.108.427	245.727.979	44.198.840	19,59%
Cultura Digital	896.827.964	913.668.886	190.634.108	68,34%
Editorial	57.027.472	52.465.251	9.650.753	4,35%
Educação e Criação em Artes	14.291.401	13.381.216	2.472.985	1,09%
Entretenimento	37.885.770	44.379.950	15.394.596	2,89%
Música	39.070.174	35.146.831	31.667.789	2,98%
Patrimônio	18.361	0	31.803	0,00%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.45 e o Quadro 6.24 ilustram a composição das exportações de serviços para o continente asiático, na qual se destaca o desempenho relativamente constante do segmento *Editorial* (quase dois terços do valor médio anual total). A explicação para esses valores significativos encontra-se principalmente na venda de serviços de tradução e de atividades de intérpretes. É interessante notar também que o valor exportado pelo segmento *Audiovisual*, que perfaz 12% do valor médio do triênio, apresenta estabilidade, o que pode indicar permeabilidade do conteúdo de produção audiovisual brasileiro no mercado asiático. Importa, por fim, ressaltar o desempenho do segmento *Entretenimento* (10% do valor médio anual total). Em termos gerais, esses valores podem ser explicados pelas atividades esportivas, desde a organização de eventos até a presença de atletas brasileiros nesses países.

Gráfico 6.45 – Composição setorial das exportações de serviços culturais e criativos para a Ásia (em R$, 2014-2016)*



*Editorial no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.24 – Estatísticas descritivas – Exportações de serviços culturais e criativos para a Ásia, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	2.555.853	103.410	4.271.973	5,89%
Artes Cênicas e Espetáculos	127.876	0	221.487	0,29%
Audiovisual	5.277.722	5.214.815	138.331	12,16%
Cultura Digital	1.688.639	1.352.185	724.108	3,89%
Editorial	28.391.818	28.329.488	4.853.039	65,41%
Educação e Criação em Artes	111.819	75.848	74.280	0,26%
Entretenimento	4.269.115	5.020.219	3.128.669	9,84%
Música	978.656	674.519	853.035	2,25%
Patrimônio	3.356	0	5.813	0,01%

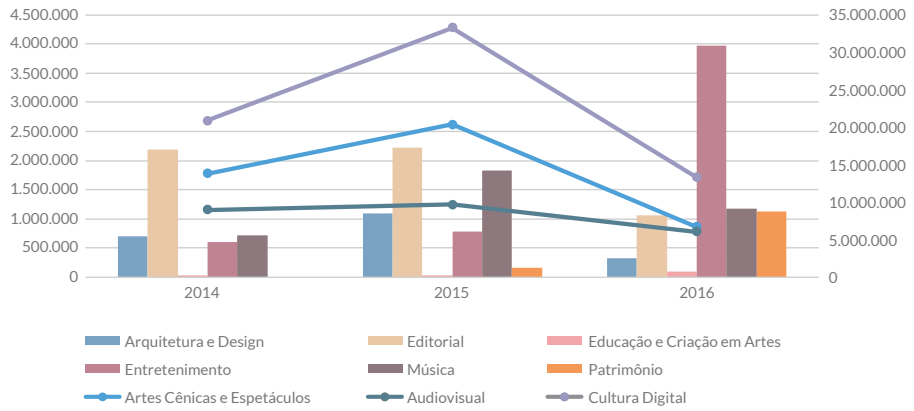
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

No caso da América do Sul e Central, o Gráfico 6.46 e o Quadro 6.25 mostram que três segmentos se destacam em termos de valor exportado: *Cultura Digital* (aproximadamente 45% do valor médio total do triênio), *Artes Cênicas e Espetáculos* (27%) e *Audiovisual* (16%). De maneira geral, enfatiza-se o papel dos empreendimentos atuando no Brasil no entorno regional, no qual há a complementaridade das atividades desempenhadas, e a interconexão entre os mercados permite uma atuação mais destacada. Nesse sentido, pode-se afirmar que o expressivo desempenho do segmento *Cultura Digital*, expresso nesse e nos capítulos anteriores, tem sido capaz de expandi-lo além das fronteiras nacionais, marcando a presença das empresas atuando no Brasil como um importante exportador de serviços de tecnologia da informação na América Latina.

No caso do segmento *Artes Cênicas e Espetáculos,* destaca-se a influência dos artistas e produtores baseados no território brasileiro na região, uma vez que a totalidade desse valor resulta da produção, atuação, apresentação e promoção de atuações artísticas ao vivo. É possível, ainda, estender essa

influência cultural na região para a explicação dos valores obtidos com a exportação de serviços audiovisuais, uma vez que grande parte decorre do pagamento de direitos autorais. Ademais, é válido chamar a atenção para a redução da quantidade exportada de serviços entre 2015 e 2016.

Gráfico 6.46 – Composição setorial das exportações de serviços culturais e criativos para a América do Sul e Central (em R$, 2014-2016)*



*Cultura Digital, Audiovisual e Artes Cênicas e Espetáculos no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

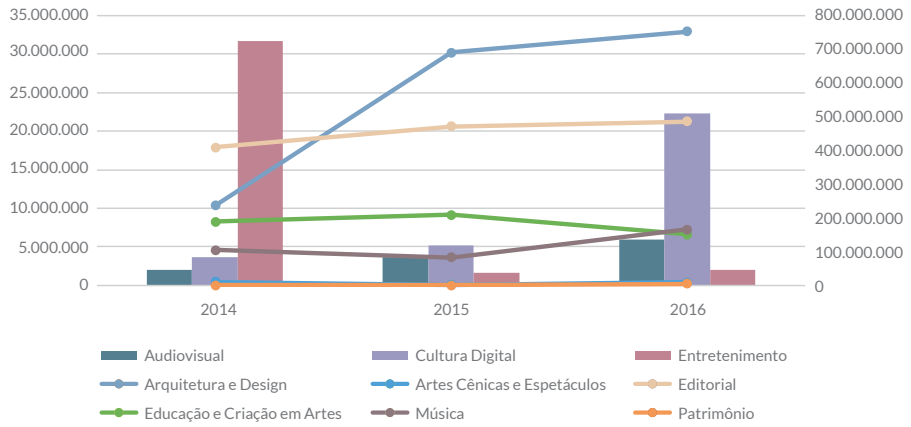
Quadro 6.25 – Estatísticas descritivas – Exportações de serviços culturais e criativos para a América do Sul e Central, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	708.981	705.420	385.337	1,41%
Artes Cênicas e Espetáculos	13.613.098	13.796.839	6.837.467	27,03%
Audiovisual	8.215.669	8.950.768	1.904.356	16,31%
Cultura Digital	22.504.252	20.878.400	10.098.855	44,69%
Editorial	1.818.741	2.180.528	659.190	3,61%
Educação e Criação em Artes	48.265	31.907	35.743	0,10%
Entretenimento	1.786.322	772.702	1.900.219	3,55%
Música	1.236.556	1.165.385	560.701	2,46%
Patrimônio	427.708	158.952	608.370	0,85%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O último gráfico e quadro referentes às exportações de serviços mostra uma característica peculiar das transações comerciais entre o Brasil e os países europeus. Nota-se, no Gráfico 6.47, que a explicação para os bons resultados das exportações do segmento de *Entretenimento* em 2014, os quais foram atribuídos à Copa do Mundo de futebol, encontra-se na prestação de serviços para o continente europeu. Aqui é válido chamar atenção para as peculiaridades culturais de cada região: o continente europeu possui uma tradição com relação ao futebol e, por isso, figura como a região de maior demanda de serviços com relação a eventos relacionados a esse esporte. Ademais, muitas delegações presentes na Copa do Mundo eram de países europeus, o que também potencializa a atividade econômica no segmento de *Entretenimento*. Assim, o segmento respondeu por 41% das exportações médias totais no triênio. *Cultura Digital* (36%) e *Audiovisual* (14%) também apresentaram desempenho destacado em termos relativos no triênio.

Gráfico 6.47 – Composição setorial das exportações de serviços culturais e criativos para a Europa (em R$, 2014-2016)*



*Audiovisual, Cultura Digital e Entretenimento no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.26 – Estatísticas descritivas – Exportações de serviços culturais e criativos para a Europa, por segmento (em R$, 2014-2016)

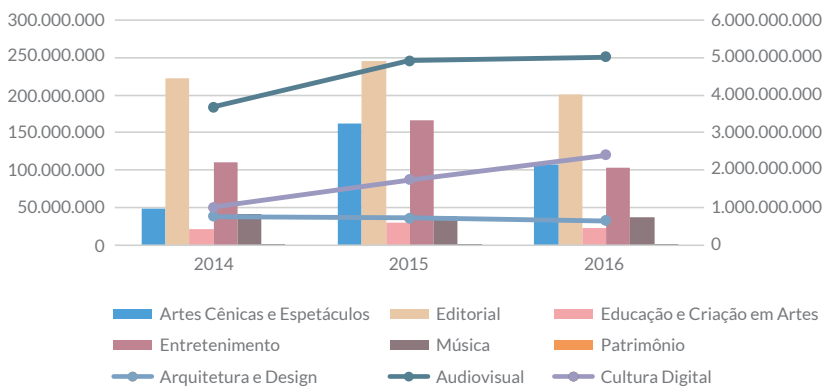
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	24.497.332	30.187.118	12.304.078	3,74%
Artes Cênicas e Espetáculos	324.534	426.027	220.627	0,05%
Audiovisual	89.212.328	84.706.047	44.222.860	13,64%
Cultura Digital	237.327.785	119.558.411	236.694.684	36,28%
Editorial	19.926.259	20.611.068	1.794.751	3,05%
Educação e Criação em Artes	8.018.731	8.267.545	1.271.244	1,23%
Entretenimento	269.624.846	46.572.633	394.314.813	41,22%
Música	5.164.549	4.608.843	1.877.028	0,79%
Patrimônio	59.606	0	103.241	0,01%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Atenta-se, a seguir, para a composição das importações de serviços dos SCC brasileiros. O Gráfico 6.48 e o Quadro 6.27 indicam o potencial que o mercado brasileiro representa para os exportadores atuando na América do Norte, uma vez que as importações dessa região representam a maior parte do valor transacionado entre o Brasil e o resto do mundo. Nesse caso, vale ressaltar a importância das produções audiovisuais da América do Norte, que são expressas tanto pela influência da indústria cinematográfica norte-americana, quanto pela relevância da programação de TV dos EUA no Brasil, resultando em cerca de 61% do valor médio total importado no triênio.

Outro ponto em destaque é o valor importado pelo segmento *Cultura Digital* (23% do valor médio trienal), que representa mais do que o dobro exportado pelo Brasil neste mesmo segmento e para esta mesma região. Como se aborda de forma mais detalhada na seção seguinte, o caso da *Cultura Digital* evidencia a posição intermediária do Brasil nas CGV: embora seja capaz de se projetar como exportador em atividades específicas, o Brasil acaba também tendo que importar muitos serviços associados à tecnologia da informação, principalmente da Europa, da América do Norte e de alguns países da Ásia, onde se encontram os principais *hubs* de desenvolvimento dessas tecnologias específicas. Por fim, *Arquitetura e Design* respondeu por cerca de 10% das importações de serviços culturais e criativos pelo Brasil no triênio.

Gráfico 6.48 – Composição setorial das importações de serviços culturais e criativos da América do Norte (em R$, 2014-2016)*



*Arquitetura e Design, Audiovisual e Cultura Digital no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

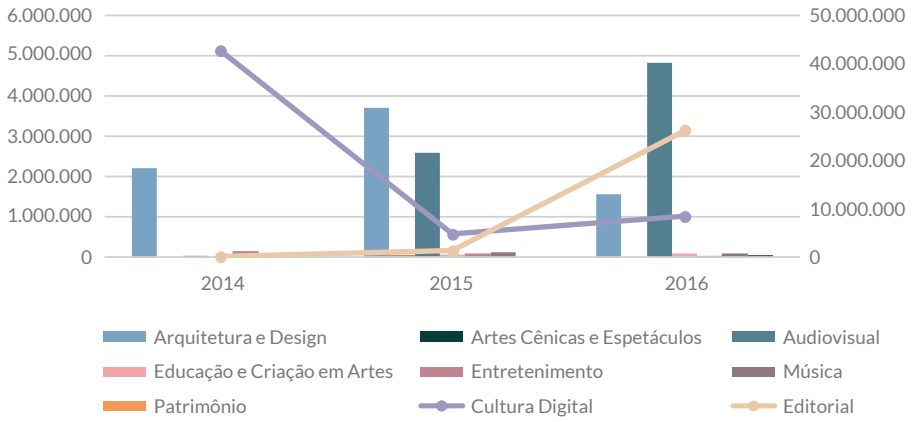
Quadro 6.27 – Estatísticas descritivas – Importações de serviços culturais e criativos da América do Norte, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	714.667.044	723.878.037	59.033.570	9,54%
Artes Cênicas e Espetáculos	105.933.180	107.040.936	57.231.513	1,41%
Audiovisual	4.538.130.611	4.920.630.700	741.770.518	60,60%
Cultura Digital	1.715.764.379	1.740.416.593	699.818.200	22,91%
Editorial	222.656.594	221.837.961	22.393.535	2,97%
Educação e Criação em Artes	24.303.914	22.249.919	4.282.694	0,32%
Entretenimento	126.571.042	110.359.691	34.254.643	1,69%
Música	39.504.779	39.115.610	2.009.348	0,53%
Patrimônio	1.443.545	1.407.672	434.888	0,02%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O fato mencionado no parágrafo anterior é visível também no Gráfico 6.49, que mostra, para 2014, o alto valor importado com relação ao segmento *Cultura Digital*. O Quadro 6.28 apresenta as estatísticas descritivas para o período, com o último segmento representando 56% do total médio importado. Outro desempenho relevante diz respeito às importações no segmento *Editorial* em 2016, que, assim como as exportações, relaciona-se majoritariamente aos serviços de tradução e intérpretes. Na média do período, respondeu por cerca de 28% do total importado daquele continente. *Arquitetura e Design* e *Audiovisual* completam o quadro de segmentos mais importantes. É relevante destacar a irregularidade das transações de serviços entre o Brasil e a Ásia, o que contrasta com o movimento verificado no caso dos bens. Alguns fatores podem explicar essa ausência de uma rede de transações mais estável: as barreiras linguísticas, a presença de serviços substitutos a um custo menor em outros mercados – europeu e norte-americano, principalmente – e as diferenças culturais, que acabam por diminuir o interesse mútuo nas atividades culturais e criativas das regiões.

Gráfico 6.49 – Composição setorial das importações de serviços culturais e criativos da Ásia (em R$, 2014-2016)*



*Editorial e Cultura Digital no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

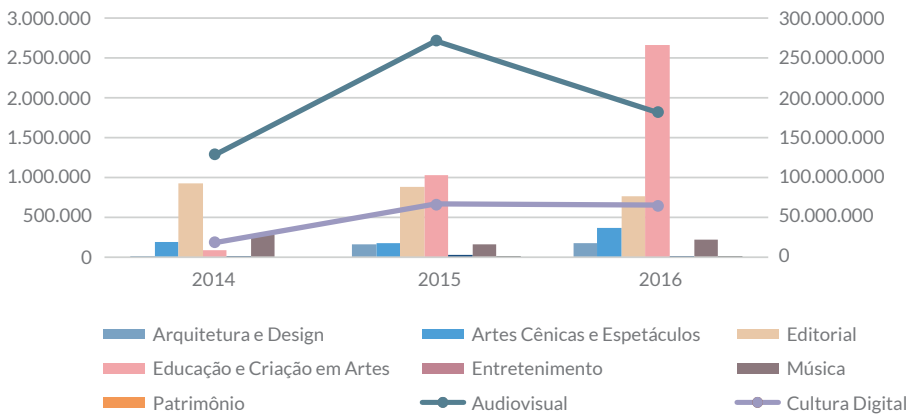
Quadro 6.28 – Estatísticas descritivas – Importações de serviços culturais e criativos da Ásia, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	2.483.597	2.198.571	1.098.938	7,51%
Artes Cênicas e Espetáculos	494	0	856	0,00%
Audiovisual	2.481.384	2.604.219	2.402.602	7,50%
Cultura Digital	18.642.912	8.464.628	20.977.838	56,37%
Editorial	9.235.463	1.350.268	14.754.457	27,93%
Educação e Criação em Artes	52.868	67.909	47.182	0,16%
Entretenimento	95.582	97.914	50.581	0,29%
Música	77.538	96.417	65.929	0,23%
Patrimônio	621	0	1.076	0,00%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

O Gráfico 6.50 e o Quadro 6.29, por sua vez, parecem indicar justamente o contrário do que se observou acerca do mercado asiático. A proximidade cultural dos países da América do Sul e Central com o Brasil pode ser um fator importante para que o valor importado mais relevante seja atribuído ao segmento *Audiovisual* (79% do valor médio anual total), derivado do pagamento de direitos autorais e de produtos da indústria cinematográfica e televisiva. Com exceção do último, apenas o segmento *Cultura Digital* (20%) parece ser relevante em termos de importações, o que pode expressar, como foi mencionado, a articulação e complementaridade regional das indústrias de prestação de serviços em tecnologia da informação.

Gráfico 6.50 – Composição setorial das importações de serviços culturais e criativos da América do Sul e Central (em R$, 2014-2016)*



*Audiovisual e Cultura Digital no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.29 – Estatísticas descritivas – Importações de serviços culturais e criativos da América do Sul e Central, por segmento (em R$, 2014-2016)

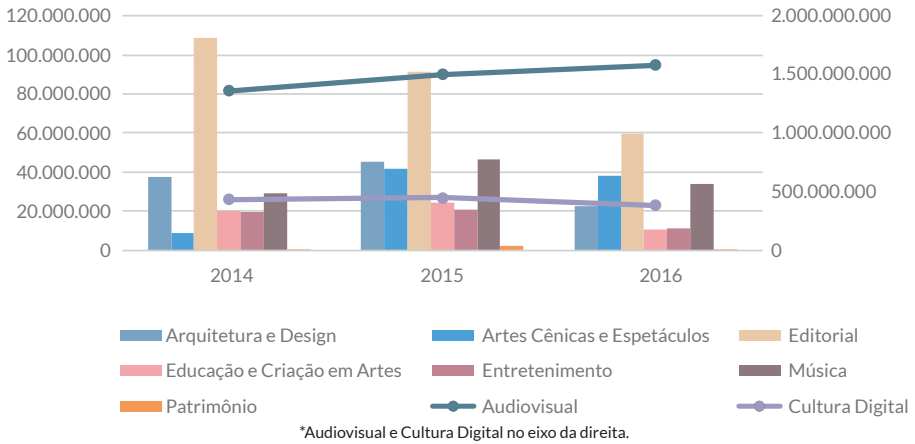
	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	112.651	161.427	92.953	0,05%
Artes Cênicas e Espetáculos	246.214	192.225	101.006	0,10%
Audiovisual	194.483.804	182.487.633	72.198.974	78,64%
Cultura Digital	50.090.075	64.944.536	27.180.002	20,25%
Editorial	858.418	884.593	78.911	0,35%
Educação e Criação em Artes	1.263.213	1.033.293	1.300.908	0,51%
Entretenimento	16.198	9.253	13.479	0,01%
Música	223.045	217.826	58.752	0,09%
Patrimônio	6.533	9.723	5.658	0,00%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Finalmente, o Gráfico 6.51 e o Quadro 6.30 mostram a composição das importações brasileiras com relação ao mercado cultural e criativo europeu. Assim como no caso das Américas do Norte, do Sul e Central, é notável que a proximidade cultural do Brasil com a Europa esteja expressa em um alto valor importado em termos de conteúdo audiovisual (70% do valor anual médio importado). Vale destacar o déficit apresentado pelo segmento *Audiovisual* no gráfico 25, o qual pode ser compreendido, a partir de agora, pelo alto valor importado desses dois mercados específicos.

Sublinhe-se que *Cultura Digital* (20%) e *Editorial* (4%) figuram enquanto os dois outros principais segmentos em termos de importação. Com relação ao primeiro, vale o mesmo que foi considerado para a América do Norte: a inserção intermediária do Brasil nas CGV e, por isso, a necessidade de importar alguns serviços intensivos em tecnologia que são de desenvolvimento exclusivo dos países centrais. Já em relação ao segundo, a explicação parece ser mais simples: a língua portuguesa e a amplitude que ela fornece em termos de consumo de conteúdo editorial, para além de outros serviços de tradução.

Gráfico 6.51 – Composição setorial das importações de serviços culturais e criativos da Europa (em R$, 2014-2016)*



*Audiovisual e Cultura Digital no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 6.30 – Estatísticas descritivas – Importações de serviços culturais e criativos da Europa, por segmento (em R$, 2014-2016)

	Média	Mediana	Desvio padrão	Participação média
Arquitetura e Design	35.090.258	37.405.275	11.306.098	1,65%
Artes Cênicas e Espetáculos	29.556.057	38.116.925	18.080.107	1,39%
Audiovisual	1.480.956.569	1.499.074.782	111.810.218	69,63%
Cultura Digital	421.900.761	433.876.044	35.610.530	19,84%
Editorial	86.509.955	91.269.707	24.925.228	4,07%
Educação e Criação em Artes	18.434.756	20.115.497	7.076.228	0,87%
Entretenimento	17.274.581	19.889.919	5.464.954	0,81%
Música	36.616.205	33.895.741	9.071.822	1,72%
Patrimônio	702.407	4.033	1.210.323	0,03%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base em MDIC. Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Reflexões sobre a inserção internacional dos SCC e as CGV

Embora a análise dos dados realizada nas subseções anteriores tenha apresentado alguns indícios acerca da inserção dos SCC estruturados no território brasileiro no mercado cultural e criativo global, é preciso explorar a avaliação da atuação internacional dos SCC brasileiros a partir das seguintes conclusões:

- Com relação aos bens culturais e criativos, *Entretenimento* e *Arquitetura e Design* consistem nos segmentos dos SCC brasileiros mais internacionalizados, totalizando aproximadamente, para cada um, R$ 15 bilhões em valor transacionado (corrente de comércio) ao longo do período. Contudo, enquanto o primeiro segmento é deficitário, o segundo é superavitário.
- Ainda no que tange aos bens, o segmento *Audiovisual* apresenta-se menos internacionalizado, e se encontra na casa dos R$ 13 milhões em valor transacionado.
- Mantendo a análise focada no caso dos bens, o Brasil apresentou superávit com relação a todas as regiões, com exceção da Ásia. O comércio com a América do Norte representa o maior superávit. Mesmo assim, o déficit em relação à Ásia superou os ganhos com outras regiões em onze dos quatorze anos analisados.
- Por fim, com relação aos bens, o segmento que mais expandiu sua capacidade internacional foi *Educação e Criação em Artes* (1579% entre 2007 e 2019), motivado pela inserção do Brasil no circuito internacional de compra e venda de obras de arte. Este segmento tornou-se superavitário ao longo da série analisada.
- No que se refere aos serviços, *Audiovisual e Cultura Digital* são os segmentos dos SCC brasileiros mais internacionalizados, com valor transacionado de aproximadamente R$ 20 bilhões no caso do primeiro e de R$ 10 bilhões para o segundo, sendo ambos os segmentos deficitários.
- Ainda sobre os serviços, os segmentos menos internacionalizados – dentre aqueles computados – incluem *Artes Cênicas e Espetáculos, Patrimônio* e *Educação e Criação em Artes.*

- O segmento que mais cresceu em termos de valor transacionado nos serviços, contudo, foi *Artes Cênicas e Espetáculos* (115%). Dentre os segmentos dinamicamente mais relevantes, o maior aumento se deu em *Cultura Digital* (94%).
- Finalmente, para os serviços culturais e criativos, o Brasil apresentou déficit com relação a todas as regiões, com exceção da Ásia, com a qual houve superávit. Ainda assim, esse pequeno superávit não é capaz de contrabalançar os déficits significativos com a América do Norte e com a Europa.

Dessa forma, nota-se que o Brasil, apesar de alguns destaques setoriais, é caracterizado por uma posição deficitária no que diz respeito ao comércio internacional de bens e serviços culturais e criativos, apresentando resultados negativos no saldo comercial em quase todos os anos das séries temporais disponíveis nas bases do MDIC. Dado esse quadro, pode-se afirmar que tal condição deficitária de longo prazo não pode existir apenas como consequência de uma série de desempenhos insatisfatórios por parte do comércio internacional de bens e serviços culturais. Pelo contrário, a condição dos SCC brasileiros pode e deve ser analisada a partir da consideração da estrutura da economia global contemporânea, isto é, levando em consideração as possibilidades e as limitações que derivam da existência de uma rede mundial de produção e distribuição de bens e serviços caracterizada pelas CGV.

Conforme ressaltado na primeira seção deste capítulo, as CGV se caracterizam por sua estrutura hierárquica e condicionada pela presença de empresas-líderes, que restringem os espaços de atuação internacional, embora permitam, de modo limitado, que outras firmas componham de forma complementar as redes globais de produção e de distribuição. Essas firmas, portanto, inserem-se internacionalmente já condicionadas pela atuação das líderes e cumprem funções específicas, mas subordinadas, do processo produtivo, de forma a complementar as etapas de formulação, produção e comercialização dos bens e serviços. Quanto mais alto o nível de inovação tecnológica de uma economia nacional ou regional, maiores chances ela apresenta de fornecer empresas-líderes às CGV, as quais se posicionam no centro dessas redes, ditando o comportamento dos setores em termos globais. Não por acaso, essas empresas-líderes costumam ser grandes conglomerados

produtivos e financeiros, isto é, empresas transacionais, na maior parte das vezes associadas às economias avançadas; embora seja possível que tenham sua base em países emergentes (DUNNING, 2014). Os casos particulares da China, México e Argentina são destacados nos boxes 6.1, 6.2 e 6.3.

BOX 6.1– PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO E A CGV DA CULTURA: O CASO DA CHINA

Desde a entrada na OMC, em 2001, a China percorreu uma trajetória que a tornou o maior país exportador de bens culturais e criativos do mundo. Os SCC chineses têm importância fundamental na geração de valor adicionado para a economia do país, representando algo em torno de 2,5% do PIB chinês e absorvendo aproximadamente 1,5% da mão de obra. Esse desempenho pode ser atribuído, em parte, à elaboração e à execução de políticas de promoção da indústria e do comércio, aliadas a um forte incentivo à inovação tecnológica, que permite aos produtos chineses adequarem-se aos conceitos de cultura e criatividade difundidos nos mercados ocidentais.

As políticas direcionadas ao crescimento e expansão dos SCC chineses, inclusive no que se refere ao mercado internacional, são majoritariamente locais, isto é, resultam de iniciativas desenvolvidas no âmbito das principais cidades do país. Beijing, Shangai e Shenzen representam importantes centros urbanos nesse sentido, em que clusters específicos de indústrias culturais e criativas foram desenvolvidos a partir de uma forte parceria entre os governos e a iniciativa privada (O'CONNOR; GU, 2006; 2014). Uma das dimensões dessas políticas consiste no investimento em educação, preenchendo a crescente demanda das indústrias culturais e criativas com trabalhadores altamente qualificados em planejamento e execução de projetos dessa natureza (KEANE, 2014).

Nesse contexto, parte importante do bom desempenho se deve ao segmento de *Cultura Digital*. A China tornou-se, em pouco tempo, o principal exportador mundial de jogos digitais, sendo responsável por 40% do *market share* global relativo a esses produtos. A indústria chinesa de jogos digitais é a que apresenta as maiores taxas de crescimento do mundo, sendo fomentada pela expansão do mercado digital doméstico, em especial com relação à popularização das plataformas *mobile*. Como consequência, os jogos digitais chineses já eram utilizados por mais de 60 milhões de pessoas no mundo em 2008, movimentando um valor em torno de 1,5 bilhão de euros (KERN; SMITS; WANG, 2011).

Outro segmento com destaque internacional crescente é o *Audiovisual*, em especial no que diz respeito às produções cinematográficas. O cinema chinês apresenta taxas de crescimento de 35% ao ano, já se colocando como o segundo maior mercado do mundo. Essa expansão se refere não apenas ao maior consumo de filmes

no mercado doméstico, mas também ao aumento do número de parcerias com outros países em termos de produção e edição. Um exemplo é a empresa chinesa Dalian Wanda, que garantiu sua participação no cinema de Hollywood a partir de um acordo com a Sony Pictures Entertainment (BOSCHI, 2015; SWANSON, 2016). O segmento *Audiovisual* chinês também vem sendo impulsionado pela produção de desenhos animados, a qual vem se tornando mais competitiva no mercado internacional graças à incorporação das tecnologias de animação computadorizada desenvolvidas para a indústria de jogos digitais (KERN; SMITS; WANG, 2011). Ressalta-se, ainda a importância do segmento *Arquitetura e Design* no que diz respeito à exportação de produtos culturais e criativos chineses. Empresas chinesas de joalharia e de fabricação de brinquedos se destacam em termos de competitividade internacional, ocupando parcelas significativas do *market share* setorial mundial. Atualmente, a preocupação desse setor consiste em alterar a visão internacional dos produtos chineses, a partir de uma valorização do design desenvolvido pelos próprios chineses. Esse movimento é generalizado, uma vez que empresas como a Lenovo, fabricante de computadores, e a Ningbo Bird, fabricante de telefones celulares, vêm investindo no design de seus produtos e na gestão de suas marcas. Por fim, é preciso mencionar que o crescimento expressivo da presença internacional dos SCC chineses não garante, todavia, uma posição superavitária do país no que diz respeito à balança comercial de bens e serviços culturais e criativos. O déficit chinês está principalmente associado ao pagamento de direitos de propriedade com relação ao conteúdo audiovisual e editorial, bem como à importação de software multimídia. Essa observação mostra, em parte, que as condições impostas pelas CGV afetam até a China, que é líder internacional em alguns SCC, mas que, em relação a outros, ainda não possui capacidade de atuar de maneira competitiva (KERN; SMITS; WANG, 2011; HAO; SONG, 2016).

Essa consideração fornece o substrato teórico para a observação empírica acerca da inserção brasileira na estrutura global de produção e comércio de bens e serviços culturais e criativos: ao atentar para os dados brasileiros acerca do comércio internacional dos SCC, é possível verificar que o Brasil ocupa uma posição intermediária nas CGV da cultura e da criatividade: por um lado, há certos setores que são competitivos e conseguem obter superávits comerciais expressivos; por outro, existem setores muito deficitários, cuja demanda dirige-se fortemente para o consumo de produtos originados do exterior.

A abordagem das CGV ajuda a entender esses resultados e situá-los no contexto econômico global contemporâneo. O primeiro ponto a ser abordado são as posições deficitária e superavitária dos segmentos mais internacionalizados em termos de bens culturais e criativos, *Entretenimento* e *Arquitetura e Design*. No caso do primeiro, a composição do agregado setorial deixa claro o fato de que grande parte dos brinquedos consumidos no Brasil são originários do continente asiático. De certa forma, pode-se estender essa observação ao se considerar a capacidade recente dos países asiáticos, em especial da China e daqueles que compõem as principais cadeias produtivas na região do Sudeste Asiático, de produzir bens de consumo industrializados a um baixo custo, servindo como fonte de suprimento da demanda mundial por produtos desse tipo. Nesse sentido, é significativo que o segmento *Música* também tenha participação relevante nas importações advindas da Ásia: ainda que existam, por exemplo, indústrias de brinquedos e instrumentos musicais domésticas e que essas empresas sejam capazes de competir em alguns mercados específicos, a competitividade dos bens de consumo industrializados asiáticos é consideravelmente maior e parece explicar o alto valor importado.

Em outros termos, pode haver tanto uma incapacidade estrutural da oferta doméstica de suprir a demanda por bens industriais associados a *Entretenimento* e *Música,* quanto uma vantagem comparativa dos países asiáticos devido às economias de escala e aos baixos custos de produção e circulação. Sob a consideração das CGV, portanto, reconhece-se aqui a posição do continente asiático enquanto o grande fornecedor de produtos associados à indústria de produção em massa de grandes proporções, o que não significa, no contexto atual, que não haja incorporação de tecnologia de ponta. Com isso, tem-se que o déficit dos SCC brasileiros no caso dos bens se

deve majoritariamente às transações com o continente asiático no segmento *Entretenimento*.

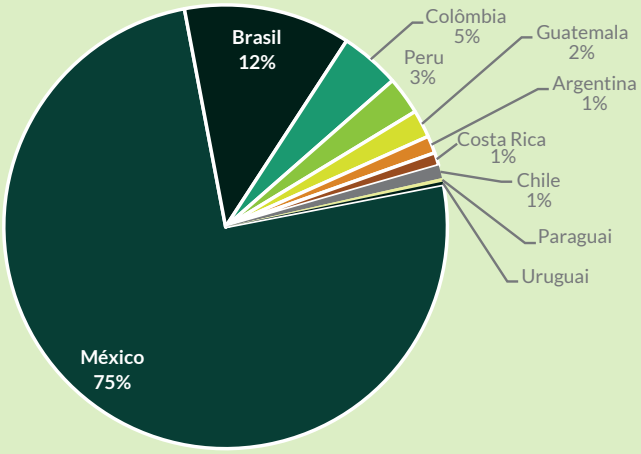
Com relação ao segmento *Arquitetura e Design*, não surpreende o seu grau de internacionalização, uma vez que, conforme é possível observar na segunda seção deste capítulo, o setor abarca as atividades que lideram o valor mundial transacionado no caso dos SCC. Nesse sentido, o Brasil acompanha o movimento de crescimento dos setores culturais e criativos, incorporando os ganhos do incremento da demanda mundial pela produção do segmento de *Arquitetura e Design* por meio de uma expansão das exportações.

Em paralelo ao alto grau de internacionalização do segmento, é possível levantar algumas considerações acerca do superávit verificado, as quais se baseiam na composição da pauta exportadora de bens. Liderado majoritariamente pelo *design* de joias e bijuterias, o segmento parece contar com um mercado consumidor específico em termos internacionais, uma posição de destaque nas CGV: como já mencionado, as exportações em *Arquitetura e Design* são dominadas por artefatos e peças de joalharia que contêm pedras preciosas, enquanto que as importações são majoritariamente de peças de ouro e prata. Nesse sentido, as vantagens comparativas na extração de minerais e pedras preciosas e semipreciosas podem estar associadas ao sucesso internacional do segmento. Essa diferença pode ser relevante no sentido de garantir a competitividade e a presença dos produtos brasileiros em diferentes mercados internacionais, uma vez que a participação de *Arquitetura e Design* é relevante para as relações comerciais com todas as regiões analisadas.

BOX 6.2 – PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO E A CGV DA CULTURA: O CASO DO MÉXICO

Os SCC compõem aquela que é considerada a quinta indústria estratégica do México, antecedida apenas pelas indústrias aeroespacial, automotiva, de agricultura e de alimentos (PROMEXICO, 2017). Segundo o relatório da Unctad (2010), nos anos de 2002 e 2008, o país figurou entre os vinte maiores exportadores mundiais de produtos criativos, sendo o único integrante pertencente à América Latina, na 18° posição. Dentre os países em desenvolvimento, os números apresentados pelo México o situam na quinta colocação, apresentando uma taxa de crescimento anual de 9,13% entre 2003 e 2008 (UNCTAD, 2010). Quando se limita a análise apenas para América Latina e Caribe, o México se destaca como o maior exportador de bens culturais da região, tendo exportado US$ 5.4 bilhões durante 2015 (gráfico 52). Nesse ano, 86% das exportações mexicanas de bens criativos foram para os Estados Unidos, transformando o país no seu terceiro maior fornecedor de bens culturais, ficando atrás apenas da China e da França, e à frente de Canadá, Reino Unido, Alemanha, Japão, Coréia do Sul e Índia (PROMEXICO, 2017a).

Figura 6.1 – Exportações de Bens Criativos – América Latina (2015)



Fonte: ProMexico, 2017.

Um dos principais motores dessa atividade comercial é o segmento audiovisual. O mercado mexicano de cinema é o maior da América Latina, superando economias relevantes como Brasil e Argentina (RVO, 2013). Segundo o relatório da Unctad

(2010), o país produziu 70 filmes em 2008, número que cresceu para 120 em 2013 com apoio de políticas públicas. No total, o cinema mexicano ganhou mais de 127 prêmios internacionais ao redor do mundo, o que testemunha a favor da qualidade e potencialidade das produções cinematográficas mexicanas para o mercado internacional. Ainda na produção audiovisual, vale destacar a importância das novelas e dos seriados mexicanos, que somam mais de 100.000 horas de conteúdo televisivo todo ano e são exportados para mais de 100 países; com materiais traduzidos para mais de 30 idiomas (PROMEXICO, 2017). Grande parte desse conteúdo é produzido pela Televisa, a maior transmissora do México.

Também se enfatiza no caso mexicano o crescimento dos segmentos de design e de novas mídias –mídias digitais, software, desenho e jogos digitais – tanto em termos de exportação quanto de importação. Esse efeito parece ser resultado de um processo de qualificação da mão de obra mexicana jovem, que é direcionada no sentido de alimentar essas indústrias especializadas em alta tecnologia (PROMEXICO, 2017). Com isso, o país desenvolveu um ecossistema composto por empresas grandes, médias e pequenas de animação e efeitos visuais internacionalmente competitiva: as empresas de animação estabelecidas no México produzem e exportam conteúdos para as maiores firmas norte-americanas, enquanto que as empresas de efeitos visuais são especializadas em prover serviços para a indústria *hollywoodiana* (PROMEXICO, 2017a).

É preciso também discutir os segmentos menos internacionalizados no caso dos bens – *Audiovisual* e *Editorial*. A explicação para esse fenômeno reside na restrição que o mercado internacional possui em termos de demanda, a qual não se verifica, por exemplo, no mercado doméstico. Bens editoriais e audiovisuais – basicamente filmes impressos e revelados, livros e dicionários – servem a nichos de mercado muito específicos. No caso dos produtos editoriais, por exemplo, a barreira linguística é um fator a ser considerado. Nesse sentido, a definição da posição interna às CGV culturais e criativas vai além do grau de sofisticação tecnológica ou da capacidade das empresas de atuarem como líderes, mas leva em consideração aspectos culturais e linguísticos que, na prática, são difíceis de serem superados.

Tal observação indica que as transações envolvendo serviços culturais e criativos evidenciam ainda mais a posição intermediária do Brasil nas CGV. O alto grau de internacionalização do segmento *Audiovisual* – que contrasta com o caso dos bens – e o considerável déficit que ele apresenta amalgamam uma série de elementos que remete à discussão realizada na primeira seção deste capítulo.

Por exemplo, ao considerar o panorama fornecido pelo relatório da UNESCO em parceria com a EY (2015) sobre as atividades culturais e criativas, ressalta-se que as produções audiovisuais para televisão e para cinema figuram como as mais lucrativas, com 38% das receitas dirigindo-se para América do Norte. Não surpreende, portanto, que grandes empresas da região sejam empresas-líderes nas CGV, como por exemplo, a *DirectTV* e a *Netflix*. A proximidade regional e a influência cultural, somadas ao alto consumo de conteúdo audiovisual pelo público brasileiro, fazem do País um mercado de alta permeabilidade para essas líderes mundiais e regionais, por mais que haja oferta de conteúdo nacional. Nesse sentido, o déficit no segmento *Audiovisual*, o qual se verifica principalmente com relação à Europa e à América do Norte, apresenta um forte componente cultural de definição do padrão de consumo nacional baseado no que é produzido e comercializado nos países mais avançados.

Dessa forma, vale ressaltar os efeitos que a governança das CGV tem sobre essa característica do padrão das transações comerciais. Como o valor transacionado pelo segmento *Audiovisual* em serviços consiste, majoritariamente, de pagamentos de royalties e direitos autorais, o saldo comercial

negativo dos SCC brasileiros com a Europa e a América do Norte encontra parte de seus condicionantes no marco regulatório proporcionado pelo TRIPS, conforme mencionado na primeira seção desse capítulo. Ou seja, o padrão de consumo audiovisual brasileiro, ao valorizar o conteúdo internacional, faz valer a estrutura regulatória de governança da CGV do audiovisual, indicando as disparidades entre os países associados a empresas-líderes e aqueles de firmas menores.

Ainda sobre os serviços, deve ser enfatizada a peculiaridade do segmento *Cultura Digital* com relação ao comércio internacional. O período marcado pela ascensão da era digital e do desenvolvimento de tecnologias da informação já foi explorado neste *Atlas* como um dos fundamentos do fortalecimento recente do setor e da atenção que o mesmo tem recebido dos formuladores de políticas públicas. Mencionou-se também seu potencial disruptivo no sentido de facilitar e reduzir os custos das transações; enfatizando como esse fator beneficiou o surgimento de serviços como o *streaming*, que alterou o conceito de transação comercial internacional ao promover a superação digital das fronteiras geográficas. Todo esse contexto serve de arcabouço para analisar o alto valor transacionado em *Cultura Digital*, bem como sua posição deficitária.

Há, na prática, um paradoxo com relação à tecnologia da informação. Por um lado, ela facilita as interações e aproxima os agentes por meio de mercados mundiais, intensifica o fluxo de serviços, reduz os custos, potencializa a exportação e a importação de serviços e promove a internacionalização de empresas que, em condições alternativas, não teriam meios de se inserir no circuito internacional. Por outro, a tecnologia da informação exige constante inovação, e, portanto, a descoberta de novos processos a partir de altos investimentos em P&D, que levam à criação de novas marcas e patentes. Como mencionado, tais elementos encontram-se associados às empresas-líderes das CGV e, portanto, às economias mais avançadas. Como consequência, há um fortalecimento da discrepância entre o potencial de reprodução das empresas-líderes e das outras firmas, que seguem o movimento determinado pelas primeiras.

Essa situação dual permite explicar os resultados do segmento de *Cultura Digital*. O alto valor transacionado deriva de suas características próprias, de sua proximidade com a tecnologia da informação e à prestação de serviços

via meios digitais. Dessa forma, o crescimento mundial do segmento é, ao mesmo tempo, causa e consequência do aumento do valor transacionado. Especificamente no caso brasileiro, todavia, identifica-se uma posição intermediária dentro das CGV. As empresas-líderes do setor, em sua maioria europeias e norte-americanas, condicionam a inserção das firmas intermediárias, as quais, por sua vez, podem facilmente fornecer serviços – graças à própria natureza do setor – aos países menos avançados.

Assim, entende-se a posição do Brasil enquanto um significativo exportador e importador no segmento de *Cultura Digital*. Apesar da posição de importador líquido em *Cultura Digital*, o saldo deficitário do segmento é muito menor do que no caso do segmento *Audiovisual*. Por isso, apesar de o primeiro ser menos relevante do que o segundo para explicar a posição deficitária geral na balança de serviços dos SCC, ele serve para explicar parte do déficit relevante em serviços com relação à Europa e à América do Norte.

Ademais, comenta-se brevemente sobre a importância dos resultados do segmento *Educação e Criação em Artes* no caso do comércio de bens, uma vez que foi este o setor que apresentou o maior crescimento, finalizando o período analisado com superávit em relação ao resto do mundo. Viu-se que o desempenho do setor se deve prioritariamente ao comércio de obras de arte. Isso é surpreendente, visto que os maiores mercados dessas atividades estão localizados na Europa e na América do Norte (UNESCO; EY, 2005). A explicação para o crescimento do segmento e para seu superávit pode estar relacionado à valorização das artes nacionais no mercado internacional. Com relação às CGV, isso significa a inserção das atividades relacionadas às artes plásticas brasileiras em um nicho específico que apresenta demanda em diferentes países, isto é, uma inserção das empresas brasileiras em um contexto pré-determinado pelas grandes empresas mundiais. Não surpreende, portanto, que os principais importadores das obras de arte brasileira sejam justamente o continente europeu e o continente norte-americano, onde se localizam os maiores museus e galerias do mundo.

Em resumo, ao se considerar o que foi abordado nos capítulos anteriores, nota-se que os resultados internacionais dos SCC brasileiros mostram certos paralelos com tendências mais gerais de evolução da atividade cultural e criativa no Brasil e no mundo. É preciso reconhecer que, não obstante a posição deficitária do Brasil, há certo grupo de atividades culturais e criati-

vas que se destaca por seu crescimento em termos de valor exportado e de maior grau de internacionalização.

Essa evolução, expressa principalmente pelos segmentos *Cultura Digital* e *Educação e Criação em Artes,* mostra que a trajetória recente dos SCC brasileiros em termos de internacionalização se desenha em conformidade com a competição com um padrão de organização da produção em torno das indústrias mais tradicionais. Como se mencionou ao longo do *Atlas*, o crescimento desses segmentos está associado à condição pós-industrial de ênfase nas inovações tecnológicas em informação e, ainda, na importância da geração de valor simbólico. Nesse sentido, não surpreende que os resultados dos segmentos mais tradicionais, como *Editorial* e *Entretenimento,* sejam os menos dinâmicos no que diz respeito ao desempenho dos SCC brasileiros no comércio internacional, contrastando com o crescimento recente dos SCC mencionados anteriormente.

Em outras palavras, parece possível identificar que os resultados negativos nos setores mais tradicionais são reflexo da reorganização da produção cultural e criativa global que, no contexto das CGV, fortalece o potencial de crescimento e de expansão internacional de outros segmentos específicos. A partir dessa premissa, pode-se afirmar que, em certa medida, são os setores com maior capacidade de inovação e de produção de valor simbólico que possuem, no presente contexto, as condições mais factíveis de inserção estratégica e expansão orgânica dentro das CGV.

Nesse sentido, apesar do baixo grau de competitividade dos SCC brasileiros na venda de produtos como brinquedos, livros, revistas e instrumentos musicais; é notável a capacidade de internacionalização dos segmentos associados à produção de *software,* aplicativos, jogos digitais e com as artes plásticas no geral, em um contexto global de fortalecimento da representatividade dessas atividades. Percebe-se, portanto, a importância da inovação tecnológica e do valor simbólico no fortalecimento dos SCC brasileiros, em consonância com as transformações características da realidade pós-industrial.

BOX 6.3 – PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO E A CGV DA CULTURA: O CASO DA ARGENTINA

Em 2004, 3% do PIB argentino cabia às indústrias criativas e culturais. Esse valor superava a relevância de outras atividades importantes, como a indústria automotiva e a indústria têxtil. A partir de então, o crescimento anual dos SCC argentinos ocorreu acima da média mundial até 2009, contrastando com outras atividades que viram a redução de sua importância para a economia argentina (BORELLO; GONZÁLEZ, 2013). Apesar do histórico déficit comercial no caso dos bens culturais e criativos, esses resultados levaram a uma trajetória superavitária da balança comercial de serviços entre 2004 e 2011, mostrando a força de alguns segmentos dos SCC argentinos, como o Audiovisual. É preciso mencionar, todavia, que os efeitos da crise internacional sobre os países emergentes afetaram diretamente esse resultado, fazendo com que, a partir de 2011, a tendência superavitária se revertesse e houvesse um encolhimento dos SCC argentinos e de sua presença internacional (ARGENTINA, 2016).

Mesmo assim, a trajetória do segmento Audiovisual merece ser destacada, especificamente graças a sua competitividade internacional e permeabilidade no mercado europeu, em especial com relação à Espanha e à França (GETINO; SCHARGORODSKY, 2008). A produção cinematográfica argentina tem sido uma das mais volumosas e premiadas da América do Sul, chegando a produzir mais de 100 filmes por ano, que são transmitidos nos principais circuitos mundiais de cinema. Esse atestado de qualidade garantido pelas premiações internacionais funciona como impulso para o mercado regional, potencializando a popularidade do cinema argentino entre os países latino-americanos. O valor exportado para a região, no entanto, ainda é pouco representativo se ponderado o potencial de expansão (ARGENTINA, 2016).

Como afirmam Diez e Garcia (2014), esse sucesso decorre do processo de adaptação do Audiovisual argentino à abertura comercial ocorrida ao longo do fim do século XX. De maneira a assegurar a competitividade internacional, os produtores e distribuidores argentinos adotaram os padrões de qualidade internacional, tiveram o cuidado de garantir os direitos de distribuição dos filmes e dos programas televisivos e conseguiram, assim, desenvolver novos mercados para suas produções. Dessa forma, foi possível manter o papel da Argentina enquanto fornecedor de conteúdo Audiovisual, inclusive para países com tradição televisiva como México e Brasil. Um exemplo do sucesso argentino nesse sentido pode ser verificado na popularização do programa Chiquititas no mercado latino-americano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo apresentou as dinâmicas da participação dos SCC no comércio externo brasileiro, promovendo análises acerca dos níveis de exportação e de importação dos bens e serviços abarcados pela categoria. Em termos gerais, o capítulo mostrou a inserção internacional dos SCC brasileiros não como um fenômeno isolado, mas sim como parte de um processo de crescente integração das redes globais de produção e comércio, as quais fundamentam o conceito de CGV. A partir disso, o capítulo consistiu em ilustrar e analisar os resultados apresentados pelos SCC brasileiros nos últimos anos, sem deixar de reconhecer tanto as restrições impostas pela dinâmica das CGV, quando as possibilidades que se apresentam nesse contexto.

Assim, a primeira seção forneceu o arcabouço analítico do capítulo, explorando o conceito de CGV e a maneira pela qual ele serve simultaneamente enquanto fenômeno histórico da economia global contemporânea e instrumento interpretativo, isto é, ferramenta útil no sentido de compreender as redes globais de comércio e produção. Essa consideração foi articulada com a apresentação, na seção seguinte, da evolução recente das transações comerciais globais no que se refere aos SCC. Nessa seção foi possível identificar os principais segmentos e atividades em termos de valor transacionado, bem como os países que estão inseridos de maneira mais estratégica nesse segmento do mercado internacional. Dessa forma, foi possível identificar que a China, os Estados Unidos e alguns países europeus constituem os centros dinâmicos do comércio internacional de bens e serviços criativos.

A terceira seção consistiu na apreciação dos dados específicos sobre o desempenho dos SCC brasileiros. Procurou-se discutir as principais tendências que se apresentam em termos de exportação e importação e ponderar a relevância dos resultados do saldo comercial dos SCC em termos agregados e desagregados, atentando ainda para a relação com seus pares internacionais e com a estrutura produtiva nacional. Dessa forma, foi possível concluir que, apesar de ainda pouco relevante em termos relativos, o comércio internacional tem potencial de crescimento em alguns segmentos específicos, como *Cultura Digital* e *Educação e Criação em Artes*. Ademais, percebeu-se que o segmento de *Arquitetura e Design* cumpre um papel fundamental no sentido de gerar ganhos

com exportações para o resto do mundo, enquanto que o segmento *Audiovisual* consiste no grande importador, especialmente com relação aos serviços.

É diante dessas considerações que foram identificados os potenciais de expansão e os gargalos dos SCC brasileiros no mercado internacional que se torna possível comparar a experiência brasileira com a de outros países. Ao observar brevemente alguns elementos acerca da inserção internacional de países como China, México e Argentina, foi possível perceber que o contexto das CGV exige uma cooperação entre as empresas que procuram se internacionalizar e a ação governamental, que deve propor estratégias e planos de suporte a essa projeção externa. Essa demanda é principalmente forte nos países que se encontram em posições menos favoráveis nas CGV, dado o alto nível de competitividade e as dificuldades de se romper as barreiras institucionais referentes à conquista de mercados internacionais. Como foi possível notar nos casos analisados, especialmente na China e no México, a simbiose entre políticas de fomento e a iniciativa privada parece ser um instrumental eficiente para promover o crescimento e a expansão de setores culturais e criativos em termos globais.

REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ, V. C. **Diversidade Cultural e Livre Comércio**: antagonismo ou oportunidade? Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2015.

ARGENTINA. Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas. **Informes de Cadenas de Valor:** Industrias Culturales. Buenos Aires, 2016. (Año 1 – nº 16). 2016.

BAIR, J. Global Commodity Chain: Genealogy and Review. In: Bair, J. (Ed.). **Frontiers of Commodity Chain Research**. Redwood City, U.S.: Stanford University Press, 2009. P. 1-35.

BORELLO, J; GONZÁLES, L. Industrias culturales, innovación y formas de organización en un país semi-industrializado: El caso de la producción audiovisual en la Argentina. In: Conferencia Internacional LALICS, Rio de Janeiro. **Anais... .** Rio de Janeiro: Lalics, 2013. p. 1 – 41. Disponível em: <http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/03/Lalics-2013-Ponencia-publicada-Cine-e-innovación.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2018.

BOSCHI, A. M. **China vai dominar o mercado de cinema do mundo antes do fim da década.** 2015. Disponível em: <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2015/09/21/china-vai-dominar-o-mercado-de-cinema-no-mundo-antes-do-fim-da-decada.htm>. Acesso em: 09 fev. 2018.

BRAITHWAITE, J. DRAHOS, P. **Global Business Regulation**. New York: Cambridge University Press, 2000.

CARNEIRO, F. L. Fragmentação Internacional da Produção e Cadeias Globais de Valor In: OLIVEIRA, I. M., CARNEIRO, F. L., SILVA FILHO, E. B (Orgs.). **Cadeias Globais de Valor, Políticas Públicas e Desenvolvimento**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2017.

DIEZ, E; GARCIA, F. El desarrollo del mercado audiovisual en Argentina: una industria de exportación. **Palabra Clave**, v. 17, n. 4, p. 1137-1167, Dec. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852014000400007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 14 Mar. 2018. http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2014.17.4.7.

DRAHOS, P. Global Property Rights in Information: The story of TRIPS at the GATT. **Prometheus,** v. 13, n.1, p. 6-19, 1995.

DUNNING, J.H. **Alliance Capitalism and Global Business.** New York: Routledge, 1994.

GEREFFI, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: How U.S. retailers shape overseas production networks. In: GEREFFI, G; KORZENIEWICZ, M. (Eds) **Commodity chains and global capitalism**. Westport, CT: Praeger, 1994. p. 95–122.

GEREFFI, G.; FERNANDEZ-STARK, K. Global value chain analysis: a primer. Durham: Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), 2016. Disponível em: http://hdl.handle.net/10161/12488. Acesso em 26 fev. 2018.

GETINO, O.; SCHARGORODSKY, H. **El cine argentino en los mercados externos: introducción a una problemática económica y cultural.** Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 2008.

HAO, L; SONG, L. An Analysis of the Factors Influencing Chinese Cultural Product Export. **Studies in Sociology of Science**, v. 7, n. 4, p. 61-65, 2016.

IAPADRE, P. L. Cultural Products in the International Trading System. In**:** GINSBURGH, V. THROSBY, D. **Handbook of the Economics of Art and Culture.** Vol. 2. Oxford: Elsevier, 2014. P. 381-405.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – Ipea. Base de dados. Taxa de câmbio R$/US$ comercial (valor de venda) média do período, 2018. Disponível em: http://ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=38389. Acesso em 26 fev. 2018

KEANE, Michael. **Creative Industries in China:** Art, Design and Media. Cambridge: Policy Press, 2014.

KERN, P. SMITS, Y. WANG, D. **Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China**: A working paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform. KEA European Affairs: Brussels, 2011.

LEE, J. Global Commodity Chains and Global Value Chains. In: DANEMARK, R. A. (Ed.). **The International Studies Encyclopedia**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. P. 2987-3006.

MARVASTI, A. International Trade in Cultural Goods: A Cross-Sectional Analysis. **Journal of Cultural Economics,** n.18, v.1, p.135-148, 1994.

MINISTERIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS – MDIC. Balança Comercial Brasileira: acumulado do ano, 2018. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/balanca-comercial-brasileira-acumulado-do-ano>. Acesso em 26 fev. 2018.

O'CONNOR, J; XIN, G. **A new modernity?:** The arrival of 'creative industries' in China. 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/27474888_A_new_modernity_The_arrival_of_'creative_industries'_in_China>. Acesso em: 01 mar. 2018.

PINTO, E. C., FIANI, R., CORREA, L. M. Dimensões da abordagem da cadeia global de valor: *upgrading*, governança, políticas governamentais e propriedade intelectual. In: OLIVEIRA, I. M., CARNEIRO, F. L., SILVA FILHO, E. B (Orgs.). **Cadeias Globais de Valor, Políticas Públicas e Desenvolvimento**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2017.

PROMEXICO. **Industry profile:** Creative Industries in Mexico. 2017a. Disponível em: <http://mim.promexico.gob.mx/swb/mim/Perfil_del_sector_ic>. Acesso em: 29 jan. 2018.

PROMEXICO. **Mexico creative industries.** 2017. Disponível em: <http://www.promexico.mx/documentos/folletos-sectoriales/creative-industries.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2018

PROMEXICO. **Mexico creative industries.** 2017. Disponível em: <http://www.promexico.mx/documentos/folletos-sectoriales/creative-industries.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2018

RVO. **Sector Report Creative Industries in Mexico**. 2013. Disponível em: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2014/02/Sector Report Creative Industries Mexico 2013.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2018.

SECTOR Report Creative Industries Mexico. 2013. Disponível em: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2014/02/Sector Report Creative Industries Mexico 2013.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2018.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook and Country Profiles::** Trends in international trade in creative industries. 2015. Disponível em: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2018.

UNCTAD. **Creative economy report 2010**. Creative economy: a feasible development option. U.N., 2010.

VALIATI, L., FIALHO, A. L. N. (Org.) **Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira**: Metodologia I. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2017.

Cap. 7

O ATLAS ECONÔMICO DA CULTURA BRASILEIRA E SEU POTENCIAL

Marcelo Milan, Gustavo Möller, Larissa Couto da Silva

Como reiterado muitas vezes ao longo dos capítulos anteriores, o Atlas tem como um de seus objetivos a retomada da conta satélite da cultura (CSC) no Brasil. Os dados apresentados e discutidos nos capítulos anteriores deixam claro que a economia da cultura e a economia criativa compõem um segmento importante da economia brasileira, respondendo a aproximadamente 1% do PIB no País. Esse levantamento preliminar, com base em quatro eixos que representam importantes dimensões da estrutura econômica, apesar de suas limitações, por si só já se constituiria em uma contribuição relevante para um aprofundamento desse importante setor de atividade. Todavia, há diversos outros aportes trazidos pelo documento. Esse capítulo de considerações finais, relativamente extenso, apresenta, de forma sintética, outro subsídio do Atlas para a sociedade brasileira em geral e para os agentes, em

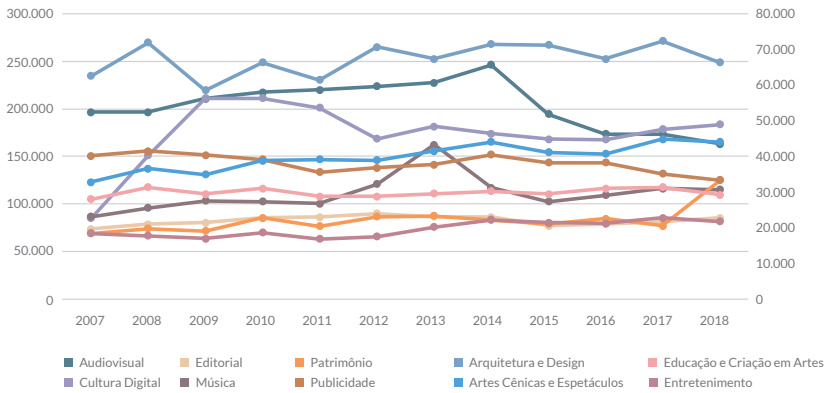
suas múltiplas atribuições, da economia criativa e da cultura em particular: aprofundamentos para futuras pesquisas e proposição de políticas públicas. Essas poderão se constituir em um fim em si, para aproveitamento da academia e dos meios de comunicação, e também em insumo para proposição de políticas públicas qualificadas. Dessa forma, as próximas seções efetuam cruzamentos das informações disponibilizadas nos quatro eixos individuais. O objetivo é mostrar que a separação por eixos é necessária para fins analíticos, mas a economia da cultura possui uma complexidade e uma organicidade que fica melhor expressa na forma da articulação entre os capítulos temáticos. Em um primeiro momento essa articulação é binária, analisando duas variáveis, uma de cada eixo. Cabe lembrar que o cruzamento de informações já aparece em algumas razões e variáveis ao longo do Atlas e na plataforma eletrônica. Exercícios com mais variáveis e abordando mais eixos exigem uma metodologia quantitativa mais complexa que vai além do escopo desse trabalho. Dessa forma, esse capítulo final permite justamente enfatizar a necessidade de se olhar para o Atlas, enquanto reflexo de uma realidade complexa, como um produto amplo em sua mensuração da economia da cultura. A primeira seção discute o cruzamento do valor adicionado pelos empreendimentos culturais e criativos com o emprego, proporcionando uma medida de produtividade. A segunda seção relaciona dados de exportação com a receita bruta total dos empreendimentos culturais e criativos. A terceira seção avalia o cruzamento das informações sobre massa salarial, lucro e valor adicionado. Por fim, a última seção conclui o Atlas.

Valor Adicionado por Trabalhador

Começando com os dois primeiros eixos (empreendimentos e mercado de trabalho), ao analisar o valor adicionado por trabalhador nos SCC, pode-se obter um parâmetro da produtividade setorial do trabalho, acompanhando sua evolução durante o período considerado pelo Atlas. A produtividade do trabalho é uma maneira apropriada de mensurar a eficiência dos diferentes segmentos econômicos. Dessa forma, ao avaliar a trajetória da variável, é possível obter inferências com relação às mudanças no desempenho setorial, atribuindo ou não melhoras no aproveitamento dos recursos produtivos alocados nesses setores.

Ou seja, pela análise do valor adicionado por trabalhador, avalia-se o desempenho de um insumo produtivo fundamental: o trabalho. E também é possível observar como essa performance vem se comportando ao longo do período de 2007 a 2018 nos diferentes SCCs e nas unidades federativas. . O Gráfico 7.1 mostra a trajetória da variável para os SCC e o Quadro 7.1 apresenta uma síntese das estatísticas descritivas.

Gráfico 7.1 – Valor adicionado por trabalhador nos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2018)*



*Educação e Criação em Artes, Artes Cênicas e Espetáculos, Arquitetura e Design e Entretenimento medidos no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 7.1 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado por trabalhador nos setores culturais e criativos, por segmento (em R$, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Arquitetura e Design	67.279	67.306	4.546
Artes Cênicas e Espetáculos	39.739	39.877	3.731
Audiovisual	203.547	203.701	25.086
Cultura Digital	173.371	176.156	33.334
Editorial	82.338	83.298	4.864
Educação e Criação em Artes	29.814	29.479	1.125
Entretenimento	19.592	19.360	2.188
Música	110.792	106.108	18.941
Patrimônio	83.122	80.978	14.534
Publicidade	142.668	143.490	9.255

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Não há no período uma tendência geral bem definida, como mostra a evolução da média anual global (que fica pouco acima de R$ 95 mil). Há dois segmentos apresentando queda da produtividade do trabalho, alguns poucos com elevação moderada e outros ainda com elevação mais intensa, mas com diferenças importantes para subperíodos distintos. Apenas *Audiovisual* e *Publicidade* apresentaram redução, com o primeiro fazendo com que a média geral também caísse, dada sua importância em termos de emprego e valor adicionado (capítulos 3 e 4) e o segundo apresentando queda modesta. Assim, levando em consideração a situação macroeconômica do país no período, elucida-se uma possível relação entre a evolução do Produto Interno Bruto, que, em 2015 e em 2016, apresentou variação anual negativa, e o valor adicionado

especificamente pelos SCC. Como já discutido no capítulo 1, os dados apresentados mostram que a economia criativa e da cultura apresenta, pela métrica em questão, uma maior resiliência do que a economia brasileira considerada como um todo. E os segmentos que experimentaram maior desaceleração, como *Audiovisual* e *Música*, são também, dentro da economia cultural e criativa, segmentos mais tradicionais.

Para explicitar melhor as diferenças entre os setores tradicionais e consolidados e aqueles que refletem as inovações dos períodos mais recentes, o segmento de *Audiovisual* destaca-se frente aos demais em termos absolutos (produtividade mediana anual de pouco menos de R$ 200 mil), mas com uma trajetória com forte declínio nos anos de recessão nacional, isto é, não conseguindo apresentar trajetória independente. A deterioração da economia como um todo nos anos de 2015 e 2016 foi acompanhada de uma redução acentuada do valor adicionado pelo segmento (23% em 2015 e 14% em 2016), comparada a uma diminuição mais branda no número de ocupações nas atividades que o compõem para estes anos (2,8% e 3,4%, respectivamente), promovendo uma queda menos acentuada na produtividade. Para o ano de 2007, o segmento registrou R$ 182 mil de valor adicionado para cada ocupado. Já em 2018, essa relação caiu para R$ 163 mil, menor valor registrado em toda a série. Observando a trajetória dos valores apresentados no gráfico 1, é possível constatar essa queda substancial nos últimos anos da série, mesmo que a relação valor adicionado/número de ocupados tenha experimentado uma variação positiva expressiva até 2014. Entre 2007 e 2014, o crescimento acumulado no valor adicionado pelas empresas do segmento foi de 47%, e houve expansão de 17% no número de ocupados – o que ocasionou o crescimento de 25% do valor adicionado por trabalhador nesse período.

Entre os ramos criados pela revolução tecnológica, o segmento de *Cultura Digital* é o segundo mais importante em termos absolutos, com média anual de R$ R$ 173 mil por trabalhador no período. O segmento também apresenta peculiaridades em relação à evolução da produtividade, com algumas oscilações e tendência de queda

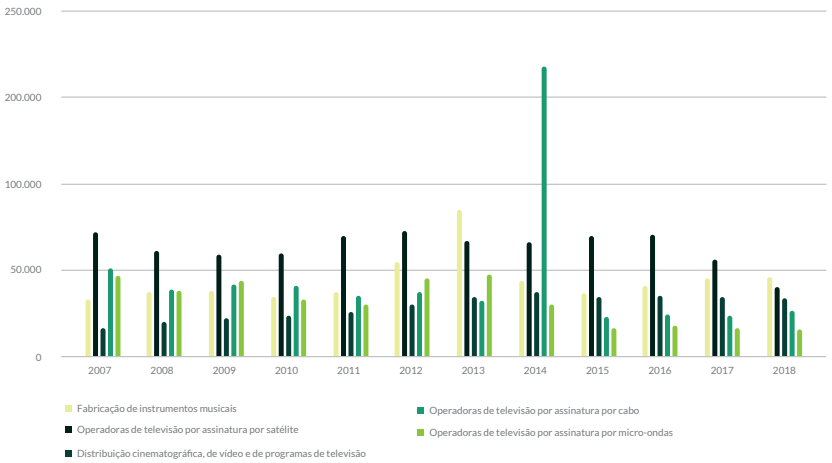
acentuada no nível do valor adicionado por trabalhador entre 2010 e 2012, quando a relação valor adicionado-trabalhador foi de R$ 211 mil para R$ 168 mil – uma redução de 20%. De modo geral, a expansão das atividades relacionadas com o meio digital incrementou substancialmente o valor adicionado por este setor na economia nacional, de forma que em todos os períodos considerados houve variações anuais positivas no valor agregado, com uma variação ponta a ponta de mais de 7.000%. Da mesma forma, houve aumentos sucessivos nos postos de trabalhos nessas atividades (mais de 3.200% entre 2007 e 2018),, de forma que as variações anuais negativas da relação (nos anos de 2011, 2012, 2014 e 2015) são explicadas pelo aumento mais do que proporcional no número de ocupados em relação à variação do valor agregado pelas atividades de *Cultura Digital*. Assim, o segmento observou expansão de quase 116% na produtividade.

Considerando o quadro mais geral, os SCC apresentam tendências e trajetórias heterogêneas no aspecto da produtividade do trabalho, replicando uma característica da economia brasileira. Proporcionalmente aos demais segmentos, e considerando a média geral dos SCC, os ramos de *Entretenimento*, *Artes Cênicas e Espetáculos* e *Educação e Criação em Artes* possuem índices absolutos de produtividade muito baixos, apresentando razões bem abaixo da média. *Arquitetura e Design*, *Editorial* e *Patrimônio* também ficam abaixo da média, mas com diferenças menores. Estes segmentos apresentaram um aumento de produtividade em termos absolutos quando comparados o primeiro e o último ano da série. Ainda assim, mantiveram relativa carência de eficiência produtiva quando expandimos a análise para a totalidade dos SCC, mantendo-se como os setores menos eficientes.

O cruzamento dos dados setoriais desagregados também relevam tendências interessantes. Com relação às 46 Classes CNAE incluídas no Atlas, o Gráfico 7.2 mostra a evolução do valor adicionado por trabalhador para as cinco categorias que apresentaram os maiores valores na média do período (2007-2018). O Quadro 7.2 mostra as estatísticas descritivas relacionadas. Das cinco principais atividades

pelo critério de produtividade, quatro são do segmento *Audiovisual* e uma do segmento de *Música*. É preciso enfatizar a elevada variabilidade dos dados, com os valores de desvio padrão indicando muitas mudanças anuais.

Gráfico 7.2 – Valor adicionado por trabalhador nas principais Classes CNAE 2.0 (em R$, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 7.2 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado por trabalhador nas principais Classes CNAE 2.0 (em R$, 2007-2018)

Classe CNAE	Média	Mediana	Desvio Padrão
Fabricação de instrumentos musicais	443.521	396.047	141.007
Operadoras de televisão por assinatura por satélite	636.141	664.041	92.584
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	289.014	320.977	70.135
Operadoras de televisão por assinatura por cabo	453.419	364.876	396.619
Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	317.855	316.979	127.221

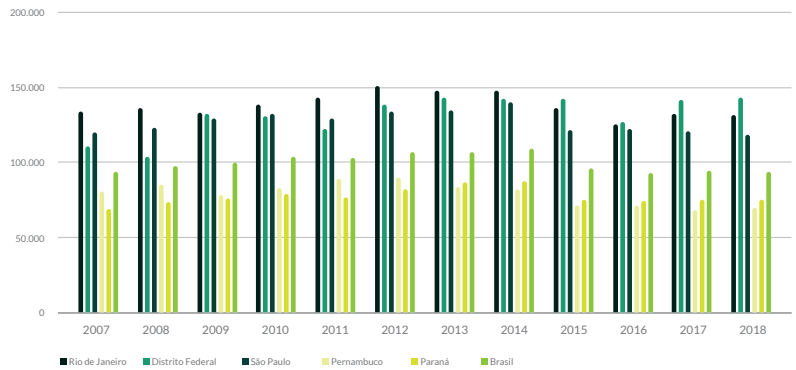
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Com relação ao *Audiovisual*, mesmo com a alta relação valor adicionado por trabalhador, em termos absolutos, das três classes, a média do segmento como um todo acaba sendo consideravelmente menor em função da baixa participação dessas três CNAEs na composição do valor adicionado e do total de ocupados. A discrepância da CNAE Operadoras de televisão por assinatura por cabo no dado de 2014 se deve a uma variação de -80% do total de ocupados na atividade entre 2013 e 2014, acompanhado de um crescimento de 3% do valor agregado.

Música apresenta, na média, a quarta maior relação valor adicionado por trabalhador entre os SCC, e, aprofundando a análise ao nível das CNAEs, este segmento também apresenta um bom desempenho. A alta participação relativa da CNAE Fabricação de instrumentos musicais na composição do valor adicionado pelo segmento, que em 2018 chegou a atingir 55%, acaba tornando esta única atividade uma grande responsável pela elevada produtividade do setor.

As diferenças setoriais discutidas acima também se observam no plano territorial. O Gráfico 7.3 mostra a evolução dos maiores valores adicionados estaduais, para os cinco estados com maiores médias, e o indicador nacional. O Quadro 7.3 apresenta as estatísticas descritivas correspondentes.

Gráfico 7.3 – Valor adicionado por trabalhador nas principais UFs (em R$, 2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Quadro 7.3 – Estatísticas descritivas – Valor adicionado por trabalhador nas principais UFs (em R$, 2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio Padrão
Rio de Janeiro	138.105	136.270	7.705
Distrito Federal	131.422	135.470	13.339
São Paulo	127.071	125.877	6.960
Pernambuco	79.263	81.068	7.507
Paraná	77.570	75.947	5.369
Brasil	99.763	98.741	5.894

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.
Preços reajustados pelo IPCA de 2019.

Em 2007, as cinco Unidades Federativas que apresentavam maior valor adicionado por trabalhador nos SCC eram Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal, Pernambuco e Amazonas. O estado do Rio de Janeiro mantinha a maior relação do país, um montante de R$ 133 mil. Para o período como um todo, também apresentou a maior produtividade média e mediana. E em 2018 a produtividade do Distrito Federal nos SCC tornou-se a maior entre as Unidades Federativas do país, com R$ 142 mil, com a segunda maior média e mediana. Durante o período, o Distrito Federal apresentou a maior variação nos valores. Essa mudança foi motivada pelo impacto menos acentuado das mudanças na produtividade nesse Distrito frente às demais UFs, dada a condição de instabilidade acentuada da conjuntura econômica nos estados mais ricos da federação. Contudo, a produtividade no Brasil sofreu uma redução de 2,6% entre 2015 e 2016, enquanto no Distrito Federal a redução foi de mais de 11%, uma das maiores contrações registradas nesse período. Por fim, São Paulo apresentou valores próximos aos do Distrito Federal. As três UFs apresentaram valores acima da média e da mediana nacional.

Observa-se que, na desagregação geográfica disposta no Gráfico 7.3, das UFs selecionadas apenas Distrito Federal, Pernambuco e Paraná apresentaram variação positiva na produtividade entre 2017 e 2018, enquanto as outras duas (Rio de Janeiro e São Paulo) e a média nacional experimentaram contração. Neste intervalo, Rio de Janeiro e São Paulo mostraram quedas no número total de ocupados e no valor agregado. Em relação à média do Brasil, houve sucessivos aumentos na produtividade do trabalho entre 2007 e 2010, e de 2012 a 2014, com variações negativas em 2011, 2015, 2016 e 2018. Esses declínios foram causados pela queda do valor adicionado em termos absolutos, com exceção de 2011, quando a queda foi motivada pela maior variação positiva da mão de obra em relação ao crescimento do valor adicionado.

Exportações de Bens e Receita Bruta dos Empreendimentos Culturais e Criativos

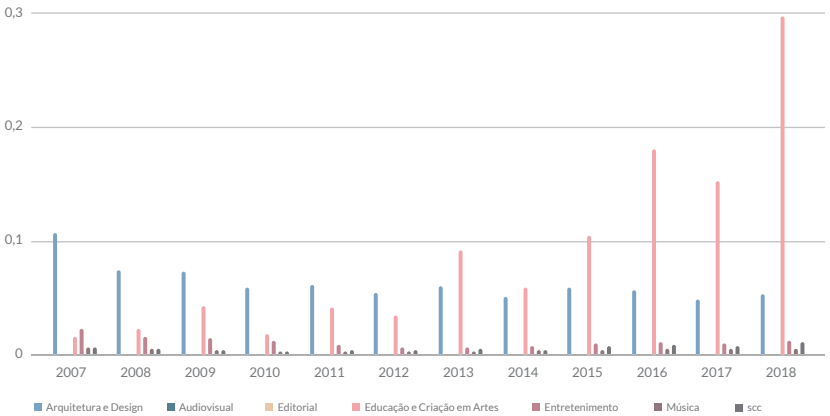
A mensuração da razão exportações de bens/receita bruta auferida permite avaliar a importância do comércio exterior para a atividade econômica dos SCC. É um indicador que avalia a importância relativa das demandas externa e interna para a produção de bens culturais e criativos levada a cabo no Brasil. Ou seja, quanto maior for a relação exportação-receita bruta, maior será a proporção do resultado das vendas de bens produzidos nacionalmente que cabe ao comércio internacional, enquanto uma razão pequena ou nula representa uma maior proporção destinada ao mercado interno ou ausência de comércio internacional. Cabe notar a instabilidade do setor exportador, refletida em variações da relação exportação-receita ao longo do período analisado. Isso indica uma baixa consolidação de um mercado estável para as exportações domésticas. Dessa forma, os SCC acabam sendo suscetíveis às rápidas mudanças na conjuntura internacional.

Contudo, este impacto conjuntural acaba por ter desdobramentos menos expressivos na dinâmica de crescimento da indústria cultural e criativa pela importância do mercado interno como destino da produção daqueles segmentos que apresentam maior participação relativa na economia cultural e criativa do Brasil. Assim, os ramos que concentram as maiores participações na receita bruta dos SCCs são *Editorial* e do *Audiovisual*. Como indicado abaixo, esses dois segmentos, representativos dos setores econômicos tradicionais que vêm sendo transformados pela revolução tecnológica, possuem a mais baixa relação exportação-receita dentre os SCC que tiveram alguma exportação durante os anos da série. Em termos do valor absoluto das exportações, os dois setores somaram, em sua maior participação relativa em 2008, 1,45% do total exportado pelos SCCs.

Para ilustrar esse panorama, o Gráfico 7.4 e o Quadro 7.4 apresentam respectivamente a evolução da relação e as estatísticas descritivas. Como explicitado nos Capítulo 2 e 6 do Atlas, *Patrimônio* e *Publicidade* não

são contemplados nos dados de Comércio Exterior de Bens do MDIC, não sendo aqui apresentados. Da mesma maneira, os segmentos de *Cultura Digital* e *Artes Cênicas e Espetáculos* não exportaram bens durante o período de análise da série (2007 a 2018) e não são considerados.

Gráfico 7.4 – Razão entre exportações e receita bruta nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e no MDIC.

Quadro 7.4 – Estatísticas descritivas – Razão entre exportações e receita bruta nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Arquitetura e Design	6,3%	5,9%	1,6%
Audiovisual	0,0%	0,0%	0,0%
Editorial	0,0%	0,0%	0,0%
Educação e Criação em Artes	8,9%	5,1%	8,5%
Entretenimento	1,2%	1,1%	0,5%
Música	0,5%	0,5%	0,1%
SCC	0,6%	0,5%	0,2%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e no MDIC.

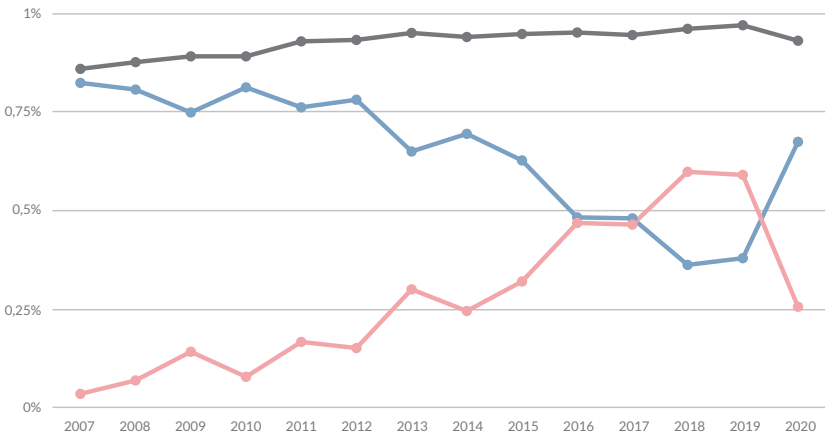
O Gráfico 7.4 e o Quadro 7.4 indicam a quase inexistente participação relativa do comércio externo nos segmentos tradicionais de *Audiovisual* e *Editorial*, que não passou, nos anos de maior relação, de 0,002% (2017) e 0,02% (2008) da receita bruta, respectivamente. A média e a mediana não são estatisticamente diferentes de zero. Como esses setores são importantes para a receita bruta dos SCC, o total dos seis segmentos também reflete essa relativa insuficiência de atividade exportadora, com uma média inferior a 1%. Com base nos capítulos 3 e 6, pode-se observar que a evolução positiva da receita bruta em contrapartida à redução das exportações sugere um crescente aumento no mercado interno para as atividades econômicas culturais e criativas. O segmento *Música* registrou uma trajetória descendente da participação relativa das exportações de 2007 até 2010, conservando estabilidade das variações nos períodos subsequentes, em distribuição semelhante à das exportações absolutas do setor, e voltando a apresentar um maior peso das exportações na receita bruta. Contudo, a relação média é inferior à média agregada. Já o segmento *Entretenimento*, com valores muito baixos, mas ainda assim com quase o dobro da média total, apresentou uma trajetória de decrescimento da participação das exportações até 2013, recuperando-se então até o último ano com dados disponíveis. O aumento nos cinco últimos anos é explicado principalmente pela queda da receita bruta verificada naquele setor.

É perceptível, pela análise visual do Gráfico 7.4 e também pelas estatísticas descritivas no Quadro 7.4, que os segmentos que apresentam uma relação exportação-receita bruta mais elevada são os de *Arquitetura e Design* (média anual de 6,3%) e *Educação e Criação em Artes* (média de 8,9%), mas ambos mostram trajetórias diferentes no decorrer da série. Enquanto em 2007 o segmento de *Arquitetura e Design* obteve com as exportações o equivalente a 10,7% de sua receita, em 2010 essa relação atingia 5,9% (uma diminuição de 45%). Posteriormente, a série apresenta uma alternância entre aumentos e reduções da relação. Já o segmento de *Educação e Criação em Artes*

experimentou um aumento de 162% no triênio 2007-2009, passando de 1,6% da relação exportação-receita para 4,3%. Fica claro aqui que, partindo de um valor baixo, qualquer incremento representa um salto em termos relativos, mas não o suficiente para caracterizar um nível elevado. Nos demais períodos a série alternou entre expansões e contrações na relação, mas com níveis crescentes– ou seja, a relação atinge patamares mais elevados do que aqueles registrados inicialmente, mostrando elevado dinamismo exportador frente às vendas internas. Em 2018 atingiu o maior patamar registrado, quando a relação chegou a 29,7%. Pesquisas adicionais são necessárias para comparar a capacidade dos SCC em ampliarem sua presença no mercado internacional em momentos de contração interna com os ramos tradicionais da economia brasileira.

É preciso mencionar que o Gráfico 7.4 e o Quadro 7.4 ilustram a elevada disparidade e heterogeneidade nos SCC, com apenas dois segmentos entre os dez designados pelo Atlas, e entre os seis com atividade exportadora, mostrando de forma mais intensa a importância relativa do mercado externo no destino de sua produção. Os segmentos de *Arquitetura e Design* e de *Educação e Criação em Artes* são assim os únicos expressivos na relação exportação-receita e, a partir de 2009, ambos conservam também o nível mais alto de exportações de bens dentre os SCC brasileiros. O Gráfico 7.5 mostra a evolução da participação relativa desses dois segmentos no total das exportações de bens dos SCC, além da trajetória da participação individual de cada um, até 2020. A partir de 2011, a soma dos dois passa a representar mais de 90% do total das exportações culturais e criativas, atingindo 97% no ano de 2019 (média de 93% para o período). *Arquitetura e Design* representou 65% das exportações na média anual do período (e uma mediana de 68%), principalmente pelas vendas de joias, enquanto *Educação e Criação em Artes* representou média de 28% e mediana de 25%.

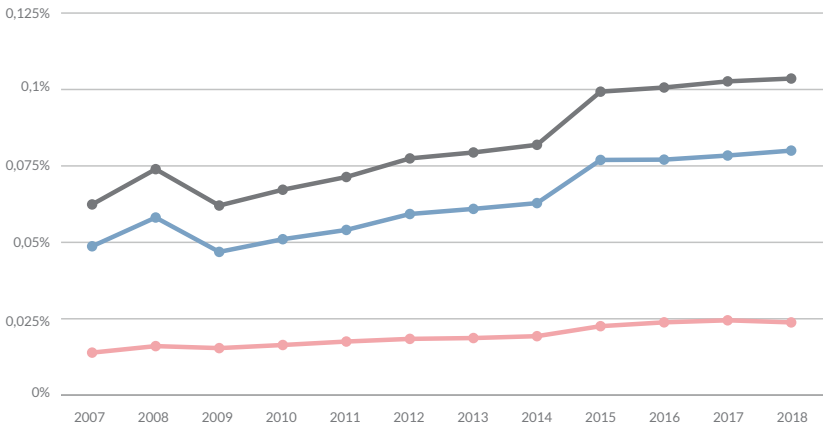
Gráfico 7.5 – Participação das exportações de bens dos segmentos de Arquitetura e Design e Educação e Criação em Artes no total dos setores culturais e criativos (2007-2020)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no MDIC.

O Gráfico 7.6 apresenta a evolução da participação dos dois segmentos no total da receita bruta auferida pelos SCC durante o período de análise (neste caso até 2018). Contrariamente ao que foi exposto no caso das exportações, nota-se uma pequena, embora crescente, participação destes setores na composição da receita bruta das indústrias culturais e criativas, atingindo a maior participação agregada em 2018, com 10,4% da receita bruta total. *Arquitetura e Design* teve uma participação anual média e mediana aproximadamente de 6% e *Educação e Criação em Artes* de aproximadamente 2%.

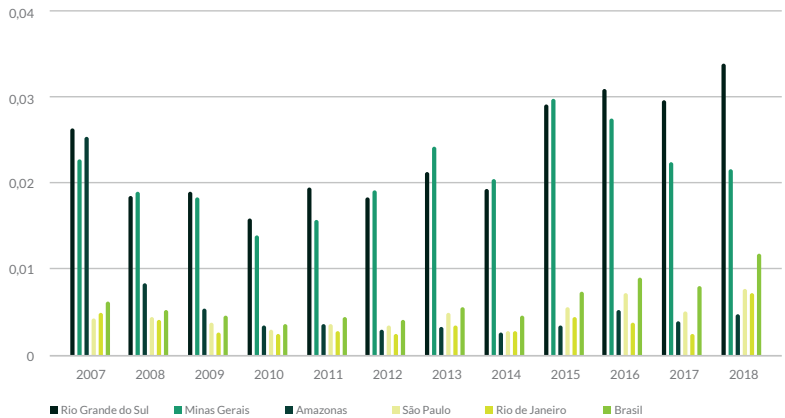
Gráfico 7.6 – Participação da receita bruta dos segmentos de Arquitetura e Design e Educação e Criação em Artes no total dos setores culturais e criativos (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE.

Do ponto de vista territorial, as cinco UFs onde os SCC apresentaram a maior relação exportação-receita na média do período foram: o Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Amazonas, São Paulo e Rio de Janeiro. Rio Grande do Sul e Minas Gerais são as UFs que apresentam relações acima da média nacional. O Gráfico 7.7 mostra a evolução da relação exportação-receita bruta para as UFs selecionadas e o Quadro 7.5 apresenta as estatísticas descritivas.

Gráfico 7.7 – Razão exportação/receita bruta nas principais UFs (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e no MDIC.

Quadro 7.5 – Estatísticas descritivas – Razão exportação/ receita bruta nas principais UFs (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Rio Grande do Sul	2,4%	2,0%	0,6%
Minas Gerais	2,1%	2,1%	0,5%
Amazonas	0,6%	0,4%	0,6%
São Paulo	0,5%	0,4%	0,2%
Rio de Janeiro	0,4%	0,3%	0,1%
Brasil	0,6%	0,5%	0,2%

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e no MDIC.

O Rio Grande do Sul, no período inicial da análise, possuía a maior relação exportação-receita dentre as unidades federativas do país, chegando a 2,6% (a média alcança 2,2% e a mediana 2,0%). Posteriormente, o estado apresentou oscilação, com períodos de declínio

e crescimento intercalados, sugerindo uma instabilidade do setor exportador, que apresenta a mesma relação de alternância anual de resultados positivos e negativos. Destaca-se que o segmento de *Arquitetura e Design* predomina na pauta de exportações cultural e criativa neste estado. Já o segmento *Editorial*, segmento com baixo índice de exportação, concentra a maior parte da receita bruta dos SCC na UF.

Minas Gerais, que em 2007 tinha o terceiro maior resultado para a relação (com 2,3%, enquanto o Amazonas tinha um percentual ligeiramente menor que o gaúcho), superou o Rio Grande do Sul como líder ao longo do quadriênio 2012-2015. O comércio internacional de bens culturais e criativos apresentou perda de importância na receita bruta das empresas culturais e criativas do estado até 2010, revertendo a situação a partir de 2011. Apenas em 2014 essa relação voltou a cair de forma mais acentuada, devido a uma redução de -15,52% na relação exportação-receita bruta da UF (que foi de 2,42% em 2013 para 2,05%, atingindo seu pico no ano seguinte: 2,97%). O segmento de *Arquitetura e Design* respondeu por praticamente a totalidade do montante exportado de bens culturais e criativos no estado, mas por uma parcela reduzida da receita bruta. O segmento *Editorial* responde pela maior parcela desta última variável em Minas Gerais.

Os outros três estados analisados apresentam uma relação exportação-receita bruta muito inferior quando comparada ao Rio Grande do Sul e a Minas Gerais, ficando mesmo abaixo da média global (com exceção do Amazonas, que a iguala). São Paulo apresenta oscilações entre crescimento e queda da relação exportação/receita ao longo de todo o período, atingindo o pico de participação em 2018 (0,77%). Destaca-se nessa UF a participação das exportações do segmento de *Arquitetura e Design*, enquanto o segmento que concentra a maior receita bruta é o *Editorial*.

O estado do Amazonas apresentou uma relação fora da sua tendência de longo prazo ou um ponto fora da curva no ano de 2007, devido a uma elevação muito rápida das exportações no setor de *Arquitetura e Design*, que ocasionou um índice muito superior a

qualquer outro registrado na unidade federativa – aproximadamente três vezes maior que a segunda maior relação, registrada no ano de 2008. O Rio de Janeiro apresentou uma trajetória semelhante ao Rio Grande do Sul, com tendência de aumento nos períodos iniciais da série, seguido por períodos de crescimento intercalados com períodos de decrescimento, tendo o segmento de *Arquitetura e Design* como o mais importante.

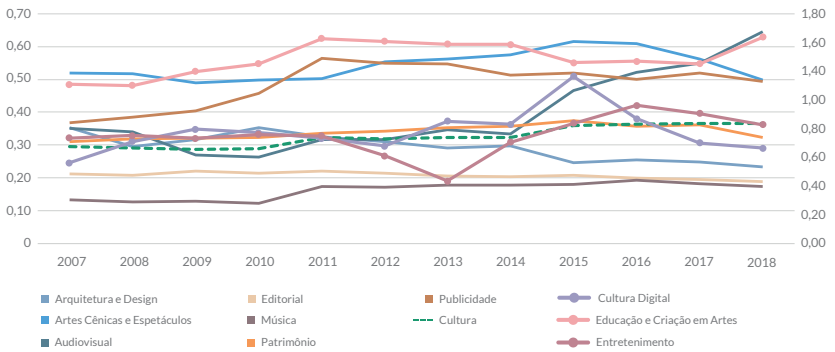
Em síntese, percebe-se a reduzida relevância do mercado externo no que tange à geração de receita pela venda de bens culturais e criativos. A parcela dos bens que tem como destino o consumo interno no país é predominante, sugerindo que os SCC acabam sendo afetados em maior grau pela conjuntura econômica interna do país do que pela externa.

Massa Salarial, Lucro e Valor Adicionado

A mensuração da relação entre a massa de rendimentos do trabalho e o lucro auferido pelas empresas culturais e criativas permite conhecer a distribuição funcional da renda gerada pelos SCC entre os fatores de produção. Por exemplo, se a relação salário-lucro for maior que um, isso sugere uma maior intensidade da demanda relativa pelo fator trabalho no valor dos bens e serviços produzidos e vendidos. Inversamente, uma relação salário-lucro abaixo de um sugere uma maior utilização relativa do fator capital, dado seu estoque, no valor dos bens e serviços, acabando por mover a distribuição de renda na direção daqueles que são proprietários deste fator produtivo. Uma relação igual a um sugere uma distribuição funcional equânime da renda. A análise da trajetória dessas variáveis em conjunto à do valor adicionado permite identificar qual fator produtivo (trabalho ou capital) possui maior importância na adição de valor econômico. Assim, quando há uma variação do valor adicionado, como a mesma se distribui entre lucros e salários?

O Gráfico 7.8 mostra a trajetória da relação para os SCC, enquanto o Quadro 7.6 fornece as estatísticas descritivas correspondentes.

Gráfico 7.8 – Razão salário/lucro nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2018)*



*Educação e Criação em Artes, Cultura Digital e Entretenimento medidas no eixo da direita.

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

Quadro 7.6 – Estatísticas descritivas – Razão salário/lucro nos setores culturais e criativos, por segmento (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Arquitetura e Design	0,29	0,30	0,04
Artes Cênicas e Espetáculos	0,54	0,54	0,04
Audiovisual	0,39	0,34	0,12
Cultura Digital	0,88	0,85	0,17
Editorial	0,21	0,21	0,01
Educação e Criação em Artes	1,45	1,42	0,13
Entretenimento	0,85	0,84	0,15
Música	0,16	0,17	0,03
Patrimônio	0,34	0,34	0,02
Publicidade	0,49	0,51	0,07
Cultura	0,33	0,32	0,03

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

Percebe-se que o valor da massa salarial supera o valor da massa de lucros apenas para o segmento de *Educação e Criação em Artes* (*Entretenimento* também apresentou uma relação maior que um nos anos de 2016 e 2017, e *Cultura Digital* em 2015). Segmentos com relação inferior a um, mas acima de 0,5 na média, incluem *Cultura Digital* (média de 0,88), *Entretenimento* (média de 0,85) e *Artes Cênicas e Espetáculos* (média de 0,54 e reduzido nível de variação dos dados anuais, diferentemente dos dois anteriores). A média de todos os SCC foi de 0,33, o que significa R$ 0,33 despendidos com salários para cada R$ 1 em lucros auferidos. Esse valor médio é relativamente estável, como indica o reduzido desvio padrão. O intervalo em que a série da Cultura apresentou variação mais elevada foi entre 2014 e 2015, um crescimento de 14% na relação, e no intervalo 2010-2011 a expansão foi de 12%. Em 2017 e 2018, a relação atingiu o maior nível registrado, quando a massa de salários pagos representou 37% da massa de lucros auferidos. O segmento de *Publicidade* apresenta valores intermediários (média de 0,49). E *Audiovisual* e *Patrimônio* (médias de 0,39 e 0,34, respectivamente, mas com o primeiro apresentando rápido crescimento da relação no período), *Arquitetura e Design* (média de 0,29), *Editorial* (média de 0,21) e *Música* (média de 0,16, mas com a terceira maior taxa de crescimento da relação no período) são os segmentos com a maior participação relativa dos lucros na renda. A tendência geral é de aumento da relação, com exceção de *Arquitetura e Design, Editorial* e *Artes Cênicas e Espetáculos,*, que experimentaram declínios na comparação ano inicial/ano final.

Observando-se a rápida queda do valor adicionado entre 2014 e 2015, verifica-se uma sensibilidade maior da massa de lucros à variação negativa do valor agregado pelos SCC, verificada através da elevação da relação salário-lucro naquele ano. A massa global de lucros nos SCC caiu 21% entre 2014 (último ano de crescimento da variável) e 2018. Assim, apenas dois segmentos experimentaram variação anual negativa da relação entre 2014 e 2015: *Arquitetura e Design* e *Educação e Criação em Artes*, nos quais houve expansão da

massa de lucros (12% e 5%, respectivamente). Apesar da queda do valor adicionado ter sido mais acentuada entre 2014 e 2015, as variações permaneceram negativas até o fim da série registrada. Porém, nesse contexto, a relação salário-lucro apresentou variações negativas em sete segmentos, quando comparamos a relação em 2018 com os valores de 2014, mesmo que num primeiro momento (em 2015) o impacto sobre os lucros tenha sido maior. Na Cultura como um todo, porém, a relação cresceu 13% entre 2014 e 2018, alavancada principalmente pelo setor *Audiovisual*.

Alguns segmentos podem ser analisados mais detidamente. *Cultura Digital* apresenta grandes variações e instabilidades ao longo da série histórica (segundo maior desvio padrão). No primeiro ano considerado, a massa salarial do setor atingiu um montante equivalente a 63% do total de lucros. Essa relação apresentou uma tendência de crescimento e já em 2009 passou a representar 90%, ainda que em termos absolutos a massa de lucros também tenha se elevado em mais de 800% entre 2009 e 2007. Após este intervalo, o segmento passou por sucessivas quedas na relação durante o intervalo 2010-2012, quando atingiu o patamar médio anual de 82%, ainda elevado quando comparado ao período inicial. Nos quatro anos seguintes, a relação voltou a apresentar uma tendência de crescimento, com flutuações, e em 2015 a massa salarial superou em termos absolutos a massa de lucro, o que deixou a média anual acima de 1,04. Essa mudança na composição da renda é justificada pela expansão do segmento na última década. A demanda relativa por trabalho obteve um crescimento elevado, o que determinou uma expansão contínuo da massa salarial (acima de 7.700% na comparação ponta a ponta) frente ao aumento da massa de lucro (acima de 6.500%). Cabe notar que o lucro do segmento parece estar mais fortemente suscetível às mudanças conjunturais negativas, o que ocasionou a substancial variação no último período, devido à queda do lucro total em 2015 e um aumento da massa de rendimentos do trabalho.

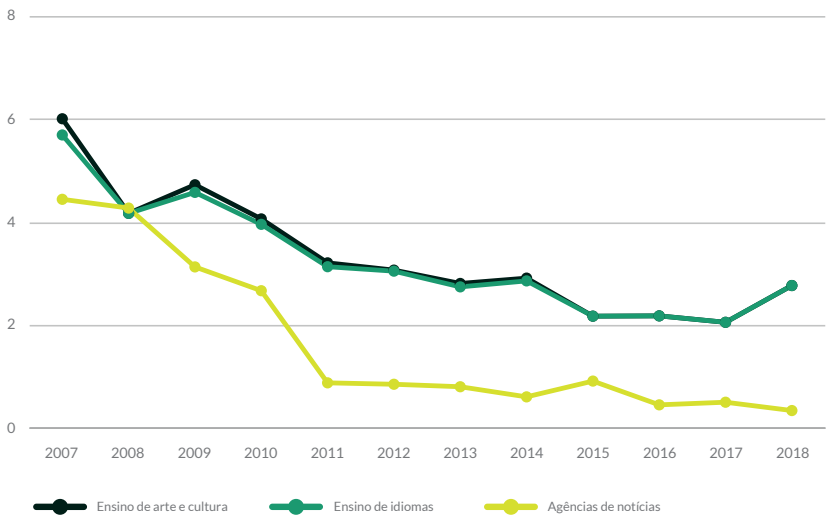
O segmento de *Educação e Criação em Artes* apresentou uma inflexão em sua trajetória de evolução da relação salário-lucro em 2011. Até então a série apresentava uma tendência de crescimento, interrompida naquele ano e sucedida por quedas em quase todos os períodos analisados (com exceção de 2016 e 2018). Em 2018, todavia, a relação apresentou o maior valor registrado (1,62). A massa de lucros apresenta redução apenas em dois períodos da série (2016 e 2018), justamente quando ocorreu crescimento da relação em meio à tendência de queda que se verificou a partir de 2011. Já a massa salarial sofreu redução apenas em 2015, o ano de maior impacto no valor adicionado em função do contexto de crise na economia brasileira.

O segmento de *Entretenimento* também apresenta uma inflexão em sua trajetória: em 2011 a tendência de estabilidade que se verificava é substituída por uma brusca queda até 2013, quando a massa de lucro apresentou rápida expansão de 85% contra um crescimento de apenas 7% na massa de salários. A relação foi invertida a partir de então em função da queda mais do que proporcional dos lucros em relação aos salários, reforçando a característica de que, nos momentos de recessão, os lucros (queda de 22% entre 2014 e 2018) são mais afetados que a massa salarial (queda de apenas 9% nesse mesmo período). O segmento apresentou o segundo maior desvio padrão nos anos considerados.

A discussão acima sugere que, da mesma forma como nos casos da relação valor-adicionado/emprego (produtividade) e da participação das receitas de exportação na receita bruta, os ramos que compõem os SCC são caracterizados pela heterogeneidade do ponto de vista da distribuição funcional da renda. Como seria de se esperar, o mesmo vale para a relação salário-lucro desagregada por classe CNAE. O Gráfico 7.9 ilustra a trajetória da razão a nível das Classes CNAE, considerando as três atividades que possuíam as maiores relações na média do período. As CNAEs que satisfazem esse critério são Ensino de arte e cultura e Ensino de idiomas (ambas do segmento *Educação e Criação em Artes*, com relações salário-lucro

médias anuais respectivamente de 3,36 e 3,29) e Agências de notícias (do ramo *Editorial*, com relação média anual de 1,67). Essas classes destacadas apresentaram forte tendência de queda durante a década analisada, quando, inclusive, a massa de lucros passou a superar a massa total de salários para a CNAE Agências de notícias a partir de 2011, concluindo um processo de rápido declínio.

Gráfico 7.9 – Maiores relações salário/lucro por Classe CNAE 2.0 (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

A CNAE Ensino de arte e cultura mostrou variação anual positiva da relação em apenas quatro anos: 2009 (13%), 2014 (4%), 2016 (0,3%) e 2018 (35%). Ambas as variáveis apresentam uma trajetória de crescimento ao longo da série histórica, portanto o intenso declínio da relação é explicado pela expansão mais do que proporcional da massa de lucros em relação a massa salarial. A CNAE Ensino de idiomas apresentou trajetória semelhante, e ambas as relações, mesmo com tendência de queda ao longo do período, conservam uma posição de elevada participação do fator trabalho na renda

auferida pela atividade. A CNAE Agências de notícias apresenta uma variação anual positiva da relação apenas em dois momentos da série, sendo o aumento mais expressivo (50%) em 2015, ano de maior instabilidade econômica do período. Ainda que essa CNAE mantenha a terceira maior média da relação salário-lucro nos SCC, tal posição é mantida pelos resultados obtidos até 2010. A reversão da relação a partir de 2011 é causada principalmente pela trajetória expansionista da massa de lucros, que, mesmo intercalando períodos de crescimento e decrescimento, manteve tendência de ascensão.

Para reforçar a existência de elevada heterogeneidade mesmo dentro dos segmentos culturais e criativos, Gráfico 7.10 ilustra a evolução da relação anual entre salários e lucros também por meio da desagregação ao nível das Classes CNAE 2.0, mas agora considerando as três menores razões na média do período. Essas eram Operadoras de televisão por assinatura por cabo (do segmento *Audiovisual*, com relação média anual igual a 0,09), Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações (do segmento *Editorial*, média anual de 0,07) e Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios (do ramo *Música*, com média anual de 0,09). Ao contrário da tendência de queda observável no gráfico 9, as trajetórias apresentam uma tendência de estabilidade ou crescimento, mas sem muita amplitude, o que produz um baixo desvio padrão. Por outro lado, esse movimento contrário entre as maiores e as menores razões pode sugerir uma convergência no futuro, com redução do grau de heterogeneidade.

Gráfico 7.10 – Menores relações salário/lucros por Classe CNAE 2.0 (2007-2018)

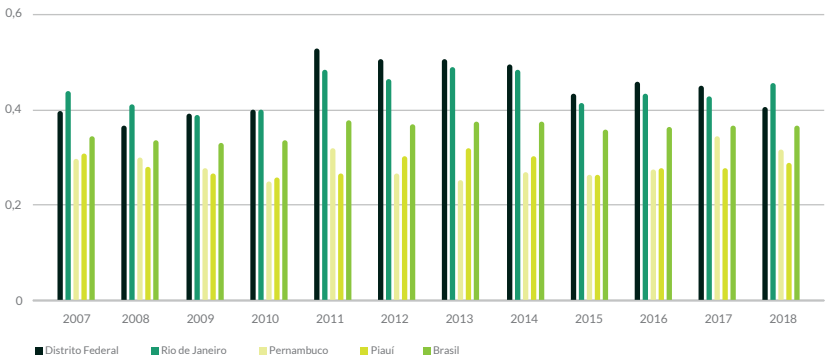
Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

Em termos absolutos, a variação da relação salário-lucro nessas três Classes CNAE ainda não é muito expressiva. Mesmo na atividade Operadoras de televisão por assinatura por cabo, o menor valor registrado é 0,02 (em 2014), enquanto o maior é 0,15 (em 2017). Essas variações são muito inferiores àquelas registradas nas CNAEs do Gráfico 7.9, onde a importância relativa da massa de lucros cresceu consideravelmente ao longo do período, denotando uma clara tendência de queda da relação. Já nas atividades representadas no Gráfico 7.10, a massa de lucros mantém uma predominância muito forte na distribuição funcional da renda, com maior estabilidade na proporção salários e lucros.

Por fim, com relação à possível manifestação de heterogeneidade também no âmbito regional no que tange à distribuição funcional da renda, o Gráfico 7.11 e o Quadro 7.7 apresentam as relações salário-lucro dos SCC por UF e a média global para o Brasil. O critério de seleção das UFs busca captar as divergências identificadas na relação

salário-lucro no âmbito setorial também da perspectiva territorial, indicando as duas UFs que possuíam as maiores relações na média do período (Distrito Federal e Rio de Janeiro) e das duas UF que possuíam as relações mais baixas (Pernambuco e Piauí).

Gráfico 7.11 – Maiores e menores relações salário/lucro por UF (2007-2018)



Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

Quadro 7.7 – Estatísticas descritivas – Maiores e menores relações salário/lucro por UF (2007-2018)

	Média	Mediana	Desvio padrão
Distrito Federal	0,44	0,44	0,05
Rio de Janeiro	0,44	0,44	0,03
Pernambuco	0,29	0,28	0,03
Piauí	0,28	0,28	0,02
Brasil	0,36	0,37	0,02

Fonte: Elaborado pelo NECCULT com base no IBGE e na RAIS.

Tanto o Gráfico 7.11 como o Quadro 7.7 mostram que, surpreendentemente, a discrepância entre as UFs é bem menor do que no caso setorial. As UFs com as menores relações ficam apenas um pouco abaixo da média global, e as UFs com as maiores razões ficam um pouco acima. Os desvios padrões também estão próximos. Considerando a relação salário-lucro no Brasil como um todo, ela apresenta uma leve tendência de crescimento ao longo do período. A variação anual negativa mais acentuada (-5%) ocorreu em 2015, ano de maior recessão em termos de valor adicionado nos SCC. Nesse contexto, a penalização sobre a massa salarial superou a redução dos lucros. Nos anos seguintes, mesmo com constantes quedas do valor adicionado, a participação da massa salarial na distribuição da renda voltou à sua tendência de crescimento, ainda que moderada.

As UFs destacadas que apresentam as maiores relações salário-lucro passaram por um período de demarcada expansão dessa razão a partir de 2011, com valores superiores à média do período. A relação se mantém nesse nível mais alto até 2015, onde a recessão afetou em maior grau a massa salarial do que a massa de lucros, em movimento semelhante ao que aconteceu no país. Já em Pernambuco, o maior crescimento anual da razão ocorreu em 2011, mas não houve uma manutenção do ciclo de expansão nos anos seguintes. No Piauí, o ciclo expansivo iniciou também em 2011 mas acabou um ano antes, em 2013. Ainda assim, a recessão de 2015 promoveu a queda na relação salário-lucro também nessas UFs, em concordância com o ocorrido no Rio de Janeiro e no Distrito Federal.

Há dessa forma uma falta de sincronia nos movimentos da relação entre as UFs ao longo do tempo. Contudo, não há diferenças muito elevadas entre as UFs com maiores e menores resultados, ao contrário do que se observa no caso setorial. Dessa forma, pelo menos do ponto de vista da distribuição funcional da renda, a economia cultural e criativa pode desempenhar um papel importante de redução das disparidades regionais em outras áreas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos três cruzamentos efetuada acima não esgota, evidentemente, as possibilidades de exploração de relações dos eixos do Atlas. Acreditamos se tratar de estudo singular no Brasil, em seu esforço inédito de desenvolvimento metodológico aberto e replicável, comparação com estudos internacionais de excelência, amplitude ou escopo de tratamento e disponibilização de dados. São cerca de 40 mil entradas disponibilizadas na plataforma eletrônica que acompanha o Atlas. Assim, o Ministério da Cultura e o NECCULT-UFRGS disponibilizam à sociedade, pela primeira vez, a medida real do tamanho das atividades econômicas culturais e criativas acontecendo no Brasil no período mais recente. Como já enfatizado, um de seus objetivos era contribuir para a retomada dos estudos sobre a CSC no Brasil. Trata-se de um longo caminho à frente, mas uma parte considerável da jornada está coberta pelo Atlas. E essa contribuição lança um arcabouço sólido para pesquisas científicas, desenho e implementação de políticas públicas horizontais, setoriais e regionais, e capacitação de estratégias empresariais, nos próximos anos e décadas.

Apêndice A

ORGANIZAÇÃO DOS DADOS

Nesta segunda parte do capítulo, apresenta-se o detalhamento dos procedimentos metodológicos relacionados à mensuração das variáveis consideradas no estudo para retratar a contribuição econômicas dos SCC no Brasil. Aqui, são mostradas as principais definições referentes a cada variável adotada pelo Atlas para cada um dos quatro eixos, a saber: empreendimentos culturais e criativos, mercado de trabalho, fomento público e comércio internacional.

Além disso, esta parte apresenta as definições que estão relacionadas às desagregações em que os dados estão organizados. Com este detalhamento, espera-se que leitura do Atlas apresente um elevado grau de clareza sobre o que cada valor apresentado significa. Esta segunda parte é apresentada de forma gradual e complementar no Apêndice A, em que se detalha o conjunto de variáveis, as formas de cálculo e as desagregações existentes para cada um dos eixos.

Desagregações

Os dados disponíveis no Atlas estão organizados de forma agregada, mas também são apresentados por meio de desagregações (ou estratificações), permitindo, com isso, que os mesmos sejam visualizados em maior nível de detalhamento a partir de uma determinada dimensão específica. No que tange às estimativas, foi necessário construir algumas definições para possibilitar a criação de estatísticas estratificadas.

Por exemplo, quanto ao **porte dos empreendimentos culturais e criativos –** considerado nos dados de empreendimentos e de mercado de trabalho –, o critério utilizado baseou-se no número de empregados, de acordo com o IBGE, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 – Classificação quanto ao porte de empresas

Classificação	Número de Empregados
Microempresa	0 – 19
Pequena empresa	20 – 99
Média empresa	100 – 499
Grande empresa	Mais de 500

Fonte: Elaboração própria, baseada em RAIS (2018).

Há também eixos temáticos que apresentam desagregações próprias. O Eixo Mercado de Trabalho, por exemplo, pode mostrar os dados organizados por: (i) escolaridade (Sem Instrução; Fundamental Incompleto; Fundamental Completo; Médio Completo; Superior Incompleto; Superior Completo; Não determinado); (ii) Faixa etária – idade, em anos (10 a 17; 18 a 29; 30 a 49; 50 a 64; 65 ou mais; Não classificado); (iii) Cor e Raça (Indígena; Branca; Preta; Amarela; Parda); (iv) Formalidade nas Relações de Trabalho (Formal; Informal); (v) Contribuição Previdenciária (Contribuinte ou Não).

O eixo de Fomento Público, por sua vez, pode proporcionar a visualização de dados relativos aos mecanismos de financiamento (Fundo Nacional de Cultura ou mecenato) e ao tipo de pessoa (física ou jurídica) a depender da variável em questão. O Eixo Comércio Internacional, por fim, possui desagregações relacionadas ao valor das medidas apresentadas, podendo estas serem Exportação, Importação, Saldo Comercial, Valor Transacionado e Corrente de Comércio. Além disso, os dados estão organizados por Parceiro Comercial Amplo, no sentido de Continente ou Subcontinente considerado, podendo ser África, América do Norte, América do Sul e América Latina, Ásia, Europa e Oceania. O Apêndice A apresenta o detalhamento dos países considerados em cada agregação regional.

Fontes dos Dados

Para os eixos empreendimentos culturais e criativos e mercado de trabalho foram utilizados dados oriundos das seguintes fontes estatísticas oficiais: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), vinculado ao Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A RAIS visa a suprir a necessidade de controle da atividade formal trabalhista no país, a elaboração de estatísticas do trabalho e a disponibilização de informações do mercado de trabalho. Os dados coletados pela Relação constituem insumos expressivos para atendimento das necessidades de delimitação do total de empresas, do total de vínculos trabalhistas, das horas de trabalho contratadas e da massa salarial correlata à cultura. Quanto ao IBGE, foram utilizados dados divulgados em três pesquisas para as variáveis do eixo de empreendimentos culturais e criativos:

(i) *Pesquisa Anual de Serviços (PAS)*: se constitui em uma fonte de dados setoriais voltada para a compreensão do comportamento do mercado formal sob a ótica da oferta de serviços não financeiros.

(ii) *Pesquisa Anual de Comércio (PAC)*: representa uma fonte de dados que permite compreender o comportamento do mercado sob a lógica da oferta, uma vez que as atividades comerciais empregam significativa parcela da população.

(iii) *Pesquisa Industrial Anual (PIA)*: traz informações referentes a produtos e serviços produzidos pela indústria doméstica.

Além disso, outros dados disponibilizados pelo IBGE também contribuíram de forma direta para a construção do eixo mercado de trabalho. O eixo é organizado com variáveis vinculadas aos SCC, e também ao enfoque ocupacional, em que foram utilizados os dados da Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD), permitindo que se retratem as ocupações formais e informais no campo cultural.

Para as informações referentes ao eixo de fomento público, as fontes utilizadas foram: o Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SalicNet) para o conteúdo relativo ao Fundo Nacional de Cultura e ao Mecenato; dados do orçamento público disponibilizados pelo Ministério do Planejamento; dados referentes ao Vale-Cultura cedidos pela Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC--MinC) e, finalmente, dados sobre a participação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no fomento à cultura, disponibilizados pela própria instituição.

O eixo de comércio internacional, por fim, é construído a partir de dados sistematizados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) relacionados à exportação e importação de bens e serviços culturais. Os dados disponibilizados pelo MDIC advêm de duas fontes de consulta aberta (uma para bens e outra para serviços) e foram tratados de maneira a estarem de acordo com a divisão setorial do Atlas[59].

[59] Para acessar dados de comércio exterior de bens: http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/base-de-dados-do-comercio-exterior-brasileiro-arquivos-para-download. Para dados sobre comércio exterior de serviços: http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-servicos/estatisticas-do-comercio-exterior-de-servicos/2472-siscoservdash.

Detalhamento das Variáveis

Como exposto anteriormente, as diversas variáveis do Atlas estão subdivididas em quatro grandes eixos temáticos – empreendimentos culturais e criativos, mercado de trabalho, fomento público e comércio internacional. As próximas subseções apresentam o detalhamento de cada uma das variáveis destes eixos. São descritos aqui o que cada uma das medidas representa, e o Apêndice A é complementar a tal descrição, uma vez que mostra o detalhamento formalizado de cada medida, ou seja, retrata a forma de interpretação, de cálculo e de análise.

Detalhamento das Variáveis – Empreendimentos Culturais e Criativos

Com relação aos empreendimentos culturais e criativos, o Atlas Econômico da Cultura Brasileira apresenta uma análise que visa a retratar e divulgar variáveis que permitam dimensionar a capacidade da geração de bens e serviços culturais e criativos por parte dos SCC. Dentre as informações e dados analisados, a proposição de estatísticas específicas dos empreendimentos permite observar adequadamente a capacidade desses setores em gerar e dinamizar fluxos econômicos associados direta ou indiretamente à atividade cultural.

No que tange aos tratamentos estatísticos adotados, é importante apontar que, tanto a RAIS quanto as pesquisas do IBGE utilizam, de uma forma ou outra, a classificação CNAE 2.0 para subsidiar a estrutura dos valores divulgados dos setores de atividade econômica. Neste sentido, há algumas informações divulgadas pelo IBGE que são de interesse do Atlas, mas que não estão disponibilizadas ao nível de Classe CNAE 2.0, sendo necessário proceder com ponderações para alcançar tal nível de desagregação. Cada uma das pesquisas divulgadas pelo instituto (PAS, PAC e PIA) e adotadas pelo Atlas adota níveis de agregação diferentes, sendo formadas por agrupamentos a partir de várias Classes CNAE 2.0, mas sem divulgar resultados para cada Classe CNAE 2.0.

O esforço do Atlas consiste em retratar a contribuição de cada uma das classificações detalhadas de atividades econômicas (Classes CNAE 2.0) consideradas no âmbito da definição de SCC. Além disso, sublinha-se que os dados utilizados correspondem à formação da riqueza gerada pelas firmas em determinado período e sua respectiva distribuição geográfica. O Apêndice A apresenta a forma como cada pesquisa do IBGE agrega as atividades econômicas nas suas pesquisas.

De forma a possibilitar a convergência na mensuração para que seja viável ter todas as variáveis apresentadas em nível de Classe CNAE, procedeu-se a uma conversão em relação aos valores totais divulgados pelas pesquisas IBGE, tendo como base o trabalho de Oliveira et al. (2013). Os autores realizaram a conversão da economia criativa em setores CNAE a partir dos dados censitários das empresas formais instaladas no país – a base de dados da RAIS. No caso do Atlas, estabeleceu-se a participação relativa da massa salarial no total da economia brasileira para a classificação setorial Classe CNAE 2.0 para os anos de 2007 a 2019, resultando no fator de ponderação **P**, expresso em (1):

$$P = \frac{\sum_{t=2007}^{2016} w_j}{\sum_{t=2007}^{2016} w_{tot}}$$

$$\text{com } t = 2007, \ldots, 2019 \qquad (1)$$

sendo **w** a remuneração salarial dos trabalhadores formais, para cada ano **t**, classificação CNAE 2.0 *j* para a cultura e *tot* para toda a economia.

A ponderação *P* pela massa salarial levou em consideração a estrutura de cada pesquisa consultada. Após o cálculo completo das ponderações para cada Classe CNAE, para cada uma das desagregações *d* consideradas na construção do Atlas, procedeu-se com a correção dos valores, de acordo com (2):

$$V_{k,j} = P \sum_{t=2007}^{2016} X_{k,d}$$

$$\text{com } t = 2007, \ldots, 2019 \qquad (2)$$

sendo V_k a variável estimada pelo Atlas, sendo $k=1,...,n$, P a ponderação pela massa salarial conforme exposto, X_k a variável ou dado utilizado pela fonte de dado consultada.

Justifica-se a utilização da massa salarial para ponderar e estimar as variáveis, pois o nível de remuneração do principal fator de produção da economia – o trabalho – reflete de forma fiel a estrutura produtiva. A variação do montante salarial é influenciada diretamente pela dinâmica produtiva dos setores, de forma que o somatório das remunerações flutua conforme a dinâmica de cada setor incluído no total. Assim, foi possível estabelecer indicadores que retratam a participação de cada setor produtivo em relação ao total das remunerações na economia. É importante notar que esse é apenas um método de ponderação, permitindo classificar a importância econômica dos diferentes SCC dentro da economia brasileira e, dentro dos SCC, os diferentes segmentos. A mensuração da atividade econômica tem sido objeto de diferentes metodologias desde que os sistemas de contas nacionais foram criados. Muitas das atividades desenvolvidas nos SCC são serviços, o que envolve uma complexidade ainda maior (OULTON, 1999). A ponderação pela massa salarial não está isenta de problemas, assim como qualquer outra metodologia de ponderação para estimar dados desagregados. Por exemplo, os segmentos com maiores custos salariais em relação à renda líquida terão maior representatividade nas estimativas. Por outro lado, se houver correspondência entre salários e produtividade, os setores e segmentos mais dinâmicos, que apresentem maiores ganhos de produtividade e aumentos salariais estarão adequadamente representados. Como a estrutura econômica brasileira é heterogênea por qualquer métrica que se adote, utilizar outras variáveis para a ponderação dos setores e segmentos apenas trará a mesma dificuldade de um outro ângulo.

Por fim, como a mensuração da atividade econômica dos SCC se dá ao longo de um período (2007-2019), o mais importante é a consistência temporal na aplicação do método de ponderação, captando também as transformações setoriais e em cada segmento ao longo do intervalo considerado.

Ressalta-se que os valores da massa salarial se referem aos pagamentos realizados em dezembro de cada ano, sendo que estes foram atualizados até 2019, último período anual da série, e corrigidos pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) para dezembro de 2019. A conversão das CNAE 2.0 e a aplicação do fator de ponderação *P* possibilitou o redimensionamento da agregação utilizada pela PAS, PAC e PIA. Esta operação permitiu estimar valores para todas as classes CNAE 2.0 incluídas nos SCC.

Algumas Classes CNAE 2.0 não são consideradas em nenhuma das pesquisas do IBGE, a saber: 91.01-5 – Atividades de bibliotecas e arquivos (Patrimônio); 91.02-3 – Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares (Patrimônio); 91.03-1 – Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental (Patrimônio) e 94.93-6 – Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte (Artes Cênicas e Espetáculos). Para estes casos, foi feita a ponderação da massa salarial de cada uma dessas classes CNAE em relação ao total da massa salarial da economia.

No que concerne às variáveis estimadas, em primeiro lugar, é importante delimitar conceitualmente o que se entende por **empreendimentos culturais e criativos:** são empresas formais[60] instaladas no país que estejam desenvolvendo atividades econômicas vinculadas à cultura e à criatividade, isto é, cuja atividade principal está associada a alguma das Classes CNAE 2.0 atribuídas aos SCC. Dada a definição, há que se especificar cada variável que compõe o eixo em questão.

[60] Os termos empreendimento cultural e criativo e empresa cultural e criativa, neste sentido, são considerados sinônimos no Atlas, para evitar discussões semânticas.

Número total de empresas: retrata o número total de empresas formais dos SCC instaladas no Brasil em cada ano considerado, sendo constituídas por um conjunto de organizações econômicas, civis ou comerciais, que exploram um ramo de negócio e oferecem ao mercado bens e/ou serviços.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por porte de empresa; por SCC.

Participação das empresas culturais e criativas no total de empresas: mostra a participação do total de empresas dos SCC no total de empresas instaladas no Brasil, para todos os setores de atividade, em cada ano.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por porte de empresa; por SCC.

Variação no total de empresas: representa a variação, ano a ano, do total de empresas atuantes em setores correlatos à cultura. Uma variação positiva representa um aumento no total de empreendimentos culturais e criativos instalados no recorte geográfico (país ou unidades da federação) considerado, isto é, maior volume de aberturas. E uma variação negativa mostra uma queda do número de empreendimentos, denotando, assim, o fechamento de empresas ou mortalidade.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por porte de empresa; por SCC.

Receita total bruta: corresponde à receita monetária gerada pelas empresas por meio da atividade primária e de possíveis atividades secundárias (de comércio, agropastoris, de construção e de transporte

para terceiros etc.), antes da dedução dos impostos e contribuições incidentes sobre estas vendas ou prestação de serviços (ICMS, IPI, ISS, PIS/Pasep, COFINS, Simples Nacional etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por SCC.

Receita operacional líquida: a receita total pode ser subdividida em receita operacional e receita não operacional. Pode ser bruta (sem deduções) ou líquida (com deduções). A receita operacional líquida corresponde às receitas brutas provenientes da exploração da atividade principal e possíveis atividades secundárias exercidas pela empresa, com deduções dos impostos e contribuições (ICMS, PIS/PASEP, IPI, ISS, Simples Nacional, COFINS etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por SCC.

Custo: leva em consideração o conjunto das despesas monetárias que as empresas incorrem. Ou seja, trata-se do somatório das despesas das empresas[61], incluindo: i) gastos com pessoal; ii) compras de materiais; iii) compras de mercadorias adquiridas para revenda; iv) estoques; v) custos diretos de produção; vi) demais custos e despesas.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por SCC.

Lucro: resulta da diferença entre a receita total da empresa e todos os custos.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por SCC.

[61] Incluem: gastos com salários, retiradas e outras remunerações, valores referentes à parte do empregador das contribuições para as previdências social e privada, FGTS, indenizações trabalhistas e por dispensa incentivada, e outros benefícios; compras de materiais; compras de mercadorias adquiridas para revenda; estoques (que incluem o valor dos estoques de produtos de propriedade da empresa); custos diretos de produção; impostos.

Nota: Consideram-se as empresas cuja atividade principal está associada a alguma das Classes CNAE dos SCC.

Valor adicionado: corresponde ao valor econômico total, em termos monetários, gerado por uma empresa por meio da transformação de bens e serviços durante o processo produtivo. Em uma empresa, o valor adicionado é a contribuição adicional de um recurso, atividade ou processo para a fabricação de um produto ou prestação de um serviço. O valor adicionado reflete a economia como um todo, sendo o valor dos bens produzidos por uma economia, depois de deduzidos os custos dos insumos adquiridos de terceiros utilizados na produção.

Desagregações possíveis: por ano; por UF; por SCC.

Valor adicionado / Produto Interno Bruto (PIB): corresponde à participação relativa do Valor Adicionado pelas empresas dos SCC ao Produto Interno Bruto da economia brasileira, que é a soma de todos os valores adicionados no território nacional. Com isso, a medida representa quanto as empresas ligadas ao campo cultural estão contribuindo para a formação do PIB, em termos de Valor Adicionado. As variáveis que relacionam a participação do Valor pelo PIB em nível de Unidade Federativa levam em consideração o PIB estadual para cada ano.

Desagregações: por ano; por UF; por SCC.

Índice de concentração de Herfindahl-Hirschman (IHH – Empresas): tal variável representa uma forma alternativa de mensuração da concentração de capacidade de controle econômico de um determinado mercado. A variável indica a concentração de um conjunto de n elementos de um atributo, podendo variar de 0 a 1 (da perfeita igualdade na distribuição da capacidade de controle à concentração extrema em que uma única empresa controla perfeitamente

a variável em questão). Neste caso, a variável retrata a concentração das empresas culturais e criativas no país em relação à distribuição regional e à distribuição setorial, ou seja, quanto mais próximo de 1 (um) for o valor do indicador, mais concentrada está a distribuição do controle de poder econômico do mercado em questão pelas empresas.

Desagregações possíveis: por ano.

Índice de concentração de Herfindahl-Hirschman (IHH – Valor Adicionado): a métrica retrata a concentração do controle do valor adicionado pelas empresas culturais e criativas no país em relação à distribuição regional e à distribuição setorial, ou seja, quanto mais próximo de 1 (um) for o valor do indicador, mais concentrada está a geração de valor adicionado pelas empresas.

Desagregações possíveis: por ano.

Razão de concentração – C4 Empresas: representa uma medida de concentração alternativa ao IHH e relacionada ao número de empresas culturais no país, com base na ótica regional e setorial, que controlam e dominam as principais variáveis econômicas. Nesse caso, mostra por exemplo a soma da participação das empresas culturais nas quatro unidades federativas que mais possuem empresas, ou ainda, nos quatro setores que possuem mais empresas. Deste modo, a variável retrata o quão concentradas, com maior controle econômico, as empresas culturais e criativas estão nas Unidades Federativas ou nos SCC. Em sentido mais geral, o índice de Razão de Concentração (Cn) mostra o grau de concorrência dos mercados a partir da soma da participação de mercado dos n maiores valores analisados. Decidiu-se utilizar os quatro maiores valores no Atlas, isto é, n = 4.

Desagregações possíveis: por ano.

Razão de concentração – C4 Valor Adicionado: representa uma medida de concentração relacionada ao montante do valor adicionado pelas empresas culturais e criativas, pela ótica regional e setorial. Em sentido geral, como já mencionado, o índice de Razão de Concentração (Cn) mostra o grau de concorrência a partir da soma da participação de mercado dos n maiores valores analisados, decidindo-se utilizar os dois maiores valores no Atlas para essa variável.

Desagregações possíveis: por ano.

Por fim, destaca-se que a análise dos empreendimentos culturais e criativos no Brasil busca apresentar a dinâmica e a importância econômica dos SCC. As estimativas contribuem para verificar como a atividade econômica cultural e criativa abrange a ótica produtiva no âmbito das empresas formais inseridas no país. Com base no recorte setorial adotado, foi possível combinar variáveis distintas que permeiam toda a perspectiva produtiva de empreendimentos e organizações econômicas associadas à dinâmica cultural e criativa. Partindo-se de características desses empreendimentos, pretende-se em sequência dimensionar o contexto organizacional da produção de bens e serviços culturais e criativos no Brasil.

Detalhamento das Variáveis – Mercado de Trabalho

Os SCC destacam-se pela promoção e pela valorização de aspectos culturais e criativos intrínsecos à sociedade, pela mobilização de agentes capacitados e pela possibilidade de o produto cultural e criativo promover reflexões e enriquecimento de caráter social. Todas essas características se refletem no mercado de trabalho. O perfil do emprego em atividades culturais, em função da especialização que as caracterizam, difere de outros setores, uma vez que são mobilizados recursos e capacidade intelectual distintas e orientadas por aqueles

atributos. Entende-se que a análise de variáveis relacionadas ao mercado de trabalho possibilita a verificação de como os SCC geram renda e contribuem para a formação do produto doméstico. A ótica do emprego e das suas características, tanto individuais quanto do âmbito macroeconômico e relacional, permite a mensuração do papel do trabalho cultural na geração de bens e serviços culturais, bem como da sua participação na economia brasileira.

A mensuração de variáveis relacionadas ao mercado de trabalho requer a definição das áreas e setores considerados culturais e criativos. A literatura especializada apresenta definições relacionadas aos setores e às ocupações no âmbito da cultura. Uma vez que a ótica do mercado de trabalho denota um tipo de análise que não visa somente a um setor agregado, mas que possa refletir a participação econômica dos trabalhadores, com base no trabalho desempenhado por estes no contexto produtivo em que estão inseridos, o Atlas busca delimitar o constructo conceitual para retratar esta contribuição por meio de duas abordagens: *(i) a ótica dos Setores Culturais e Criativos (SCC)* e *(ii) a ótica das Ocupações Culturais e Criativas (OCC)*.

A definição dos SCC já foi apresentada. As OCC são definidas aqui de acordo com o padrão de classificação adotado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), que aponta como *ocupado* aquele indivíduo que trabalhara pelo menos uma hora completa em trabalho remunerado em dinheiro, produtos, mercadorias ou benefícios (moradia, alimentação, roupas, treinamento etc.) ou em trabalho sem remuneração direta em ajuda à atividade econômica de membro do domicílio ou, ainda, às pessoas que tinham trabalho remunerado do qual estavam temporariamente afastadas nessa semana. Além disso, consideram-se como *ocupadas temporariamente afastadas de trabalho remunerado* as pessoas que não trabalharam durante pelo menos uma hora completa na semana de referência por motivo de:

férias, folga, jornada de trabalho variável, licença maternidade e fatores ocasionais[62].

Há outros estudos de economia que se propõem a compreender a dimensão do mercado de trabalho diante de uma ótica direcionada aos agentes diretamente envolvidos. Alguns trabalhos na área da cultura merecem destaque, como o de Florida (2002), no qual o autor analisa a relação dos trabalhadores criativos com o espaço urbano. Na Inglaterra, o DCMS (NESTA, 2013) adotou uma proposta metodológica para definir ocupações criativas, incluindo a categorização tanto dos setores culturais e criativos quanto das ocupações. No Brasil, Oliveira et al. (2013) discutem diferentes conceitos para mensuração da economia criativa no país, tanto a formal quanto a informal.

Tais estudos, apesar de apresentarem metodologias diferentes, coincidem quanto aos objetivos no que tange à delimitação de ocupações culturais e/ou criativas. Florida (2002) discute o conceito de classe criativa para determinar as ocupações, enquanto o IBGE (2010) utiliza recortes setoriais e a noção de cultura apresentada pela UNESCO para definição. O modelo adotado pelo DCMS, divulgado em NESTA (2013) e pela UNCTAD (2010), não fazem distinção entre os setores incluídos.

A partir destas contribuições, as OCC consideradas no Atlas relacionam-se tanto a atividades de áreas correlatas às artes, ao conhecimento, às crenças e às expressões culturais, como a atividades econômicas baseadas na criatividade e na inovação tecnológica. A classificação adotada pelo Atlas para as OCC subdivide-se em: **(i) Núcleo das Ocupações Culturais e Criativas,** e**; (ii) Outras Ocupações Culturais e Criativas.** O que diferencia a primeira da segunda é a dimensão cultural que cada uma carrega. Desta forma, as ocupações nucleares da cultura estão centradas em aspectos culturais de expressividade popular, disseminação de crenças, artes, patrimônio e de conhecimento, enquanto que as outras atividades criativas e

[62] Também são consideradas ocupadas as pessoas afastadas por motivos diferentes dos citados, desde que tivessem continuado a receber ao menos uma parte do pagamento e o período transcorrido do afastamento fosse inferior a quatro meses.

culturais são aquelas que se definem em aspectos de criatividade, inovação e geração de valor simbólico. Apesar dessa divisão, todas as OCC englobam aspectos de ambas as definições, variando apenas no peso de cada dimensão.

Assim, do ponto de vista da construção metodológica do Atlas, estabeleceu-se um conjunto padronizado de definições e um sistema comum de classificação para lidar com as ocupações em termos analíticos. A justificativa central para tanto se refere ao interesse de estudar o mercado do trabalho da economia criativa e da cultura, em que a análise setorial poderia gerar dados superestimados.

Da mesma forma, ao buscar as informações pelas ocupações, consegue-se incorporar os dados referentes às atividades culturais e criativas inseridas em outros setores da atividade econômica, ou seja, segmentos que não fazem parte dos SCC. Assim, para os fins deste estudo, o modelo adotado se baseia nos setores propostos pela UNCTAD (2010) e pela UNESCO (2009), com algumas adaptações relacionadas à Classificação de Ocupações para Pesquisas Domiciliares (COD), utilizada no Brasil pelo IBGE e outros órgãos oficiais. No Apêndice B são detalhadas as ocupações consideradas em cada um dos agrupamentos. Feitas essas ressalvas, é preciso especificar cada variável que compõe o eixo em questão.

Total de ocupados: apresenta o total de indivíduos envolvidos em atividades produtivas ligadas aos SCC ou às OCC, permitindo que sejam avaliadas estatísticas do trabalho formal e informal e suas características principais. A quantidade de ocupados em atividades do campo cultural pode retratar o perfil da força de trabalho na cultura no Brasil.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária e por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor

e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, por escolaridade, e por contribuição previdenciária.

Participação no emprego total: retrata o peso do mercado de trabalho no campo cultural e criativo em relação ao nível geral de atividade econômica no Brasil e, logo, no nível geral de emprego no País. Estima-se a taxa de pessoas ocupadas em SCC ou OCC diante do mercado geral de trabalho no país.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária, por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, por escolaridade, e por contribuição previdenciária.

Remuneração média: exibe o valor médio mensal das remunerações monetárias recebidas no mercado de trabalho nos SCC e nas OCC. As flutuações destas estimativas podem representar aumentos da demanda por produtos culturais e criativos, arrefecimento do nível de produção ou valorização do trabalho cultural e criativo.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária e por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, por escolaridade, e por contribuição previdenciária.

Remuneração por hora trabalhada: mostra a remuneração do trabalho por unidade de tempo despendido na produção de bens e serviços culturais. Permite a avaliação do grau de valorização do trabalho cultural e criativo, pela ótica da remuneração.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária e por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, por escolaridade, e por contribuição previdenciária.

Jornada de trabalho média: detalha a dedicação média, em horas semanais despendidas na produção de bens e serviços culturais, dos ocupados ligados às atividades dos SCC e das OCC.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária e por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, e por contribuição previdenciária.

Massa de rendimentos do trabalho: representa a soma de todas as remunerações pagas aos ocupados nos SCC e nas OCC durante cada ano de análise. Estima-se a soma dos rendimentos de todos os ocupados em atividades culturais e para os trabalhadores ligados aos SCC ou às OCC, em que mudanças na massa de rendimentos do trabalho podem representar variações os níveis de atividade.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF, por SCC, por porte de empresa, por sexo, por faixa etária e por nível de escolaridade.
Desagregações possíveis nas OCC: por ano, por UF, por OCC, por cor e raça, por formalidade da ocupação, por faixa etária, por escolaridade, e por contribuição previdenciária.

Razão entre a massa de rendimentos do trabalho e o valor adicionado pelos SCC: permite a avaliação da proporção entre o total de salários pagos e o valor adicionado nos SCC, isto é, mensura a participação dos salários no novo valor gerado. A massa de rendimentos do trabalho representa a soma de todos os salários pagos aos trabalhadores formais durante cada ano e possui relação intrínseca com o nível de atividade produtiva nos SCC.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF e por SCC.

Razão entre os salários pagos e o custo total: apresenta o quanto a remuneração destinada aos trabalhadores culturais e criativos incide sobre o custo total das empresas. Este indicador é analisado sob a ótica agregada, tornando possível avaliar indiretamente o desempenho dessas empresas em atividades culturais e criativas.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano, por UF e por SCC.

Razão de concentração do emprego cultural e criativo (C4): permite a avaliação de quão concentrado é o emprego dos ocupados nos quatro maiores SCC, OCC e unidades federativas para cada ano de análise. Em sentido formal, o índice Razão de Concentração (C_n) mostra a distribuição do emprego a partir da soma da participação dos *n* maiores empregadores, decidindo-se utilizar os quatro maiores valores no Atlas para essa variável.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano.
Desagregações possíveis nos OCC: por ano.

Relação de concentração da massa de rendimentos do trabalho (C4): retrata a concentração da Massa de Rendimentos do Trabalho

nos quatro maiores SCC, OCC e unidades federativas. Em sentido formal, o índice Razão de Concentração (C_n) mostra a concentração dos rendimentos a partir da soma da participação dessa variável dos *n* maiores valores analisados, decidindo-se utilizar os quatro maiores valores no Atlas para essa variável.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano.
Desagregações possíveis nos OCC: por ano.

IHH (Índice Herfindal-Hirschman de concentração de número de trabalhadores: mede a concentração do emprego nos SCC, OCC e unidades federativas. Quanto mais próximo de 1 estiver o IHH, mais concentrado em poucos setores, ocupações ou unidades federativas está o emprego cultural e criativo.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano.
Desagregações possíveis nos OCC: por ano.

IHH (Índice Herfindal-Hirschman de concentração) da massa de rendimentos do trabalho: mede a concentração dos rendimentos dos trabalhadores nos SCC, OCC e unidades federativas. Quanto mais próximo de 1 estiver o IHH, mais concentrado em poucos setores, ocupações ou unidades federativas estão os rendimentos pagos aos trabalhadores culturais e criativos.

Desagregações possíveis nos SCC: por ano.
Desagregações possíveis nos OCC: por ano.

As estatísticas de mercado de trabalho são importantes para captar não apenas a quantidade de pessoas empregadas em atividades culturais e criativas, mas também para analisar aspectos socioeco-

nômicos dessa força de trabalho, tais como gênero, etnia, nível de rendimento, escolaridade, contribuição previdenciária, formalização, dentre outros. Desta forma, os indicadores do mercado de trabalho partem do recorte setorial e ocupacional para delimitar as atividades econômicas culturais e criativas e o seu reflexo nas flutuações do mercado de trabalho brasileiro.

A compreensão de indicadores do mercado de trabalho serve como base analítica para a investigação de uma das dimensões do impacto econômico resultante da produção cultural e criativa no país. Estes incluem dados relacionados à remuneração, análise ocupacional, qualificação e custo do trabalho e geração de fluxos econômicos.

Detalhamento das Variáveis – Fomento Público

Os SCC não podem ser compreendidos em sua totalidade se não forem considerados a partir da conexão que eles possuem com o ambiente institucional associado ao crescimento e ao desenvolvimento econômico. Nesse sentido, vale reconhecer a importância da formulação e da implementação de políticas públicas culturais e criativas como mecanismos de interconexão entre a esfera pública e a iniciativa privada, atentando para como esses arranjos condicionam a produção e o consumo nessa esfera.

O fomento público pode ser entendido como uma ação governamental para promover um setor específico ou subsetores dele, tendo como objetivo a elevação do nível de produção e de renda gerada nesses ramos particulares. As iniciativas de fomento e de incentivo à cultura são, portanto, compreendidas aqui como indicadores capazes de ilustrar a dimensão da formulação e da implementação de políticas públicas culturais e criativas no Brasil. Em termos gerais, o eixo está organizado no sentido de prover três dimensões informativas. A primeira delas consiste no mapeamento dos principais mecanismos de fomento à cultura no Brasil, ilustrando os diferentes montantes relativos às formas específicas de execução de políticas de fomento. A segunda mostra uma apresentação relativa da participação dos

recursos destinados à cultura, tendo como objeto de comparação as variáveis de outros eixos e a dimensão macroeconômica nacional. Por fim, a terceira procura remeter à dinâmica interna de avaliação e escolha das políticas públicas de fomento à cultura, tendo como foco a apreciação do número de projetos propostos, quantos desses projetos foram efetivamente fomentados e em quanto tempo foi possível, para os órgãos responsáveis, aprovar a destinação de verba para esses programas específicos.

A diversidade dos programas existentes de fomento, que variam de acordo com a finalidade, com o ente público responsável, com a natureza do incentivo, entre outros, faz com que o eixo em questão se caracterize por dispor de informações originárias de fontes distintas, exigindo certa peculiaridade em termos de procedimentos metodológicos. No caso, os dados selecionados buscam contemplar os principais programas de fomento e incentivo a cultura que envolvem a interação entre o setor público e a iniciativa privada no país. Portanto, há é possível mapear a totalidade das ações de fomento existentes no Brasil no período considerado. Com relação às variáveis mais gerais, a fonte principal é o Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SalicNet), especialmente no que se refere à dinâmica de fomento federal. No nível estadual, os dados foram concedidos pelas Secretarias Estaduais de Cultura e pelas Fundações associadas à essa pasta em alguns Estados. No caso do financiamento via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), os dados foram cedidos pelo próprio órgão para fins de construção da plataforma Atlas que acompanha esse Atlas. Outra dimensão relevante do eixo consiste nas informações que competem ao Vale Cultura, as quais foram disponibilizadas pela Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC), organismo responsável pela implementação e acompanhamento do programa internamente ao MinC.

Em termos específicos de operacionalização do eixo, ele é composto por 17 variáveis que podem ser avaliadas a partir de diferentes desagregações. Dentre as mais importantes, para além das dimensões

territorial e setorial, cita-se a possibilidade de diferenciar os recursos que advêm do Fundo Nacional de Cultura ou que são originários de iniciativas de Mecenato, apoiados em políticas de incentivo fiscal. Finalmente, pode-se atentar para essas variáveis a partir das características do agente cultural e criativo em questão, isto é, se o proponente é pessoa física ou pessoa jurídica, o que possibilita mapear a natureza dos gestores culturais que mais recebem incentivo público. A seguir, apresentam-se detalhadamente essas 17 variáveis mencionadas:

Financiamento público total: mostra o valor monetário bruto total, destinado ao financiamento público da produção artística e cultural, por meio de ações políticas e seus mecanismos.

Desagregações principais: Fundo Nacional de Cultura, mecenato e total (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano; por SCC; por UF.

Consumo via Vale-Cultura: apresenta o valor bruto total utilizado em compras de bens e serviços culturais por meio do Programa Vale Cultura, segundo a unidade federativa do trabalhador beneficiado ou segundo a unidade federativa da empresa recebedora onde o cartão foi utilizado.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Agentes do Vale-Cultura: mostra a quantidade de trabalhadores que utilizam o vale-cultura e a quantidade de empresas que estão cadastradas para receber compras realizadas com o cartão.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Financiamento pelo BNDES: Fundo Cultural ou outras linhas de financiamento; modalidade direta ou indireta de financiamento;

total (soma de Fundo Cultural e Outros ou soma de modalidade direta e indireta).

Desagregações principais: financiamento direto ou indireto, Fundo Nacional de Cultura, mecenato e total (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano; por SCC; por UF.

Valor total dos incentivos privados: apresenta o valor bruto total do financiamento cultural via mecenato que foi apoiado por: empresas privadas e pessoas físicas.

Desagregações principais: pessoas físicas, pessoas jurídicas privadas ou total (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano; por SCC; por UF.

Valor total dos incentivos das empresas estatais: expõe o valor monetário bruto total do financiamento via mecenato que foi apoiado por empresas estatais.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Percentual dos recursos privados no total financiado via mecenato: retrata o percentual dos recursos financiados via mecenato que são advindos de apoio privado (empresas privadas e pessoas físicas).

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Participação do financiamento público total no valor adicionado pelas atividades culturais: retrata a razão entre o fomento por meio de financiamento via incentivo fiscal (mecenato, FNC e total – soma dos dois anteriores) e o valor adicionado pelos SCC no PIB nacional.

Desagregações principais: Fundo Nacional de Cultura, mecenato e total (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano; por SCC; por UF.

Participação do financiamento público total na massa salarial das atividades culturais: retrata a razão entre o fomento por meio de mecanismos de financiamento (mecenato, FNC e total – soma dos dois anteriores) e a massa salarial dos trabalhadores da cultura. É um indicador da importância relativa dos recursos financeiros frente aos custos trabalhistas do setor.

Desagregações principais: Fundo Nacional de Cultura, mecenato e total (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano; por SCC; por UF.

Participação da despesa com cultura nas contas públicas federais: retrata a razão entre a despesa total em cultura (orçamento MinC) e a arrecadação federal total e a relação entre o total financiado à cultura (soma FNC e mecenato) e arrecadação federal total.

Desagregações possíveis: por ano.

Total das propostas de projetos de financiamento cultural: retrata a soma de todas propostas de projetos para captação via mecenato, segundo o ano de proposição do projeto.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Total dos projetos de financiamento cultural efetivamente fomentados: apresenta a soma de todos os projetos aprovados para captação via mecenato, segundo o ano de proposição do projeto.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Tempo médio de aprovação dos projetos de financiamento cultural: retrata o tempo médio (em dias) entre a data de proposta do projeto e a data de efetiva aprovação para início de captação de recursos.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Razão entre total solicitado pelos projetos e o valor efetivo aprovado: mostra o percentual médio entre o valor aprovado para captação de cada projeto e o valor solicitado pelo proponente, segundo o ano de proposição do projeto.

Desagregações possíveis: por ano; por SCC; por UF.

Índice razão para concentração dos incentivos fiscais (C4): retrata quão concentrado são os recursos apoiados à cultura (por SCC e por UF) seguindo a metodologia de cálculo do índice C4. A razão de concentração é a divisão da soma do valor dos incentivos fiscais para projetos culturais e criativos nos quatro maiores setores, ou nas quatro maiores Unidades da Federação, sobre o valor total dos incentivos fiscais para projetos culturais e criativos no país (todos os setores e todos os SCC) em cada ano. Calculado para analisar a concentração do mecenato, do FNC e do total (soma dos dois anteriores).

Desagregações principais: Fundo Nacional de Cultura, mecenato e total (soma dos dois anteriores).
Desagregações secundárias: por ano.

Índice Herfindahl-Hirschman para concentração dos projetos fomentados: retrata quão concentrados são os recursos de apoio à cultura (por SCC e por UF) seguindo a metodologia de cálculo do índice IHH. Calculado para analisar a concentração do mecenato, do FNC e do total (soma dos dois anteriores).

Desagregações principais: Fundo Nacional de Cultura, mecenato e todos (soma dos dois anteriores).

Desagregações secundárias: por ano.

Fomento público estadual à cultura: a variável apresenta as UFs que possuem fomento em nível estadual em duas perspectivas: Editais Estaduais e Mecenato Estadual. Dentro dessas perspectivas, a variável ainda indica o valor – conforme informado por cada Estado – para o ano selecionado e a soma dos valores das Unidades Federativas disponíveis para cada ano.

Desagregações principais: mecenato estadual e editais estaduais.

Desagregações secundárias: por ano e por UF.

Detalhamento das Variáveis – Comércio Internacional

O último eixo temático avalia a contribuição do comércio internacional dos SCC para o setor externo da economia brasileira. O comércio internacional representa as trocas de bens e serviços efetuadas entre diferentes países e regiões, representando parcela relevante das economias nacionais. Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010), o comércio internacional das indústrias criativas vem ganhando destaque nas discussões acerca do desenvolvimento econômico mundial, devido ao expressivo aumento da participação dessas atividades no produto dos países. No contexto latino-americano, tradicionalmente o setor primário da economia é um dos que mais contribui para o comércio internacional e, na esteira das discussões da UNCTAD, este eixo visa a mostrar a importância do comércio de bens culturais e criativos em relação a sua contribuição para a economia brasileira.

O Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) dispõe de dados referentes ao mercado externo de bens e serviços do Brasil. Estes são importantes para avaliação do comportamento das relações comerciais com o resto do mundo e do potencial de

desenvolvimento da indústria cultural e criativa nacional. Em termos conceituais, bens são os produtos materiais e tangíveis (como livros e joias), enquanto os serviços são produtos imateriais e intangíveis (como espetáculos de dança e direitos autorais). Os dados utilizados para a composição das variáveis do eixo comércio internacional, oriundos do MDIC, estão organizados em quatro agrupamentos: (i) importações – retratando a entrada de bens e serviços culturais na economia do país; (ii) exportações – remontando à saída de bens e serviços produzidos ou originários do Brasil; (iii) saldo comercial – a diferença entre as exportações e as importações e (iv) valor transacionado ou corrente de comércio – que é a soma dos valores de importações e exportações. A análise do comportamento das variáveis da balança comercial (importação e exportação) permite uma avaliação da evolução dos mercados externos do setor cultural, mensurando a entrada do produto interno em outras economias nacionais e a relevância da produção externa na economia brasileira.

A base de dados do MDIC foi escolhida porque permite tratar o conjunto de bens e serviços transacionados internacionalmente dentro da classificação dos SCC adotada pelo Atlas, para proporcionar maior conformidade e homogeneidade entre os eixos e capítulos. Com relação aos bens, considerou-se um conjunto de bens comercializados que foram classificados de acordo com os SCC. Ou seja, foi considerado um agrupamento setorial de bens correspondente à composição dos setores adotada pelo Atlas, que, como já mencionado, qualifica quarenta e seis atividades econômicas (CNAEs) em dez setores culturais e criativos (SCC). O Tradutor de Bens desenvolvido pelo MDIC possibilita efetuar a correspondência entre os dados obtidos pelo padrão da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM)[63] com o padrão da CNAE utilizado pelo Atlas. Dessa forma, cada bem cultural classificado segundo a NCM está incluso em uma CNAE,

[63] Uma convenção adotada desde 1997 pelos países participantes do Mercosul que classifica, por um padrão de oito dígitos, todos os bens transacionados no mercado internacional.

que por sua vez pertence a um dos SCC. A relação completa de bens considerados em cada SCC se encontra no Apêndice A.

Para o caso dos serviços, levou-se em consideração os setores que compõem o Atlas e sua convergência em termos de similaridade com a classificação de serviços adotada pelo próprio MDIC. Com base neste critério, consolidou-se o conjunto de bens comercializados que foram classificados de acordo com os SCC. Como exemplo do critério adotado, temos os Serviços de Biblioteca (1.1705.10.00 – pelo código na base de dados de Serviços) classificado no setor de Patrimônio. Dois SCC não são contemplados pelos dados da UNCTAD: Artes Cênicas e Espetáculos e Publicidade.

A metodologia de extração de dados de fluxos comerciais envolve a escolha de um país de origem do fluxo e outro de destino. A escolha pela harmonização dos eixos requer a utilização de macrorregiões ou continentes como unidade geográfica. Assim, foram delimitadas oito agregações regionais como parceiros comerciais: (i) Brasil; (ii) Mundo (Agregado total de todos os países disponíveis na base); (iii) América do Norte; (iv) América do Sul e Central; (v) África; (vi) Europa; (vii) Ásia; (viii) Oceania. A relação completa de países que compõem cada um desses parceiros se encontra no Apêndice A.

Dessa forma, o eixo apresenta valores absolutos, em milhões de reais a preços correntes, dos principais fluxos comerciais. Os dados são obtidos em dólares a preços correntes e a conversão e atualização monetária[64] é feita com base na média anual da taxa de câmbio de venda, segundo o *Bank for International Settlements*[65], e com base no IPCA[66] acumulado ao ano-calendário. O eixo é composto por 13 variáveis que visam a evidenciar o comportamento dos SCC no

[64] A saber, multiplica-se o valor extraído pela taxa de câmbio de referência para obter valores nominais em Reais, e em seguida os valores nominais em Reais são corrigidos pelo IPCA.

[65] Banco de Compensações Internacionais é uma organização internacional, com sede na Suíça, responsável pela supervisão bancária e que visa a cooperação monetária e financeira internacional.

[66] Índice de Preços ao Consumidor – Amplo. É um índice produzido pelo IBGE para mensurar mensalmente a inflação no comércio varejistal. Os valores nominais do Atlas são corrigidos para o IPCA do ano de 2017.

comércio exterior, bem como apresentar sua estrutura e possibilidades de análise. As seguintes variáveis compõem o eixo em questão:

Comércio externo: retrata o valor absoluto transacionado, caracterizando, com isso, o quanto, em termos monetários, os SCC contribuíram para o comércio internacional do Brasil.

Desagregação principal: Exportação, Importação.

Desagregação secundária: por ano, por SCC, por UF e por Parceiro Comercial.

Participação no comércio exterior total: mostra a relação do comércio exterior doméstico dos SCC com o comércio exterior brasileiro. O indicador mostra o quanto os SCC contribuem para o comércio internacional total do Brasil.

Desagregação principal: Exportação, Importação, Saldo Comercial e Valor Transacionado.

Desagregação secundária: por ano, por SCC, por UF e por Parceiro Comercial.

Relação com o valor adicionado pela cultura: retrata a relação do comércio exterior dos SCC do Brasil com o valor adicionado pelas empresas culturais e criativas formais.

Desagregação principal: Exportação, Importação e Valor Transacionado.

Desagregação secundária: por ano, por SCC, por UF e por Parceiro Comercial.

Razões de concentração (C2/C4) do comércio externo: mede o grau de concentração na distribuição do comércio externo de bens e serviços culturais e criativos no Brasil, ano a ano. A razão de concentração é a divisão da soma do valor do comércio de bens e serviços

culturais e criativo nos quatro maiores setores, nos dois maiores parceiros externos, ou nas quatro maiores Unidades da Federação, sobre o valor total do comércio de bens e serviços culturais e criativos no País em cada ano.

Desagregação principal: Exportação, Importação e Corrente de Comércio.

Desagregações secundárias: por ano.

IHH (Índice Herfindal-Hirschman de concentração) de concentração do comércio externo: mostra o quão bem distribuído ou concentrado está o comércio exterior total dos SCC em relação à contribuição de cada parceiro comercial, cada unidade federativa e cada SCC. Quanto maior próximo de 1 estiver o IHH, mais concentrado está o comércio dos SCC brasileiros com relação a esses parâmetros.

Desagregação principal: Exportação, Importação e Corrente de Comércio.

Desagregações secundárias: por ano.

Índice de quantum do comércio externo: mostra o comportamento ao longo do tempo do comércio internacional para cada SCC em termos das quantidades transacionadas. Esse é índice é obtido através do valor absoluto do comércio externo e do cálculo do índice de preços para a corrente de comércio externa do país. Variável calculada apenas para bens.

Desagregação principal: Exportação e Importação.

Desagregações secundárias: por ano.

Índice de preços do comércio externo: A variável mostra a relação entre o índice de preços das exportações e das importações, corrigido pela taxa de câmbio, e uma aproximação do índice de

custos das exportações setoriais estimado pela FUNCEX. Variável apresentada apenas para bens, sendo 2009 o ano-base (índice = 100). Variável calculada apenas para bens.

Desagregação principal: Exportação e Importação.

Desagregações secundárias: por ano.

Quantidade física transacionada: apresenta a quantidade física, em kg, transacionada pelos SCC no comércio internacional em cada ano. Variável calculada apenas para bens.

Desagregação principal: Exportação, Importação, Saldo Comercial e Valor Transacionado.

Desagregação secundária: por ano, por SCC, por UF e por Parceiro Comercial.

Índice de rentabilidade das exportações: retrata a relação do índice de preços das exportações, corrigido pela taxa de câmbio, com o índice de custos de produção, estimando se há ou não vantagem comparativa nas exportações do comércio exterior nacional cultural.

Desagregação principal: Exportação.

Desagregação secundária: por ano.

Apêndice B

DELIMITAÇÃO DE ESCOPO

Esse apêndice mostra as diferentes definições e classificações de atividades econômicas culturais e criativas, assim como as respectivas ocupações.

Áreas Culturais, segundo a classificação do MinC

Essa seção apresenta as definições do Ministério da Cultura sobre as áreas culturais. A numeração serve apenas a propósitos organizativos e não hierárquicos. A tabela 1 mostra as sete áreas culturais e a tabela 2 mostra os segmentos culturais.

Tabela 1 – Áreas Culturais na Definição do MinC

N.	Áreas Culturais
1	Artes Cênicas
2	Artes Integradas
3	Artes Visuais
4	Audiovisual
5	Humanidades
6	Música
7	Patrimônio Cultural

Tabela 2 – Segmentos Culturais na Definição do MinC

N.	Segmentos Culturais
1	Ações de capacitação e treinamento de pessoal
2	Circo
3	Dança
4	Música Erudita
5	Teatro
6	Ópera
7	Artes Plásticas
8	Design
9	Exposição de Artes
10	Filatelia
11	Formação técnica e artística de profissionais
12	Fotografia
13	Moda
14	Projeto de fomento à cadeia produtiva arte visual
15	Projeto educativo de artes visuais
16	Construção de salas de cinema (< 100 mil hab.)
17	Difusão de Acervo Audiovisual
18	Distribuição Cinematográfica
19	Exibição Cinematográfica
20	Formação Audiovisual
21	Formação/Pesquisa e informação
22	Infraestrutura Técnica Audiovisual
23	Jogos eletrônicos
24	Manutenção de salas de cinema (< 100 mil hab.)
25	Pesquisa Audiovisual
26	Produção Cinematográfica de curta metragem
27	Produção Cinematográfica de média metragem
28	Produção Radiofônica
29	Produção Videofonográfica de curta metragem
30	Produção Videofonográfica de média metragem

31	Produção de obras seriadas
32	Projetos Audiovisuais Trans-midiáticos
33	Restauração de Acervo Audiovisual
34	Rádios e TVs Educativas não comerciais
35	Acervo Bibliográfico
36	Aquisição equipamento p/manutenção de acervos bibliográficos
37	Ações de formação e capacitação
38	Evento Literário
39	Eventos e ações de incentivo à leitura
40	Livros de valor Artístico
41	Livros de valor Humanístico
42	Livros de valor Literário
43	Obras de Referência
44	Periódicos e outras publicações
45	Música Erudita
46	Música Instrumental
47	Música Popular
48	Aquisição de equipamentos p/ manutenção de acervos
49	Ações de capacitação
50	Construção de equipamentos culturais em geral
51	Construção de salas de teatro munic. (< 100 mil hab.)
52	Manutenção de equipamentos culturais em geral
53	Preservação de Acervos
54	Preservação de Acervos Museológicos
55	Preservação de Patrimônio Material
56	Preservação de Patrimônio Museológico
57	Preservação de Patrimônio imaterial
58	Restauração de Acervos
59	Restauração de Acervos Museológicos
60	Restauração de Patrimônio Material
61	Restauração de Patrimônio Museológico

Detalhamento dos SCC, de acordo com conjunto de Classes CNAE 2.0 e nas pesquisas do IBGE

Essa seção mostra a correspondência entre a CNAE 2.0, com os respectivos códigos e descrições, e os SCC definidos pelo Atlas. A tabela a seguir apresenta as relações. Além disso especifica a fonte de dados do IBGE empregada para a construção do Atlas.

Tabela 3 – Identificação de Atividades Econômicas Criativas e Culturais nas Pesquisas do IBGE

PESQUISA IBGE	CÓDIGO CNAE	DESCRIÇÃO CNAE 2.0	SEGMENTOS DOS SCC	NOME DA CATEGORIA	CNAES NA CATEGORIA
PAS	71.11-1	Serviços de arquitetura	Arquitetura e Design	Serviços técnico profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0
PAS	74.20-0	Atividades fotográficas e similares	Educação e Criação em Artes	Serviços técnico profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0
PAS	74.10-2	Design e decoração de interiores	Arquitetura e Design	Serviços técnico-profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0

PAS	73.11-4	Agências de publicidade	Publicidade	Serviços técnico-profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0
PAS	73.12-2	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação	Publicidade	Serviços técnico-profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0
PAS	73.19-0	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	Publicidade	Serviços técnico-profissionais	69.11-7, 69.20-6, 70.20-4, 71.11-1, 71.12-0, 71.19-7, 71.20-1, 73.11-4, 73.12-2, 73.19-0, 73.20-3, 74.10-2, 74.20-0 , 74.90-0
PAS	90.01-9	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	Artes Cênicas e Espetáculos	Atividades culturais, recreativas e esportivas	90.01-9, 90.02-7, 90.03-5, 92.00-3, 93.11-5, 93.13-1, 93.19-1,
					93.21-2, 93.29-8
PAS	90.03-5	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	Artes Cênicas e Espetáculos	Atividades culturais, recreativas e esportivas	90.01-9, 90.02-7, 90.03-5, 92.00-3, 93.11-5, 93.13-1, 93.19-1, 93.21-2, 93.29-8
PAS	90.02-7	Criação artística	Educação e Criação em Artes	Atividades culturais, recreativas e esportivas	90.01-9, 90.02-7, 90.03-5, 92.00-3, 93.11-5, 93.13-1, 93.19-1,
					93.21-2, 93.29-8
PAS	93.21-2	Parques de diversão e parques temáticos	Entretenimento	Atividades culturais, recreativas e esportivas	90.01-9, 90.02-7, 90.03-5, 92.00-3, 93.11-5, 93.13-1, 93.19-1,
					93.21-2, 93.29-8
PAS	93.29-8	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	Entretenimento	Atividades culturais, recreativas e esportivas	90.01-9, 90.02-7, 90.03-5, 92.00-3, 93.11-5, 93.13-1, 93.19-1,
					93.21-2, 93.29-8

PAS	59.11-1	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	59.12-0	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	59.13-8	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	59.14-6	Atividades de exibição cinematográfica	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	60.10-1	Atividades de rádio	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	60.21-7	Atividades de televisão aberta	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	60.22-5	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	Audiovisual	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	59.20-1	Atividades de gravação de som e de edição de música	Música	Serviços audiovisuais	60.10-1, 60.21-7, 60.22-5, 59.11-1, 59.12-0, 59.13-8, 59.14-6, 59.20-1
PAS	61.41-8	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	Audiovisual	Telecomunicações	61.10-8, 61.20-5, 61.30-2, 61.41-8, 61.42-6, 61.43-4, 61.90-6
PAS	61.42-6	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	Audiovisual	Telecomunicações	61.10-8, 61.20-5, 61.30-2, 61.41-8, 61.42-6, 61.43-4, 61.90-6
PAS	61.43-4	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	Audiovisual	Telecomunicações	61.10-8, 61.20-5, 61.30-2, 61.41-8, 61.42-6, 61.43-4, 61.90-6

PAS	77.22-5	Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares	Audiovisual	Aluguéis não imobiliários e gestão de ativos intangíveis não financeiros	77.11-0, 77.19-5, 77.21-7, 77.22-5, 77.23-3, 77.29-2, 77.31-4, 77.32-2, 77.33-1, 77.39-0, 77.40-3
PAS	63.19-4	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	Cultura Digital	Tecnologia da Informação	62.01-5, 62.02-3, 62.03-1, 62.04-0, 62.09-1, 63.11-9, 63.19-4
PAS	58.11-5	Edição de livros	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	58.12-3	Edição de jornais	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	58.13-1	Edição de revistas	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	58.21-2	Edição integrada à impressão de livros	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	58.22-1	Edição integrada à impressão de jornais	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	58.23-9	Edição integrada à impressão de revistas	Editorial	Edição e edição integrada à impressão	58.11-5, 58.12-3, 58.13-1, 58.19-1, 58.21-2, 58.22-1, 58.23-9, 58.29-8
PAS	63.91-7	Agências de notícias	Editorial	Agências de notícias e outros serviços de informação	63.91-7, 63.99-2
PAS	85.92-9	Ensino de arte e cultura	Educação e Criação em Artes	Atividades de ensino continuado	85.50-3, 85.91-1, 85.92-9, 85.93-7, 85.99-6

PAS	85.93-7	Ensino de idiomas	Educação e Criação em Artes	Atividades de ensino continuado	85.50-3, 85.91-1, 85.92-9, 85.93-7, 85.99-6
PAC	47.83-1	Comércio varejista de joias e relógios	Arquitetura e Design	Outros produtos novos	47.83-1 e 47.89-0
PAC	47.61-0	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	Editorial	Artigos culturais, recreativos e esportivos	47.61-0, 47.62-8, 47.63-6
PAC	47.62-8	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	Música	Artigos culturais, recreativos e esportivos	47.61-0, 47.62-8, 47.63-6
PAC	46.47-8	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações	Editorial	Artigos de escritório e de papelaria; papel, papelão e seus artefatos; livros, jornais e outras publicações	46.47-8
PAC	47.56-3	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios	Música	Eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo, instrumentos musicais e acessórios	47.53-9 e 47.56-3
PIA	32.11-6	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria	Arquitetura e Design	Fabricação de artigos de joalheria, bijuteria e semelhantes	32.1
PIA	32.12-4	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	Arquitetura e Design	Fabricação de artigos de joalheria, bijuteria e semelhantes	32.1

PIA	32.40-0	Fabricação de brinquedos e jogos recreativos	Entretenimento	Fabricação de Brinquedos e Jogos Recreativos	32.4
PIA	32.20-5	Fabricação de instrumentos musicais	Música	Fabricação de instrumentos musicais	32.2
INDISPONÍVEL	94.93-6	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	Artes Cênicas e Espetáculos	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL
INDISPONÍVEL	91.01-5	Atividades de bibliotecas e arquivos	Patrimônio	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL
INDISPONÍVEL	91.02-3	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	Patrimônio	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL
INDISPONÍVEL	91.03-1	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	Patrimônio	INDISPONÍVEL	INDISPONÍVEL

Detalhamento das OCC, de acordo com conjunto de códigos do CBO

Essa seção apresenta as principais ocupações culturais e criativas descriminadas no Classificação de Ocupações para Pesquisas Domiciliares (COD).. As OCC estão organizados em dois grupos: i) Núcleo das Ocupações Culturais e Criativas, e; (ii) Outras Ocupações Culturais e Criativas. A tabela 4 apresenta as principais ocupações do primeiro grupo, enquanto a tabela 5 mostra as ocupações do segundo.

Tabela 4 – COD do Núcleo das Ocupações Culturais e Criativas

COD	DESCRIÇÃO
2161	Arquitetos de edificações
2162	Arquitetos paisagistas
2163	Desenhistas de produtos e vestuário
2166	Desenhistas gráficos e de multimídia
2353	Outros professores de idiomas
2354	Outros professores de música
2355	Outros professores de artes
2621	Arquivologistas e curadores de museu
2622	Bibliotecários, documentaristas e afins
2641	Escritores
2651	Artistas plásticos
2652	Músicos, cantores e compositores
2653	Bailarinos e coreógrafos
2654	Diretores de cinema, de teatro e afins
2655	Atores

2656	Locutores de rádio, televisão e outros meios de comunicação
2659	Artistas criativos e interpretativos não classificados anteriormente
3431	Fotógrafos
3432	Desenhistas e decoradores de interiores
3433	Técnicos em galerias de arte, museus e bibliotecas
3435	Outros profissionais de nível médio em atividades culturais e artísticas
3521	Técnicos de radiodifusão e gravação audiovisual
5241	Modelos de moda, arte e publicidade
7312	Confeccionadores e afinadores de instrumentos musicais
7313	Joalheiros e lapidadores de gemas, artesãos de metais preciosos e semipreciosos
7314	Ceramistas e afins (preparação e fabricação)
7316	Redatores de cartazes, pintores decorativos e gravadores
7317	Artesãos de pedra, madeira, vime e materiais semelhantes
7318	Artesãos de tecido, couros e materiais semelhantes
7319	Artesãos não classificados anteriormente

Tabela 5 – COD de Outras Ocupações Culturais e Criativas

COD	DESCRIÇÃO
2431	Profissionais da publicidade e da comercialização
2642	Jornalistas
2643	Tradutores, intérpretes e linguistas
3522	Técnicos de engenharia de telecomunicações
5142	Especialistas em tratamento de beleza e afins
7315	Cortadores, polidores, jateadores e gravadores de vidros e afins
7321	Trabalhadores de pré-impressão gráfica
7322	Impressores
7323	Encadernadores e afins
7531	Alfaiates, modistas, chapeleiros e paleteiros
7532	Trabalhadores qualificados da preparação da confecção de roupas
7533	Costureiros, bordadeiros e afins
7534	Tapeceiros, colchoeiros e afins
7535	Trabalhadores qualificados do tratamento de couros e peles

Relação de bens considerados no comércio exterior

A análise do Eixo 4 está baseada em uma nova adequação dos bens transacionados internacionalmente aos setores culturais definidos pela metodologia do Atlas, que são nominalmente diferentes da classificação da UNCTAD em razão de um enquadramento distinto de atividades e produtos. Reagrupando as classificações realizadas pela metodologia UNCTAD para uma nova discriminação utilizada para o Atlas, tem-se uma visualização dos agrupamentos dentro dos setores da cultura utilizados, tal qual a tabela 6 revela. A tabela 7 mostra os parceiros comerciais a partir de agregações

continentais e regionais. Finalmente, a tabela 8 mostra a correspondência entre a Nomenclatura Comum do Mercosul e a CNAE dos SCC definidos pelo Atlas.

Tabela 6 – Realocação dos agrupamentos da metodologia UNCTAD

SEGMENTOS DOS SCC	BENS
ARQUITETURA E DESIGN	Arquitetura; Tapetes; Moda; Produtos de vidro; Interior; Joias.
ARTES CÊNICAS E ESPETÁCULOS	(Não contemplado pela análise de bens)
AUDIOVISUAL	Audiovisuais; CDs, DVDs, fitas; Filme.
CULTURA DIGITAL	Mídias gravadas.
EDITORIAL	Livros; Jornal; Outros impressos.
EDUCAÇÃO E CRIAÇÃO EM ARTES	Pintura; Artigos de Papel; Fotografia; Escultura; Artigos de Vime; Fios e Tecelagem; Outros ofícios de arte.
ENTRETENIMENTO	Celebração; Brinquedos; Videogames.
MÚSICA	Instrumentos musicais; Música impressa.
PATRIMÔNIO	Antiguidades.
PUBLICIDADE	(Não contemplado pela análise de bens)

Fonte: Elaboração própria a partir de adaptação da metodologia da UNCTAD.

Tabela 7 – Lista de países por territórios para metodologia aplicada ao Atlas, com referência à organização geográfica da UNCTAD

PARCEIRO COMERCIAL	PAÍSES
ÁFRICA	Argélia; Angola; Benin; Botswana; Burkina Faso; Burundi; Cabo Verde; Camarões; República Centro-Africana; Chade; Comores; Congo; Côte d'Ivoire; Dem. Rep. Do Congo; Djibouti; Egito; Guiné Equatorial; Eritréia; Etiópia; Gabão; Gâmbia; Gana; Guiné; Guiné-Bissau; Quênia; Lesoto; Libéria; Líbia; Madagascar; Malawi; Mali; Mauritânia; Maurícia; Marrocos; Moçambique; Namíbia; Níger; Nigéria; Ruanda; Santa Helena; São Tomé e Príncipe; Senegal; Seychelles; Serra Leoa; Somália; África do Sul; Sudão do Sul; Sudão; Sudão (... 2011); Suazilândia; Togo; Tunísia; Uganda; República Unida da Tanzânia; Saara Ocidental; Zâmbia; Zimbábue
AMÉRICA DO SUL E CENTRAL	Anguila; Antígua e Barbuda; Argentina; Aruba; Bahamas; Barbados; Belize; Bolívia (Estado Plurinacional de); Bonaire, Sint Eustatius e Saba; Brasil; Ilhas Virgens Britânicas; Ilhas Cayman; Chile; Colômbia; Costa Rica; Cuba; Curaçao; Dominica; República Dominicana; Equador; El Salvador; Ilhas Falkland (Malvinas); Grenada; Guatemala; Guiana; Haiti; Honduras; Jamaica; Montserrat; Antilhas Holandesas; Nicarágua; Panamá; Panamá, Zona do Canal; Panamá, excluindo Zona do Canal; Paraguai; Peru; São Cristóvão e Nevis; Santa Lúcia; São Vicente e Granadinas; Sint Maarten (parte holandesa); Suriname; Trinidad e Tobago; Ilhas Turcas e Caicos; Uruguai; Venezuela (representante bolivariano de)
AMÉRICA DO NORTE	México; Canadá; Estados Unidos; Groenlândia; Bermudas; São Pedro e Miquelon.
ÁSIA	Afeganistão; Armênia; Azerbaijão; Bahrein; Bangladesh; Butão; Brunei Darussalam; Camboja; China; China, Hong Kong SAR; China, RAE de Macau; China, província de Taiwan; Geórgia; Índia; Indonésia; Irã (República Islâmica do Irã); Iraque; Israel; Japão; Jordânia; Cazaquistão; Coreia do Norte; Coreia do Sul; Kuwait; Quirguistão; República Democrática Lau; Líbano; Malásia; Maldivas; Mongólia; Myanmar; Nepal; Omã; Paquistão; Filipinas; Catar; Arábia Saudita; Cingapura; Sri Lanka; Estado da Palestina; República Árabe da Síria; Tajiquistão; Reino da Tailândia; Timor-Leste; Peru; Turquemenistão; Emirados Árabes Unidos; Uzbequistão; Vietnã; Iémen.

PARCEIRO COMERCIAL	PAÍSES
EUROPA	Albânia; Andorra; Áustria; Bielorrússia; Bélgica; Bósnia e Herzegovina; Bulgária; Croácia; Chipre; República Checa; Dinamarca; Estônia; Ilhas Faroé; Finlândia; França; Alemanha; Gibraltar; Grécia; Santa Sé (Vaticano); Hungria; Islândia; Irlanda; Itália; Letônia; Lituânia; Luxemburgo; Malta; Montenegro; Países Baixos; Noruega; Polônia; Portugal; República Moldova; Roménia; Federação Russa; São Marinho; Sérvia; Montenegro; Eslováquia; Eslovênia; Espanha; Suécia; Suíça; FYROM (Macedônia); Ucrânia; Reino Unido
OCEANIA	Samoa Americana; Austrália; Ilhas Cook; Fiji; Polinésia Francesa; Guam; Kiribati; Ilhas Marshall; Micronésia (Estados Federados de); Nauru; Nova Caledônia; Nova Zelândia; Niue; Ilhas Marianas do Norte; Palau; Papua Nova Guiné; Samoa; Ilhas Salomão; Tokelau; Tonga; Tuvalu; Vanuatu; Ilhas Wallis e Futuna

Fonte: Elaboração própria a partir de informações disponibilizadas pela UNCTAD.

Tabela 8 – Correspondência entre Nomenclatura Comum do Mercosul e CNAE 2.0

NCM 2012	DESCRIÇÃO	CNAE 2.0	SEGMENTOS DOS SCC
71012200	Perolas cultivadas, trabalhadas, n/ montadas, n/engastadas	3211.6	Arquitetura e Design
71022900	Outs. Diamantes industriais, não montados, nem engastados	3211.6	Arquitetura e Design
71023900	Outs. Diamantes não industriais, n/montados, n/engastados	3211.6	Arquitetura e Design
71039100	Rubis, safiras e esmeraldas trabalhadas de out. Modo	3211.6	Arquitetura e Design
71039900	Outs. Pedras preciosas/semi-trabalhadas de out. Modo	3211.6	Arquitetura e Design
71049000	Outs. Pedras sint/reconst. Mesmo trabalhadas/ combinadas	3211.6	Arquitetura e Design
71051000	Pó de diamantes	3211.6	Arquitetura e Design
71059000	Pó de pedras preciosas, semipreciosas ou sintéticas	3211.6	Arquitetura e Design

71131100	Artefatos de joalheria, de prata, mesmo folh. De met. Prec.	3211.6	Arquitetura e Design
71131900	Artefatos de joalharia, de outs. Metais preciosos, etc.	3211.6	Arquitetura e Design
71132000	Artefatos de joalheria, de metais comuns folh. Metal prec.	3211.6	Arquitetura e Design
71141100	Artefatos de ourivesaria, de prata, mesmo folh. Met. Prec.	3211.6	Arquitetura e Design
71141900	Artefatos de ourivesaria, de outs. Metais preciosos, etc.	3211.6	Arquitetura e Design
71142000	Artefatos de ourivesaria, de metais comuns folh. Met. Prec	3211.6	Arquitetura e Design
71159000	Outras obras de metais prec/metais folh/chap. Metal prec.	3211.6	Arquitetura e Design
71161000	Obras de perolas naturais ou cultivadas	3211.6	Arquitetura e Design
71162010	Obras de diamantes sintéticos	3211.6	Arquitetura e Design
71162020	Guias de agulhas, de rubi, para cabeças de impressão	3211.6	Arquitetura e Design
71162090	Outs. Obras de pedras preciosas/ semi, sintéticas/ reconst.	3211.6	Arquitetura e Design
71171100	Abotoaduras e outs. Botões, de metais comuns	3212.4	Arquitetura e Design
71171900	Outras bijuterias de metais comuns	3212.4; 3299.0	Arquitetura e Design
71179000	Outras bijuterias	3212.4; 3299.0	Arquitetura e Design
71181010	Moedas sem curso legal, exceto de ouro, destinadas a ter curso legal no país importador	3211.6	Arquitetura e Design
71181090	Outras (moedas sem curso legal, exceto de ouro)	3211.6	Arquitetura e Design
71189000	Outras moedas	3211.6	Arquitetura e Design

37069000	Outros filmes cinematográficos impress. E revelados	5911.1; 5912.0	Audiovisual
49040000	Música manuscrita ou impressa, ilustrada ou não	5920.1	Audiovisual
49011000	Livros, brochuras, impressos semelhantes, em folhas soltas	5811.5; 5821.2	Editorial
49019100	Dicionários e enciclopédias, mesmo em fascículos	5811.5; 5821.2	Editorial
49030000	Álbuns ou livros de ilustrações, etc. Para crianças	5811.5; 5821.2	Editorial
49051000	Globos (obra cartográfica, impressa)	5821.2	Editorial
49059100	Obras cartográficas, impressas em livros ou brochuras	5821.2	Editorial
49059900	Outras obras cartográficas, impressas	5821.2	Editorial
37040000	Chapas, filmes, etc. Fotográficos, impress. Mas n/revelados	7420.0	Educação e Criação em Artes
37051000	Chapas, filmes fotograf. Impress. Revelados, p/reprod. Ofset	7420.0	Educação e Criação em Artes
37059010	Fotomáscaras sobre vidro plano, positivas, próprias para gravação em pastilhas de silício (“chips”) para fabricação de microestruturas eletrônicas	7420.0	Educação e Criação em Artes
37059090	Outs. Chapas e filmes fotográficos, impress. E revelados, exceto filmes cinematográficos	7420.0	Educação e Criação em Artes
97011000	Quadros, pinturas e desenhos, feitos a mão	9002.7	Educação e Criação em Artes
97019000	Colagens e quadros decorativos semelh.	9002.7	Educação e Criação em Artes
97020000	Gravuras, estampas e litografias, originais	9002.7	Educação e Criação em Artes

97030000	Produções originais de arte estatuária ou de escultura, de quaisquer matérias.	9002.7	Educação e Criação em Artes
97040000	Selos postais, selos fiscais, marcas postais, envelopes de primeiro dia (F.D.C. – "first-day cover"), inteiros postais e semelhantes, obliterados, ou não obliterados, exceto os artigos da posição 49.07.	9002.7	Educação e Criação em Artes
97050000	Coleções e espécimes para coleções, de zoologia, botânica, mineralogia, anatomia, ou apresentando interesse histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico ou numismático.	9002.7	Educação e Criação em Artes
97060000	Antiguidades com mais de 100 anos	9002.7	Educação e Criação em Artes
95030010	Triciclos, patinetes, carros de pedais e outros brinquedos semelhantes com rodas; carrinhos para bonecos	3240.0	Entretenimento
95030021	Bonecos de figura humana, mesmo vestidos, c/mecanismo a corda/ eletr.	3240.0	Entretenimento
95030022	Outros bonecos ,mesmo vestidos	3240.0	Entretenimento
95030029	Outros partes e acess. P/bonecos de figura humana	3240.0	Entretenimento
95030031	Brinquedos c/enchimento, de figura animal ou não-humana	3240.0	Entretenimento
95030039	Outros brinquedos de figura animal ou não humana	3240.0	Entretenimento
95030040	Trens eletr. De brinquedo, incl. Trilhos/sinais/ outs. Acess	3240.0	Entretenimento
95030050	Modelos reduzidos, de brinquedo, em conj. P/montagem	3240.0	Entretenimento
95030060	Outros conjuntos e brinquedos, p/ construção	3240.0	Entretenimento
95030070	Quebra-cabeças ("puzzles")	3240.0	Entretenimento

95030080	Outros brinquedos em sortidos ou em panóplias	3240.0	Entretenimento
95030091	Instrumentos e apars. Musicais, de brinquedo	3240.0	Entretenimento
95030097	Outros brinquedos e modelos, motorizados, elétricos	3240.0	Entretenimento
95030098	Outros brinquedos de fricção, de corda ou de mola	3240.0	Entretenimento
95030099	Outros brinquedos	3240.0	Entretenimento
95042000	Bilhares e seus acess.	3240.0	Entretenimento
95043000	Outs. Jogos acionados por ficha/ moeda, exc. Jogos balizas	3240.0	Entretenimento
95044000	Cartas de jogar	3240.0	Entretenimento
95049010	Boliches automáticos	3240.0	Entretenimento
95049090	Outros artigos p/jogos de salão	3240.0	Entretenimento
92011000	Pianos verticais	3220.5	Música
92012000	Pianos de cauda	3220.5	Música
92019000	Outs. Pianos, cravos e outs. Instrum. De cordas, c/teclado	3220.5	Música
92021000	Instrumentos musicais de cordas, tocados c/auxilio arco	3220.5	Música
92029000	Outros instrumentos musicais de cordas	3220.5	Música
92051000	Instrumentos musicais de sopro denominados “metais”	3220.5	Música
92059000	Outros instrumentos musicais de sopro	3220.5	Música
92060000	Instrumentos musicais de percussão (tambores, etc.)	3220.5	Música
92071010	Sintetizadores (instrumentos musicais de teclado)	3220.5	Música

Eixo 1 – Empreendimentos culturais e criativos

N.	VARIÁVEL	TIPO DE INDICADOR	DEFINIÇÃO	INTERPRETAÇÃO E USO	LIMITES	DESCRIÇÃO	DESAGREGAÇÕES	FONTES
1	Número Total de Empresas	Descritivo	Mostra o total das empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Tal indicador mostra o total de empresas culturais e criativas. Uma elevação deste número pode indicar um aumento, tanto em termos de oferta quanto de demanda, por bens e serviços culturais, assim como uma diminuição pode indicar um arrefecimento da demanda por bens e serviços culturais. Outra indicação pode ser um aumento da concentração, ou, caso diminua, uma descentralização. Também, é um indicador de proxy para empregos culturais gerados na economia, que pode ser mais bem dimensionado considerando-se a estratificação por porte de empresas.	O indicador pode refletir empresas que possuem múltiplas atividades econômicas e podem não ser contabilizadas ou podem superestimar a realidade produtiva da economia da cultura e criativa.	$V1 = \sum X_{i,d}, \text{em } t$ Sendo X, as empresas culturais i, no período de tempo t, nas desagregações d. A taxa de variação de V1 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V1 = \left(\frac{V1_{t,d}}{V1_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE).
2	Participação das Empresas Culturais e Criativas no Total de Empresas	Descritivo	Mostra a participação das empresas culturais e criativas formais no total de empresas formais em geral, por desagregação proposta.	Tal indicador representa a participação das empresas culturais e criativas formais no total de empresas formais do País. Um au mento da participação indica uma mudança na composição dos bens e serviços ofertados em que os bens culturais possuem maior peso. Da mesma forma, é um indicativo do quanto bens e serviços culturais integram a economia do país.	Algumas empresas possuem múltiplas atividades econômicas e podem não ser contabilizadas ou se contabilizadas podem superestimar a contribuição. A consideração sobre a participação relativa de empresas culturais e criativas na economia pode não retratar o quanto é produzido por estas empresas, tanto em termos de quantidade de bens e serviços, quanto por produto interno gerado.	$V2 = \left(\frac{\sum X_{i,d}}{\sum Y_{i,d}}\right) * 100, \text{em } t$ Sendo X, as empresas culturais i, no período t, nas desagregações d e Y, as empresas culturais i e todas diferentes de i nas desagregações d. A taxa de variação de V2 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V2 = \left(\frac{V2_{t,d}}{V2_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE).

3	Variação no Total de Empresas	Descritivo	Mostra a taxa de criação e de destruição das empresas culturais e criativas formais, isto é, o número de empresas formais que surgem e que encerram atividades por desagregação proposta.	Tal indicador mostra a taxa de criação e destruição de empresas, isto é, o número de empresas formais que são criadas ou fecham em um dado ano. Um aumento na taxa de criação pode indicar um aumento da demanda por bens e serviços culturais, ou um indicador de descentralização. Da mesma forma, um aumento da taxa de destruição indica que as empresas estão com dificuldades estruturais e/ou de caráter institucional de manterem-se ativas. Um gestor público pode procurar unidades federativas, ou atividades culturais e criativas que possuem baixa taxa de criação (ou alta taxa de destruição) com o objetivo de dinamizar a produção de bens culturais. Variações positivas indicam alta na taxa de natalidade, da mesma forma que variações negativas indicam diminuição do número de empresas culturais e criativas formais.	A análise da criação e fechamento de empresas em termos relativos pode não necessariamente retratar um arrefecimento produtivo dos setores culturais e criativos. Além disso, pelo fato de as empresas poderem integrar distintas atividades econômicas, as taxas podem não retratar somente a criação ou fechamento de empresas destes setores, como de outros também. Por outro lado, pode ser um indicativo amplo de geração de produto nacional.	$V3=\left(\frac{\sum X_{i,j},emt}{\sum X_{i,j},emt-1}-1\right)*100$ Sendo X as empresas culturais i existentes no período t ou no período anterior t-1, em cada desagregação d. Valores V3>0 representam a natalidade do total X, enquanto valores V3<0 representam a mortalidade do total X no período t considerado. A taxa da variação de V3 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V3=\left(\frac{V3_t}{V3_{t-1}}-1\right)x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE).
4	Receita Total Bruta	Descritivo	Apresenta a receita total das empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Mostra a receita total das empresas culturais e criativos, isto é, a entrada de fluxos monetários em decorrência das atividades produtivas. Um aumento na receita pode indicar uma elevação dos preços dos bens culturais, ou da quantidade vendida, ou qualquer outra combinação entre ambos. Um gestor público pode procurar quais atividades culturais e unidades federativas possuem menor receita a fim de buscar dinamizá-las, ou procurar as que tiverem maior receita a fim de proteger estas empresas.	O olhar isolado para a entrada de fluxos monetárias pode não retratar o aumento lucrativo das atividades desenvolvidas pelas firmas. Além disso, algumas empresas possuem múltiplas atividades econômicas, e este indicador pode ser ampliado para um conjunto maior de setores que vão além dos culturais.	$V4=P*\sum X_{i,d},emt$ Sendo X as receitas das empresas culturais i no período t, na desagregação d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V4=\left(\frac{V4_{t,d}}{\sum V4_{t-1,d}}-1\right)x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).

5	Receita Operacional Líquida	Descritivo	Apresenta a receita operacional líquida das empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Mostra a receita operacional líquida das empresas, isto é, as receitas brutas provenientes da exploração das atividades principais e secundárias exercidas pelas mesmas, com deduções dos impostos e contribuições (ICMS, PIS/Pasep, IPI, ISS, Simples Nacional, COFINS etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Um aumento na receita pode indicar uma elevação dos preços dos bens culturais, ou da quantidade vendida, ou uma combinação entre ambos. Um gestor público pode procurar quais atividades culturais e unidades federativas que possuem menor receita a fim de querer dinamizá-las, ou procurar as que tiverem maior receita a fim de proteger estas empresas.	O olhar isolado para a entrada de fluxos monetárias pode não retratar o aumento lucrativo das atividades desenvolvidas pelas firmas. Além disso, algumas empresas possuem múltiplas atividades econômicas, e este indicador pode ser ampliado para um conjunto maior de setores que vão além dos culturais.	$V5 = P * \sum X_{i,d}, em\ t$ Sendo X a receita operacional líquida das empresas culturais i, no período t, na desagregação d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação na desagregação d do período t em relação ao período t-1 é: $V5 = P * \sum X_{i,d}, em\ t$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).
6	Custo	Descritivo	Apresenta o custo total das empresas culturais e criativas formais para operacionalizar suas funções, por desagregação proposta.	Calcula o custo total para o funcionamento das empresas culturais e criativas. Indica a participação dos custos na composição do total necessário para as firmas operarem. Um aumento no dispêndio pode indicar o aumento do preço dos insumos e fatores de produção. Uma diminuição pode indicar a redução dos preços dos insumos, ou da diminuição dos custos via inovação da base técnica e produtiva. Um gestor público pode procurar quais atividades culturais e unidades federativas que possuem maiores despesas (custos), a fim de incentivar ganhos de eficiência, ou procurar as que tiverem menores despesas a fim de manter estas empresas.	A análise dos custos totais para operação das empresas culturais de forma isola não permite o dimensionamento comparativo com outras informações, como, por exemplo, receitas. A averiguação do custo é um indicativo com vistas à operação das empresas, sendo que este olhar único pode subestimar a geração de receitas advinda destas empresas.	$V6 = P * \sum X_{i,d}, em\ t$ Sendo X o custo das empresas culturais i no período t, na desagregação d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação na desagregação d do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V6 = \left(\frac{V6_{t,d}}{\sum V6_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).

7	Lucro	Relacional	Avalia a relação entre receitas e custos das empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Calcula o ganho auferido ao longo das operações ou exercício das atividades econômicas. A subtração do custo total da receita total das empresas permite, para cada estratificação proposta, delimitar as atividades culturais e criativas que geram maior retorno. Um aumento do lucro pode indicar um aumento da receita e consecutiva geração de renda por parte das atividades culturais. O aumento da proporção de receitas em relação aos custos permite às empresas a obtenção de maiores ganhos reais. Um gestor público pode procurar quais atividades econômicas e unidades federativas possuem menor lucro com o objetivo de diversificar a produção ou as que tiverem maior e proteger os ganhos destas empresas.	A análise do lucro é feita sob a ótica agregada, mesmo que haja alguma desagregação proposta. Isso limita a análise das unidades produtivas, uma vez que se considera o somatório das receitas e dos custos para analisar o lucro. Além disso, algumas empresas possuem múltiplas atividades econômicas e podem não ser contabilizadas ou se contabilizadas podem superestimar a conta.	$V7 = P * \sum X_{i,d}, em\ t$ Sendo X o lucro obtido pelas empresas culturais i no período t, no estrato d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação na desagregação d do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V7 = \left(\frac{V7_{t,d}}{\sum V7_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).
8	Valor Adicionado	Descritivo	Mostra o valor adicionado pelas empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	O Valor Adicionado retrata a contribuição das Empresas dos SCC na geração de renda no país. A análise permite medir o valor criado por estes agentes econômicos, sendo o valor adicional que adquirem os bens e serviços ao serem transformados durante o processo produtivo.	A análise isolada que evidencia a participação do valor adicionado na cultura dificulta comparativos. Um fator limitante é a impossibilidade de mensuração do Valor Adicionado por porte de empresas, uma vez que os dados gerados pelo IBGE (principal fonte de dados para a estimação) estão disponíveis somente por agregação setorial.	$V8 = P * \sum X_{i,d}, em\ t$ Sendo X o valor adicionado à economia pelas empresas culturais i no período t, no estrato d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação na desagregação d do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V8 = \left(\frac{V8_{t,d}}{\sum V8_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).

9	Valor Adicionado / Produto Interno Bruto (PIB)	Relacional	Calcula a relação entre o valor adicionado pelas empresas culturais e criativas formais em relação ao agregado macroeconômico do PIB, por desagregação proposta.	Tal indicador calcula a relação entre o Valor Adicionado e o PIB, elucidando e contabilizando a contribuição da atividade cultural e criativa na geração de renda econômica. Um aumento desta razão indica que a cultura está contribuindo mais para a geração de renda e produto na economia.	A análise deste indicador considera o total produzido pelos SCC, relacionando-se com a entrada de fluxos por parte das empresas. O limite desta verificação está na não consideração da estrutura contábil das empresas como um todo.	$V9=\left(\frac{V8_d}{\sum PIB_d}\right)=\frac{P*\sum X_{i,d}, em}{\sum PIB_d}$ Sendo V8, o total do valor adicionado das empresas culturais em cada desagregação d, no período t, e PIB, o total do Produto Interno Bruto da desagregação d. Isto é uma igualdade da razão da multiplicação do fator de ponderação P pelo total do valor adicionado X das empresas culturais i em relação PIB em d, no período t. A taxa de variação na desagregação d do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V9=\left(\frac{V9_{t,d}}{\sum V9_{t-1,d}}-1\right)x100$	Por: Tipo de atuação, atividade cultural, setores culturais e criativos, unidade federativa, taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).
10	Índice de concentração de Herfindal-Hirschman (IHH – Empresas)	Índice	Revela o grau de concentração do total de empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Tal indicador mede o quão concentrada está a distribuição do Total de Empresas a partir do somatório dos quadrados das participações relativas de cada categoria observada. Quanto mais próximo de um for o valor do índice, mais concentrado é o item. Um gestor público pode procurar situações com maior concentração a fim de diversificar a produção de bens culturais e criativos.	O indicador IHH mede a concentração dos itens considerados a partir de suas participações relativas elevadas ao quadrado, não apontando, portanto, os fatores explicativos do grau de concentração.	$V11=IHH=\sum_{i=1}^{n}\left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n}Q_{i,d}}\right]^2, emt$ Sendo Qi, o total de empresas culturais i em cada desagregação d, no período t.	Por: Setores culturais e criativos, unidade federativa e taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).

11	Índice de concentração de Herfindal-Hirschman (IHH – Valor Adicionado)	Índice	Revela a concentração do valor adicionado dos SCC, por desagregação proposta.	Tal indicador aponta o quão concentrada está a distribuição do Valor Adicionado a partir do somatório dos quadrados das participações relativas de cada categoria observada. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item. Um gestor público pode procurar situações com maior concentração a fim de diversificar a produção de bens culturais.	O indicador IHH mede a concentração dos itens considerados a partir de suas participações relativas elevadas ao quadrado, não apontando, portanto, os fatores explicativos do grau de concentração.	$V12=IHH=\sum_{i=1}^{n}\left[\frac{V8_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n}V8_{i,d}}\right]^{2}=\left[\frac{P*\sum X_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n}P*\sum X_{i,d}}\right]^{2}, em t$ Sendo V8 o valor adicionado das empresas culturais i, que é igualdade da multiplicação do fator de ponderação P pelo somatório do valor adicionado das empresas culturais i em cada desagregação d dividido pela participação relativa de cada d, ao quadrado, para o período t.	Por: Setores culturais e criativos, unidade federativa e taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).
12	Razão de Concentração – C4 Empresas	Índice	Revela a concentração do total de empresas culturais e criativas formais, de uma forma alternativa ao IHH, por desagregação proposta.	Tal indicador mostra o quão concentrada está a distribuição do Total de Empresas a partir do somatório das participações relativas das quatro maiores categorias observadas. Quanto mais próximo de um for o valor do índice, mais concentrado é o item. Um gestor público pode procurar situações com maior concentração a fim de diversificar a produção de bens culturais e criativos.	O indicador das 'quatro maiores' considera a participação relativa apenas das 4 maiores observações do recorte em questão, e pode não retratar com precisão outras disparidades que fujam desse escopo.	$C4=\sum_{i=1}^{n=4}\left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_{i,d}}\right), com i=1,\ldots,4, em t$ Sendo X as empresas culturais i em cada desagregação d e Xd o total de empresas culturais em cada desagregação d, no período t.	Por: Setores culturais e criativos, unidade federativa e taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).
13	Razão de Concentração – C4 Valor Adicionado	Índice	Revela a concentração do valor adicionado, de uma forma alternativa ao IHH, por desagregação proposta.	Tal indicador calcula o quão concentrada está a distribuição do Valor Adicionado a partir do somatório das participações relativas das 4 maiores categorias observadas. Quanto mais próximo de um for o valor do índice, mais concentrado é o item. Um gestor público pode procurar situações com maior concentração a fim de diversificar a produção de bens culturais.	O indicador das 'quatro maiores' considera a participação relativa apenas das quatro maiores observações do recorte em questão, assim, pode não retratar com precisão outras disparidades que fujam desse escopo.	$C4=\sum_{i=1}^{n=4}\left(\frac{V8_{i,d}}{\sum V8_{d}}\right), com i=1,\ldots,4, em t$ Sendo V8 o total do valor adicionado pelas empresas culturais i em cada desagregação d, no período t.	Por: Setores culturais e criativos, unidade federativa e taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTE); Pesquisa Anual de Serviços (IBGE); Pesquisa Industrial Anual (IBGE); Pesquisa Anual do Comércio (IBGE).

Eixo 2 – Eixo Mercado de trabalho

N.	VARIÁVEL	TIPO DE INDICADOR	DEFINIÇÃO	INTERPRETAÇÃO E USO	LIMITES	DESCRIÇÃO	DESAGREGAÇÕES	FONTES
1	Total de Ocupados	Descritivo	Apresenta o total de trabalhadores das empresas culturais e criativas formais, por desagregação proposta.	Tal indicador apresenta o total de trabalhadores nas empresas culturais e criativas formais. A variação desta quantidade representa mudanças na oferta de emprego no mercado de trabalho do setor cultural. Ademais, a desagregação por característica étnica, de gênero, escolaridade, porte da empresa, atividade cultural, unidade e federativa, permite analisar a concentração e a representatividade da desagregação. Outra indicação pode ser um aumento da concentração ou, caso diminua, pode indicar uma descentralização regional ou setorial. Também, é um indicador de proxy para empregos culturais e criativos gerados na economia, que pode ser mais bem dimensionado considerando-se a estratificação por porte de empresas.	A consideração do emprego por meio das atividades dos SCC, em vez de por meio de ocupações, pode superestimar o número de ocupados. Nesse sentido, um aumento dos ocupados culturais e criativos pode decorrer de novos empregos em ocupações de suporte à atividade-fim do setor. Não obstante, tais ocupações também resultam do dinamismo da economia da cultura e criativa, configurando parte de seu impacto econôm	$V1 = \sum N_{i,d}, \text{em } t$ Sendo N, a quantidade de trabalhadores na atividade cultural i, no período de tempo, em anos, t, nas desagregações d. A taxa de variação de V1 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V1 = \left(\frac{V1_{t,d}}{V1_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação. Ocupação (OCC): Cor e raça, formalidade; Faixa Etária; escolaridade; contribuição previdenciária; contribuição sindical; ocupação cultural; unidade federativa; taxa de variação.	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

2	Participação no Emprego Total	Descritivo	Calcula a representatividade dos empregos vinculados às atividades culturais e criativas em relação aos empregos de todas as atividades da economia.	Tal indicador representa a participação das empresas culturais e criativas formais no total de empresas formais em termos de trabalhadores empregados. Um aumento da participação indica uma mudança na composição relativa de emprego ofertado, conotando uma ampliação do peso das atividades culturais e criativas na geração de emprego.	Uma variação no coeficiente obtido pode representar tanto uma mudança no nível de ocupação cultural e criativa quanto uma variação isolada ou conjunta na ocupação nas atividades da economia como um todo.	$V2=\left(\frac{\sum N_{i,d}}{\sum N_{T,d}}\right)*100, em\ t$ Sendo N, o emprego nas empresas culturais i em unidades de trabalhadores, no período t, nas desagregações d, e NT o total de trabalhadores na economia, em cada desagregação d, incluindo os Ni,d. A taxa de variação de V2 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V\ 2=\left(\frac{V2_{t,d}}{V2_{1,d}}-1\right)x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação Ocupação (OCC): Cor e raça; sexo; Faixa Etária; escolaridade; formalidade; ocupação; cultural; taxa de variação, unidade federativa; contribuição previdenciária; contribuição sindical; preços correntes; preços constantes	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

3	Remuneração Média	Descritivo	Apresenta-se a remuneração média correspondente ao trabalho ocupado em atividades culturais e criativas.	Calcula a remuneração média do trabalho nas empresas culturais e criativas formais. A variação da remuneração estimada neste item pode significar um aumento da demanda gerada a partir das atividades culturais e criativas. De forma condicionada a outras análises do mercado de trabalho, esta variável se porta como uma outra proxy de intensidade de oferta de trabalho. Se analisada juntamente às horas trabalhadas, pode-se obter informações adicionais sobre a atividade cultural e criativa.	A consideração das atividades, em vez de ocupações, pode superestimar o número de ocupados na economia da cultura. Realça-se que o valor médio pode omitir efeitos de máximos e mínimos exacerbados ao longo das observações. Não obstante, sua avaliação desagregada e em sinergia com demais variáveis pode fornecer informações mais precisa sobre o mercado de trabalho cultural e criativo.	$V4 = \left(\frac{\sum X_{i,d}}{\sum N_{i,d}}\right), em\ t$ Sendo X a remuneração dos trabalhadores em atividades culturais i no período t, na desagregação d. N representa a quantidade de trabalhadores na atividade cultural i, na desagregação d e no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V4 = \left(\frac{V4_{t,d}}{V4_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação Ocupação (OCC): Cor e raça; sexo; Faixa Etária; escolaridade; formalidade; ocupação; cultural; taxa de variação, unidade federativa; contribuição previdenciária; contribuição sindical.	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

4	Remuneração por Hora Trabalhada	Relacional	Explicita a magnitude da remuneração em contrapartida à quantidade de horas trabalhadas em atividades culturais e criativas, por estratificação proposta.	Estima-se a relação entre a remuneração média e a jornada de trabalho média em atividades culturais e critativas. Uma variação dessa relação indica uma mudança na remuneração por hora trabalhada. Torna-se um parâmetro mais preciso para se compreender o rendimento das jornadas de trabalho empregadas nas atividades culturais. Políticas públicas podem ter interesses nesta relação para conhecer disparidades regionais e setoriais do rendimento médio por hora trabalhada.	Uma variação desta razão pode ser resultante tanto de uma variação no tamanho da jornada de trabalho média quanto da própria remuneração, o que pode omitir seu principal determinante em diferentes momentos, setores ou unidades federativas.	$V5=\left(\frac{\sum V4_{i,d}}{\frac{\sum V3_{i,d}}{7}}\right), em\ t$ Sendo V4 a remuneração média dos ocupados em atividade cultural i no período t, na desagregação d. V3 representa a quantidade de horas trabalhadas na atividade i, na desagregação d e no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V5=\left(\frac{V5_{t,d}}{V5_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação Ocupação (OCC): Cor e raça; sexo; Faixa Etária; escolaridade; formalidade; ocupação; cultural; taxa de variação, unidade federativa; contribuição previdenciária; contribuição sindical.	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

5	Jornada de Trabalho Média	Descritivo	Mostra o tamanho médio mensal da jornada de trabalho por ocupado nas atividades culturais e criativas, por estratificação proposta, em horas mensais.	Calcula-se a média mensal, em número de horas, da jornada de trabalho por desagregação nas atividades culturais em relação a cada trabalhador. Intuitivamente, uma variação pode significar mudança nos níveis de demanda e oferta do setor, assim como pode representar mudanças tecnológicas que envolvem substituição de trabalho vivo por automação.	Os efeitos para redução ou ampliação das jornadas de trabalho média são sujeitas a condições que possuem origem distintas. O processo de mudança técnica ou tecnológica pode causar variação, assim como as condições de mercado que podem alterar oferta e demanda no mercado de trabalho para atender as atividades culturais.	$V6=\left(\frac{\sum X_{i,d}}{\sum V1_{i,d}}\right)*100, em t$ Sendo X a jornada de trabalho em horas (média mensal) dos trabalhadores em atividades culturais i no período t, na desagregação d. V1 representa a quantidade de trabalhadores ocupados na atividade cultural i, na desagregação d e no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V6=\left(\frac{V6_{t,d}}{V6_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação Ocupação (OCC): Cor e raça; sexo; Faixa Etária; escolaridade; formalidade; ocupação; cultural; taxa de variação, unidade federativa; contribuição previdenciária; contribuição sindical.	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

6	Massa de Rendimentos do Trabalho	Descritivo	Apresenta a soma da remuneração de todos os trabalhadores, em dezembro de cada ano, retratando a massa de rendimentos total das atividades culturais e criativas, por estratificação proposta.	Estima-se a soma dos rendimentos de todos os ocupados em atividades culturais e criativas. Variações na massa de rendimentos podem representar mudanças na produção, na quantidade de trabalhadores, na remuneração por trabalhador ou na remuneração por hora. Uma maior massa salarial representa uma maior potencialidade de demanda dos trabalhadores ocupados nas atividades culturais e criativas.	Os determinantes de uma variação da massa salarial estão sujeitos a diversas condições conjuntas, podendo ter mais peso em mudanças isoladas do que variações em todos os seus determinantes de uma vez.	$V7=\sum X_{i_m,d}, em\ t$ Sendo X a remuneração média de todos os ocupados na atividade cultural i, no mês m, período de tempo t, nas desagregações d. A taxa de variação de V7 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $\Delta V7=\left(\frac{V7_{t,d}}{V7_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setorial (SCC): Sexo; faixa etária; escolaridade; porte da empresa; atividade cultural; unidade federativa; taxa de variação Ocupação (OCC): Cor e raça; sexo; Faixa Etária; escolaridade; formalidade; ocupação; cultural; taxa de variação, unidade federativa;	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD/ IBGE).

7	Relação entre Massa de Rendimentos do Trabalho e Valor Adicionado	Relacional	Calcula a relação entre o total da remuneração nas atividades culturais e criativas para cada valor adicionado nestas atividades, por estratificação proposta.	Mensura-se uma proxy para avaliar como a massa salarial das atividades culturais e criativas se comporta em razão da variação do valor adicionado por determinado setor. Isto permite avaliar de forma preliminar se a remuneração está adequada ao valor adicionado pelo trabalhador ocupado nas atividades. Se avaliado inversamente, permite-se também mensurar outra proxy de produtividade do trabalho, isto é, se variações na massa salarial são acompanhadas proporcionalmente ou não por variações no valor adicionado.	Variações nesta relação podem ser originadas tanto mudanças na massa salarial, que por sua vez pode estar condicionada ao volume de trabalhadores ou ao salário médio, quanto por variações no valor adicionado, que pode estar determinado por mudanças no aumento do volume de ocupados quanto por aumento de produtividade. Neste caso, torna-se difícil identificar a origem da variação, embora ela tenha poder representativo de produtividade e remuneração relativa.	Sendo V7 a massa salarial em atividade cultural i no período t, na desagregação d. VA representa o valor adicionado das atividades culturais i na desagregação d e no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V\,9 = \left(\frac{V\,9_{t,d}}{V\,9_{t-1,d}} - 1\right) x100$	Atividades culturais, unidade federativa	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS).

8	Relação entre os Salários Pagos e o Custo Total	Relacional	Mensura a relação entre o custo total das empresas culturais e criativas formais e a massa salarial correspondente desta atividade, por estratificação proposta.	Apresenta-se uma ótica de composição dos custos das empresas dos SCC com ênfase sobre a participação dos salários pagos nestas atividades. Uma variação nesta relação representa uma maior ou menor participação dos salários pagos nos custos totais das empresas de determinada atividade cultural ou criativa. Uma não variação desta razão significa que os demais custos que não são salários estão constantes, enquanto que uma variação pode significar há outros fatores influenciando os custos além dos salários.	Por colocar em análise de determinação a relação apenas dos salários aos custos, omitem-se os efeitos de mudanças em outros custos que não seja via remuneração do trabalho.	$V11=\left(\frac{\sum CT_{i,d}}{\sum V7_{i,d}}\right)*100, em\ t$ Sendo CT o custo total das empresas culturais nas atividades i, no período t, na desagregação d. V7 representa a massa salarial nas atividades culturais i, na desagregação d e no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V11=\left(\frac{V11_{t,d}}{V11_{t-1,d}}-1\right)x100$	Atividades culturais, unidade federativa	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). IBGE.
9	Razão de Concentração do Emprego Cultural e Criativo (C4)	Índice	Retrata o grau de concentração do emprego nas atividades culturais e criativas, segundo estratificação proposta.	Estima-se a concentração dos empregos culturais e criativos. Ao aproximar-se do valor um, o emprego é mais concentrado, podendo tanto referir-se às quatro Unidades Federativas de maior geração de emprego ou aos quatro maiores setores neste quesito.	O número quatro é arbitrário.	$C4=\sum_{i=1}^{m=4}\left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_d}\right), com i=1,\ldots,4, em\ t$ Sendo X, o total de trabalhadores em atividades culturais i, no período t, nas desagregações d e Xd o total de trabalhadores nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V12=\left(\frac{V12_{t,d}}{V12_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setor: Atividades culturais, unidade federativa Ocupação: Unidade federativa	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS). IBGE.

10	Razão de Concentração da Massa de Rendimentos do Trabalho (C4)	Índice	Retrata o grau de concentração da massa salarial nas atividades culturais e criativas, segundo estratificação proposta.	Estima-se a concentração da massa salarial cultural e criativa. Ao aproximar-se do valor um, a massa salarial é mais concentrada, podendo tanto referir-se às quatro Unidades Federativas de maior massa salarial ou aos quatro maiores setores neste quesito.	O número quatro é arbitrário.	$V13=C4=\sum_{i=1}^{i=4}\left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_d}\right), com\ i=1,\ldots,4, em\ t$ Sendo X, a massa salarial nas empresas culturais i, no período t, crescentes até a quarta posição, nas desagregações d, e Xd a massa salarial total das atividades culturais nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V13=\left(\frac{V13_{t,d}}{V13_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setor: Atividades culturais, unidade federativa	Relação Anual de Informações Sociais (MTPS).
11	IHH (Índice Herfindahl-Hirschman de Concentração) de Número de Trabalhadores	Índice	Calcula o IHH de concentração do número de ocupados, por estratificação proposta.	Estima o grau de concentração dos empregos culturais e criativos. Quanto maior seu valor, mais concentrado é o emprego, podendo tanto referir-se às unidades federativas ou às atividades culturais e criativas.	O indicador IHH mede a concentração dos itens considerados a partir de suas participações relativas elevadas ao quadrado, não apontando, portanto, os fatores explicativos do grau de concentração.	$V14=IHH=\sum_{i=1}^{n}\left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n}Q_i}\right]^2, em\ t$ Sendo Qi, o total de trabalhadores nas atividades culturais i, no período t, nas desagregações d e Qt o total de trabalhadores em atividades culturais no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V14=\left(\frac{V14_{t,d}}{V14_{t-1,d}}-1\right)x100$	Setor: Atividades culturais, unidade federativa Ocupação: Unidade federativa	Relação Anual de Informações Sociais (MTE). IBGE.

12	IHH (Índice Herfindahl--Hirschman de Concentração) de Massa de Rendimentos do Trabalho	Índice	Retrata o IHH de concentração da massa de rendimentos, por estratificação proposta.	Estima o grau de concentração da massa salarial. Quanto maior seu valor, mais concentrada é a massa salarial, podendo tanto referir-se às unidades federativas ou às atividades culturais e criativas.	O indicador IHH mede a concentração dos itens considerados a partir de suas participações relativas elevadas ao quadrado, não apontando, portanto, os fatores explicativos do grau de concentração.	$V15 = IHH = \sum_{i=1}^{n} \left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} Q_t} \right]^2$, em t Sendo Qi, a massa de rendimentos total nas atividades culturais i, no período t, nas desagregações d e Qt a soma de rendimentos no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V15 = \left(\frac{V13_{t,d}}{V13_{t-1,d}} - 1 \right) x100$	Ocupação: Unidade federativa	IBGE.

Eixo 3 – Fomento Público

N.	VARIÁVEL	TIPO DE INDICADOR	DEFINIÇÃO	INTERPRETAÇÃO E USO	LIMITES	DESCRIÇÃO	DESAGREGAÇÕES	FONTES
1	Financiamento Público Total	Descritivo	Valor bruto total destinado ao fomento da produção artística e cultural por meio de políticas públicas e seus mecanismos.	A variável mostra a trajetória do financiamento público à cultura. A análise histórica da variável permite a identificação de possíveis concentrações ou desconcentrações de recursos em determinados setores ou regiões geográficas. Além disso, permite avaliar a evolução das políticas e mecanismos de incentivo, identificando crescimentos ou decrescimentos brutos no financiamento.	A análise em termos brutos das políticas de financiamento não permite a mensuração da relevância dos recursos no produto interno, no orçamento público, ou sobre qualquer outra variável de interesse capaz de qualificar a importância das políticas de financiamento na economia nacional. É apenas um dado que mostra a evolução monetária do financiamento.	$V1=\sum_{i=1}^{n} R_{i,d}, emt$ Sendo Ri os repasses a projetos culturais, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V1=\left(\frac{V1_{t,d}}{V1_{t-1,d}}-1\right)\times 100$	Por: unidade federativa; mecanismo (mecenato, FNC, somatório); Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

2	Consumo via Vale-Cultura	Descritivo	Valor bruto total utilizado em compras de bens e serviços culturais por meio do Programa Vale Cultura.	A variável mostra a evolução do uso da política do Vale-Cultura no Brasil, sendo um parâmetro de mensuração da eficácia da política, podendo identificar padrões de consumo nas diferentes unidades federativas do país em relação aos setores culturais e criativos. Identifica também possíveis concentrações geográficas dos trabalhadores que fizeram uso do programa e das empresas recebedoras.	É possível que a variável subestime o quanto foi destinado ao consumo via Vale-Cultura pois só é contabilizado o consumo efetivo.	$V2 = \sum_{i=1}^{n} CO_{i,d}, em\ t$ Sendo COi as compras via cartão Vale-Cultura, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V2 = \left(\frac{V2_{t,d}}{V2_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa do trabalhador ou unidade federativa da recebedora; Setores Culturais e Criativos.	SEFIC/MinC
3	Agentes do Vale-Cultura	Descritivo	Quantidade de trabalhadores cadastrados e quantidade de empresas recebedoras cadastradas no programa Vale-Cultura.	É possível identificar onde estão localizados, geograficamente e setorialmente, os agentes que fazem parte do programa Vale-Cultura, além de avaliar a adesão dos agentes ao programa ao longo do tempo.	Sendo apenas uma variável que quantifica o número de agentes que aderiram ao programa, a variável impede uma análise de impacto do programa em termos monetários.	$V3 = \sum_{i=1}^{n} CA_{i,d}, em\ t$ Sendo CAi os cadastrados (trabalhadores ou recebedoras) no programa Vale-Cultura, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V3 = \left(\frac{V3_{t,d}}{V3_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: trabalhador ou recebedora; unidade federativa dos trabalhadores ou unidade federativa das recebedoras; Setores Culturais e Criativos.	SEFIC/MinC

4	Financiamento pelo BNDES	Descritivo	Valor bruto total destinado ao fomento da produção artística e cultural por meio do Fundo Cultural do BNDES e por meio de demais linhas do crédito do BNDES.	A variável mostra a trajetória do financiamento do BNDES à cultura. A análise histórica da variável permite a identificação de possíveis concentrações ou desconcentrações de recursos em determinados setores ou regiões geográficas. Além disso, permite avaliar a evolução dos mecanismos e das modalidades de incentivo, identificando crescimentos ou decrescimentos brutos no financiamento do banco.	A análise em termos brutos da política de financiamento do banco não permite a mensuração da relevância dos recursos no produto interno, na carteira do banco, ou sobre qualquer outra variável de interesse capaz de qualificar a importância da política de financiamento na economia nacional. É apenas um dado que mostra a evolução monetária do financiamento.	$V4 = \sum_{i=1}^{n} RB_{i,d}, em\ t$ Sendo RBi os repasses do BNDES a projetos culturais, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V4 = \left(\frac{V4_{t,d}}{V4_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; mecanismo (Fundo Cultural ou Outros); modalidade (direta ou indireta); Setores Culturais e Criativos.	BNDES
5	Valor total dos incentivos privados	Descritivo	Mostra o valor bruto total do apoio via mecenato (renúncia fiscal) por entes exclusivamente privados.	A variável mostra a trajetória do financiamento do setor privado à cultura. A análise histórica da variável permite a identificação de possíveis concentrações ou desconcentrações de recursos em determinados setores ou regiões geográficas. Além disso, discrimina a participação dos recursos privados entre pessoas físicas e jurídicas, permitindo uma análise sobre a origem dos recursos.	A análise em termos brutos dos recursos privados não permite a mensuração da relevância dos recursos no produto interno ou sobre qualquer outra variável de interesse capaz de qualificar a importância desses recursos na economia nacional. É apenas um dado que mostra a evolução monetária do financiamento.	$V5 = \sum_{i=1}^{n} RMP_{i,d}, em t$ Sendo RMPi os repasses privados via mecenato a projetos culturais, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V5 = \left(\frac{V5_{t,d}}{V5_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: tipo de pessoa (Física; Jurídica); unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

6	Valor total dos incentivos das empresas estatais	Descritivo	Valor bruto total do apoio via mecenato que foi apoiado exclusivamente por empresas estatais.	A variável mostra a trajetória do financiamento das empresas estatais à cultura. A análise histórica da variável permite a identificação de possíveis concentrações ou desconcentrações de recursos em determinados setores ou regiões geográficas.	A análise em termos brutos dos recursos das empresas estatais não permite a mensuração da relevância dos recursos no produto interno ou sobre qualquer outra variável de interesse capaz de qualificar a importância desses recursos na economia nacional. É apenas um dado que mostra a evolução monetária do financiamento.	$V6 = \sum_{i=1}^{n} RME_{i,d}, em\ t$ Sendo RMEi os repasses de pessoas jurídicas públicas via mecenato a projetos culturais, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V6 = \left(\frac{V6_{t,d}}{V6_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: UF dos projetos; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net
7	Percentual dos recursos privados em contrapartida ao incentivo fiscal	Relacional	Percentual dos recursos financiados via mecenato que são advindos de apoio privado.	A variável mensura a importância relativa do setor privado nos incentivos concedidos à cultura através do mecanismo de mecenato. Pode-se, através da variável, discriminar em que regiões geográficas ou setores culturais e criativos a iniciativa privada têm mais maior participação relativa no que tange os incentivos fiscais.	Por ser uma variável que não apresenta dados monetários, apenas relações percentuais, não é possível, através dela, mensurar, isoladamente, a relevância dos recursos privados em valores absolutos.	$V7 = \frac{V5_{d}}{\sum_{i=1}^{n} RM_{i,d}}, em\ t$ Sendo RMi os repasses via mecenato a projetos culturais, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V7 = \left(\frac{V7_{t,d}}{V7_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: UF dos projetos; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

8	Participação do Financiamento Público Total no Valor Adicionado pelas atividades culturais	Relacional	Razão entre o fomento por meio de mecanismos de financiamento e o valor adicionado pela cultura.	A variável relaciona o fomento público e o valor adicionado nos SCC, por desagregação setorial e/ou geográfica. Este é um parâmetro capaz de identificar relações entre a destinação dos recursos de financiamento e a concentração do valor agregado pela cultura.	A variável não avalia uma relação causal entre o fomento público e a agregação de valor dos SCC, apenas expõe uma comparação em termos relativos.	$V8 = \frac{V1_d}{P \times \sum VA_{i,d}}, em\ t$ Sendo VAi o valor adicionado à economia pelas empresas culturais i no período t, no estrato d, multiplicado pelo fator de ponderação P. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V8 = \left(\frac{V8_{t,d}}{V8_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; mecanismo (mecenato, FNC, somatório); Setores Culturais e Criativos.	SALICnet
9	Participação do Financiamento Público Total na Massa Salarial das atividades culturais	Relacional	Razão entre o fomento por meio de mecanismos de financiamento e a massa salarial dos trabalhadores culturais e criativos.	A variável relaciona o fomento público e a massa de rendimentos dos trabalhadores do SCC, por desagregação setorial e/ou geográfica. Este é um parâmetro capaz de identificar relações entre a destinação dos recursos de financiamento e a concentração dos rendimentos auferidos pelos trabalhadores.	A variável não avalia uma relação causal entre o fomento público e a massa de rendimentos dos SCC, apenas expõe uma comparação em termos relativos.	$V9 = \frac{V1_d}{\sum_{i=1}^{n} MS_{i_m,d}}, em\ t$ Sendo MSi a remuneração média de todos os ocupados na atividade cultural i, no mês m, período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V9 = \left(\frac{V9_{t,d}}{V9_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; mecanismo (mecenato, FNC, somatório); Setores Culturais e Criativos.	SALICnet

10	Participação da despesa com cultura nas contas públicas federais	Relacional	Razão entre a despesa total em cultura (orçamento MinC) e a arrecadação federal total e a relação entre o total financiado à cultura e arrecadação federal total.	A variável permite relacionar a alocação dos recursos federais para a cultura com o total dos recursos disponíveis. É um parâmetro de identificação da relevância dos setores culturais e criativos na alocação dos recursos realizada pela União.	Por levar em conta os recursos federais, essa variável pode subestimar as despesas com cultura por não contabilizar os repasses feitos para outros entes federados e que são incorporados como recursos para a cultura.	$V10_a = \frac{MINC}{RECEITA}, emt$ e $V10_b = \frac{V1}{RECEITA}, emt$ Sendo MINC a despesa do Ministério da Cultura no período t e RECEITA a arrecadação total do Governo Federal no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V9 = \left(\frac{V9_{t,d}}{V9_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$		Ministério do Planejamento (dados de orçamento) e SALIC-net (financiamento por mecenato e FNC).

11	Total das propostas de projetos de financiamento cultural	Descritivo	Soma de todas propostas de projetos para captação via mecenato, segundo ano de proposição do projeto.	A variável retrata o total dos projetos que foram propostos para receber financiamento cultural, podendo demonstrar concentrações geográficas ou setoriais das solicitações de recursos.	Como não demonstra os projetos que receberam, de fato, recursos de fomento, essa variável não é capaz de identificar isoladamente a quantidade de projetos fomentados.	$V11 = \sum_{i=1}^{n} PP_{i,d}, emt$ Sendo PPi as propostas de projetos culturais, cadastradas no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V11 = \left(\frac{V11_{t,d}}{V11_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net
12	Total dos projetos de financiamento cultural efetivamente fomentados	Descritivo	Soma de todos os projetos aprovados para captação via mecenato, segundo ano de proposição do projeto.	A variável retrata a quantidade de projetos propostos que, de fato, receberam fomento. É um parâmetro de identificação da concentração geográfica ou setorial dos recursos de fomento em relação ao número de projetos atendidos.	Como a variável demonstra apenas o número de projetos atendidos, não pode fazer projeções dos recursos monetários despendidos na política de fomento.	$V12 = \sum_{i=1}^{n} PA_{i,d}, emt$ Sendo PAi os projetos culturais aprovados, cadastrados no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V12 = \left(\frac{V12_{t,d}}{V12_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

13	Tempo médio de aprovação dos projetos de financiamento cultural	Relacional	Tempo médio (em dias) entre a data de proposta do projeto e a data de efetiva aprovação para início de captação de recursos.	Retrata a quantidade de tempo que os órgãos competentes levam para avaliar e aprovar a captação de recursos para projetos culturais	A variável remete apenas ao tempo, o que dificulta uma associação com a dimensão econômica propriamente dita. Também não permite identificar as razões pelas quais o período de aprovação possui determinada duração.	$V13 = \frac{\sum_{i=1}^{n} TA_{i,d}}{V12_{d}}, em\ t$ Sendo TAi a quantidade de dias passados entre a proposição do projeto i e sua aprovação, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V13 = \left(\frac{V13_{t,d}}{V13_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net
14	Razão entre o total solicitado pelos projetos e o valor efetivo aprovado	Relacional	Média da razão entre o valor aprovado e o valor solicitado para captação de cada projeto, segundo ano de proposição do projeto.	Mostra o quanto de valor foi alocado em projetos culturais e criativos, tendo como referência o valor solicitado em termos de incentivo para cada projeto. É possível avaliar a taxa de integralização do valor solicitado por projeto após a avaliação dos órgãos competentes.	Na prática, embora a variável indique a relação entre o que foi pedido e o que foi aprovado, ela não permite inferir sobre a efetividade dos projetos executados com os recursos em questão.	$V14 = \frac{\left(\frac{\sum_{i=1}^{n} A_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} S_{i,d}}\right)}{V12_{d}}, em\ t$ Sendo Ai o valor aprovado para captação do projeto i e Si o valor solicitado pelo projeto i, no período de proposição t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V14 = \left(\frac{V14_{t,d}}{V14_{t-1,d}} - 1\right) \times 100$	Por: anos; unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

15	Índice de razão para concentração dos incentivos fiscais (C4)	Índice	Retrata quão concentrado estão os recursos de fomento à cultura seguindo a metodologia de cálculo do índice C4. Realizado para analisar a concentração dos mecanismos de financiamento.	Retrata quão concentrados estão os recursos de fomento à cultura seguindo a metodologia de cálculo do índice C4. Realizado para analisar a concentração dos mecanismos de financiamento.	O indicador das "quatro maiores" considera a participação relativa apenas das 4 maiores observações do recorte em questão, assim, pode não retratar com precisão outras disparidades que fujam desse escopo.	$V15 = C4 = \sum_{i=1}^{n=4} \left(\frac{X_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} X_{i,d}} \right), em\ t$ Sendo Xi o financiamento à cultura nos Setores Culturais e Criativos ou unidades federativas i, no período t, nas desagregações d (mecenato, FNC, total). O resultado final é a soma dos resultados dos quatro maiores Setores Culturais e Criativos ou unidades federativas i. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V15 = \left(\frac{V15_{t,d}}{V15_{t-1,d}} - 1 \right) \times 100$	Mecenato: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos. FNC: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos. Total: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net

16	Índice Herfindahl-Hirschman para concentração dos projetos fomentados	Índice	Retrata quão concentrado estão os recursos de fomento à cultura seguindo a metodologia de cálculo do índice IHH. Realizado para analisar a concentração dos mecanismos de financiamento.	Retrata quão concentrados estão os recursos de fomento à cultura seguindo a metodologia de cálculo do índice IHH. Realizado para analisar a concentração dos mecanismos de financiamento.	O indicador IHH mede a concentração dos itens considerados a partir de suas participações relativas elevadas ao quadrado, não apontando, portanto, os fatores explicativos do grau de concentração.	$V16 = IHH = \sum_{i=1}^{n} \left(\frac{X_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} X_{i,d}} \right)^2, \text{em t}$ Sendo Xi o financiamento à cultura nos Setores Culturais e Criativos ou unidades federativas i, no período t, nas desagregações d (mecenato, FNC, total). A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V16 = \left(\frac{V16_{t,d}}{V16_{t-1,d}} - 1 \right) \times 100$	Mecenato: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos. FNC: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos. Total: unidade federativa; Setores Culturais e Criativos.	SALIC-net
17	Fomento público estadual à cultura	Descritivo	Valor bruto total destinado ao fomento da produção artística e cultural por meio de mecanismos estaduais.	A variável indica a importância da iniciativa estadual no que diz respeito ao apoio a projetos culturais. É possível, a partir dela, obter a relação entre o total investido pelas unidades federadas em cultura, via editais de fundo cultural e mecenato.	Não estão disponíveis informações para todas as unidades federadas, nem para todos os anos, o que dificulta uma análise comparativa abrangente.	$V17 = \sum_{i=1}^{n} \Re_{i,d}, \text{em t}$ Sendo REi os repasses i a projetos culturais via mecanismos de financiamento estadual, no período t, nas desagregações d. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V17 = \left(\frac{V17_{t,d}}{V17_{t-1,d}} - 1 \right) \times 100$	Por: anos, unidade federativa e mecanismo (mecenato estadual ou editais estaduais).	Órgãos estaduais de cultura

Eixo 4 – Comércio Internacional

N.	VARIÁVEL	TIPO DE INDICADOR	DEFINIÇÃO	INTERPRETAÇÃO E USO	DESCRIÇÃO	DESAGREGAÇÕES					FONTES
						NÍVEL 1	NÍVEL 2 – FLUXOS	NÍVEL 3 – REGIONAL	NÍVEL 4 – SETORIAL	NÍVEL 5 – PARCEIROS	
1	Comércio Externo	Descritivo	Apresenta os valores absolutos, em termos monetários, para exportações, importações, saldo comercial e valor transacionado nos SCC.	A apresentação dos valores absolutos das exportações, importações, do saldo comercial e do valor adicionado permitem que seja compreendido de melhor forma como estão distribuídas as relações do Brasil com o Mundo nos SCC.	$V1 = \sum X_{i,d,em\,t}$ Sendo X representa a quantidade total, de bens ou serviços, do setor i e da desagregação d comercializada no período t. A taxa de variação de V1 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $V1 = \left(\frac{V1_{t,d}}{V1_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação; c. Saldo Comercial; d. Valor Transacionado	27 UFs e Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	1- 'África' 2- 'América do Sul e Central' 3- 'América do Norte' 4- 'Ásia' 5- 'Europa' 6- 'Oceania' 7- 'Mundo'	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)

2	Participação no Comércio Exterior Total	Relacional	Mostra a participação do valor absoluto dos SCC no total do comércio internacional do país para cada ano.	A observação do indicador em questão permite que se dimensione a atividade econômica relativa ao comércio internacional dos SCC no Brasil em comparação ao total do comércio internacional do Brasil. A utilização de tal razão permite que se observe como se dá o comportamento da cultura no caso de aumentos ou quedas no total do comércio exterior brasileiro.	$V2=\frac{\sum X_{i,d}}{\sum T_{\square}}, emt$ Sendo X representa a quantidade total, de bens ou serviços, do setor i e da desagregação d comercializada, T o total comercializado pela economia brasileira, no período t. A taxa de variação de V2 na desagregação d, no período t em r,elação a t-1 é: $V2=\left(\frac{V2_{t,d}}{V2_{t-1,d}}-1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação; c. Saldo Comercial; d. Valor Transacionado	27 UFs e Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	1- 'África' 2- 'América do Sul e Central' 3- 'América do Norte' 4- 'Ásia' 5- 'Europa' 6- 'Oceania' 7- 'Mundo'	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
3	Relação com o Valor Adicionado pela Cultura	Relacional	Apresenta a razão entre os valores absolutos relacionados ao comércio exterior dos SCC brasileiros e o Valor Adicionado por esses setores na economia brasileira.	Quando é observada a evolução da razão entre os valores do comércio exterior e o Valor Adicionado, é possível observar o quanto varia a proporção entre esses dois valores, o que permite verificar como se comporta a variação ao longo dos anos do comércio exterior em relação à variação do Valor Adicionado pelos SCC no Brasil.	$V3=\frac{\sum X_{i,d}}{\sum VA}, emt$ Sendo X representa a quantidade total, de bens ou serviços, do setor i e da desagregação d comercializada, VA o total do Valor Adicionado pelos SCC, o período t. A taxa de variação de V3 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $V3=\left(\frac{V3_{t,d}}{V3_{t-1,d}}-1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação; c. Saldo Comercial; d. Valor Transacionado	27 UFs e Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	1- 'África' 2- 'América do Sul e Central' 3- 'América do Norte' 4- 'Ásia' 5- 'Europa' 6- Oceania' 7- 'Mundo'	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Ministério do Trabalho e da Previdência Social (MTPS)

4	Razão de Concentração (C2) do Valor Absoluto de Parceiros	Índice	Demonstra o grau de concentração do Valor Absoluto por parceiros comerciais, apresentando o total da participação relativa dos dois maiores parceiros.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por parceiros ao apresentar a soma das participações relativas dos 2 maiores parceiros comerciais. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$(V5) = C2 = \sum_{i=1}^{n=2} \left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_t}\right)$, com i = 1, ..., 2, em t Sendo X, o total comercializado entre os parceiros i, no período t, nas desagregações d e XT o total comercializado no fluxo analisado. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V5 = \left(\frac{V5_{t,d}}{V5_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
5	Razão de Concentração (C4) do Valor Absoluto de Setores	Índice	Demonstra o grau de concentração do Valor Absoluto por setores, explicitando a participação relativa, no que tange comércio internacional, dos quatro maiores SCC a cada ano.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por setor ao apresentar a soma das participações relativas dos 4 maiores setores. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$(V6) = C4 = \sum_{i=1}^{n=4} \left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_t}\right)$, com i = 1, ..., 4, em Sendo X, o total comercializado entre os setores i, no período t, nas desagregações d e XT o total comercializado no fluxo analisado. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V6 = \left(\frac{V6_{t,d}}{V6_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)

6	Razão de Concentração (C4) do Valor Absoluto de Unidades Federativas	Índice	Demonstra o grau de concentração do Valor Absoluto por UFs, explicitando a participação relativa dos quatro maiores estados no comércio internacional cultural.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por parceiros ao apresentar a soma das participações relativas das 4 maiores UFs. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$(V7) = C4 = \sum_{i=1}^{n=4} \left(\frac{X_{i,d}}{\sum X_t} \right)$, com i = 1, ..., 4, em t Sendo X, o total comercializado entre as unidades federativas i, no período t, nas desagregações d e XT o total comercializado no fluxo analisado. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V7 = \left(\frac{V7_{t,d}}{V7_{t-1,d}} - 1 \right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
7	IHH (Índice Herfindal-Hirschman de concentração) do Valor Absoluto por Parceiros	Índice	Retrata a concentração da distribuição do comércio internacional dos SCC em relação aos parceiros comerciais.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por parceiros ao apresentar a soma dos quadrados das participações relativas dos parceiros comerciais. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$V8 = IHH = \sum_{i=1}^{n} \left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{t=1}^{n} Q_t} \right]^2$, em t Sendo Qi, o total comercializado pelos parceiros i, no período t, nas desagregações d e Qt o total comercializado no fluxo analisado no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V8 = \left(\frac{V8_{t,d}}{V8_{t-1,d}} - 1 \right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)

8	IHH (Índice Herfindal--Hirschman de concentração) do Valor Absoluto por Setores	Índice	Mostra o quão disperso ou concentrado está o comércio exterior total dos SCC em relação à contribuição de cada um deles.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por setor ao apresentar a soma dos quadrados das participações relativas dos setores. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$V9 = IHH = \sum_{i=1}^{n}\left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} Q_t}\right]^2, em\ t$ Sendo Qi, o total comercializado pelos setores i, no período t, nas desagregações d e Qt o total comercializado no fluxo analisado no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V9 = \left(\frac{V9_{t,d}}{V9_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
9	IHH (Índice Herfindal--Hirschman de concentração) do Valor Absoluto de Unidade Federativa	Índice	Mostra a concentração do comércio exterior total dos SCC em relação à contribuição de cada UF.	O indicador demonstra o quão concentrado é o Valor Absoluto por parceiros ao apresentar a soma dos quadrados das participações relativas dos setores. Quanto mais próximo de um for o valor do índice mais concentrado é o item em questão.	$V10 = IHH = \sum_{i=1}^{n}\left[\frac{Q_{i,d}}{\sum_{i=1}^{n} Q_t}\right]^2, em\ t$ Sendo Qi, o total comercializado pelos parceiros i, no período t, nas desagregações d e Qt o total comercializado no fluxo analisado no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V10 = \left(\frac{V10_{t,d}}{V10_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens 2. Serviços	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)

10	Índice de Quantum do Valor Absoluto	Índice	Representa o comportamento do total comercializado no comércio internacional ao longo do tempo em termos de quantidades.	O indicador demonstra a evolução dos fluxos comerciais ao longo do tempo para os SCC na economia brasileira.	$I_q^{0,1} = \frac{(v^1 / v^0)}{I_p^{0,1}}$, em t Sendo v, o valor FOB de exportação (importação) em cada período e I o índice de preço (V12) no fluxo analisado no período t. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V11 = \left(\frac{V11_{t,d}}{V11_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
11	Índice de Preços do Valor Absoluto	Índice	Demonstra o comportamento ao longo do tempo dos preços no comércio internacional para cada SCC.	O indicador demonstra a evolução dos preços comerciais ao longo do tempo para os SCC na economia brasileira.	$I_P^{t,t} = \sqrt{\left[\frac{\sum p_i^t * x_i^t}{\sum p_i^t * x_i^{t'}}\right] * \left[\frac{\sum p_i^{t'} * x_i^t}{\sum p_i^{t'} * p_i^{t'}}\right]}$ Onde é o preço de i no ano-base, o preço de i no ano subsequente, a quantidade de i no ano-base e a quantidade de i no ano subsequente. A taxa de variação da desagregação d, do período t em relação ao período t-1 é: $\Delta V12 = \left(\frac{V12_{t,d}}{V12_{t-1,d}} - 1\right)$	1. Bens	a. Exportação; b. Importação;	Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)

12	Quantidade Física Transacionada (em massa)	Descritivo	Demonstra a quantidade física, em kg, transacionada pelos SCC no comércio internacional em cada ano.	É um indicador que revela o comportamento do volume que foi transacionado pelos SCC no comércio internacional, estabelecendo uma trajetória ao longo do tempo.	$V13 = \sum X_{i,d,em\,t}$ Sendo X representa a quantidade total (em kg), de bens ou serviços, do setor i e da desagregação d comercializada no período t. A taxa de variação de V1 na desagregação d, no período t em relação a t-1 é: $V13 = \left(\frac{V13_{t,d}}{V13_{t-1,d}} - 1 \right)$	1. Bens	a. Exportação; b. Importação; c. Saldo Comercial; d. Valor Transacionado	27 UFs e Brasil	Setor (10 SCCs + Total dos SCCs)	1- 'África' 2- 'América do Sul e Central' 3- 'América do Norte' 4- 'Ásia' 5- 'Europa' 6- 'Oceania' 7- 'Mundo'	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)
13	Índice de Rentabilidade das Exportações	Índice	Retrata a relação do índice de preços das exportações, corrigido pela taxa de câmbio, com o índice de custos de produção.	O índice permite avaliar a variação ao longo dos anos da rentabilidade da cultura brasileira com as exportações no comércio internacional.	$V14 = \frac{\left(\frac{(P_t \times W_t) \times E_t}{(C_t \times W_t)} \right)}{\left(\frac{(P_0 \times W_0) \times E_0}{(C_0 \times W_0)} \right)} \times 100$ Sendo Pt o preço das exportações no período t, P0 o preço das exportações no período base; Wt a participação dos SCC na massa salarial da economia brasileira no período t, W0 a mesma participação no período base; Ct o custo de produção no período t, C0 o custo de produção no período base; e Et a taxa de câmbio efetiva real no período t e E0 é a taxa de câmbio efetiva real no período base.	1. Bens	Exportação	Brasil	Total dos Setores Culturais e Criativos	Mundo	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior (FUNCEX) e Ministério do Trabalho e da Previdência Social (MTPS) Bank of International Settelments (BIS)

Esta obra foi composta na tipologia Book Antiqua e Lato
em setembro de 2021 para a Editora UFRGS.