

# atlas

ECONÔMICO DA CULTURA BRASILEIRA

METODOLOGIA II



ATLAS ECONÔMICO DA  
**CULTURA BRASILEIRA**  
M E T O D O L O G I A   I I



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO RIO  
GRANDE DO SUL

Reitor

**Rui Vicente Oppermann**

Vice-Reitora e Pró-Reitora  
de Coordenação Acadêmica

**Jane Fraga Tutikian**

EDITORA DA UFRGS

Diretor

**Alex Niche Teixeira**

Conselho Editorial

**Álvaro Roberto Crespo Merlo**

**Augusto Jaeger Jr.**

**Carlos Pérez Bergmann**

**José Vicente Tavares dos Santos**

**Marcelo Antonio Conterato**

**Marcia Ivana Lima e Silva**

**Maria Stephanou**

**Regina Zilberman**

**Tânia Denise Miskinis Salgado**

**Temístocles Cezar**

**Alex Niche Teixeira**, presidente

**Ministro de Estado da Cultura**

Roberto João Pereira Freire

**Secretário da Economia da Cultura**

Mansur Bassit

**Diretora do Departamento  
de Estratégia Produtiva**

Ana Letícia Fialho

**Diretor Interino do Departamento  
de Sustentabilidade e Inovação**

Thalles Rodrigues de Siqueira

**Coordenador-geral de  
Pesquisa e Novos Modelos**

Geraldo Horta

**Equipe Técnica**

Andrey do Amaral dos Santos, Luana Pires

Micaele Pinheiro dos Santos Nascimento,

Tiago Rocha Gonçalves de Canha

**Centro de Estudos Internacionais  
sobre Governo (CEGOV)**

**Diretor**

Pedro Cezar Dutra Fonseca

**Vice Diretor**

Cláudio José Müller

**Conselho Superior CEGOV**

Ana Maria Pellini, André Luiz Marengo dos Santos, Ario Zimmermann, José Henrique Paim Fernandes, José Jorge Rodrigues Branco, José Luis Duarte Ribeiro, Paulo Gilberto Fagundes Visentini

**Conselho Científico CEGOV**

Carlos Schmidt Arturi, Cássio da Silva Calvete, Diogo Joel Demarco, Fabiano Engelmann, Hélio Henkin, Leandro Valiati, Jurema Gorski Brites, Ligia Mori Madeira, Luis Gustavo Mello Grohmann, Marcelo Soares Pimenta, Vanessa Marx

**Coordenação Coleção Editorial CEGOV**

Ana Letícia do Nascimento Fialho,  
Leandro Valiati, Luciana Leite Lima

# atlas

ECONÔMICO DA  
CULTURA BRASILEIRA

M E T O D O L O G I A I I

LEANDRO VALIATI  
ANA LETÍCIA DO NASCIMENTO FIALHO  
ORGANIZADORES

**UFRGS**  
EDITORA

**CEGOV**  
CENTRO DE ESTUDOS INTERNACIONAIS  
SOBRE GOVERNO

NECCULT

SECRETARIA DA  
ECONOMIA DA CULTURA

MINISTÉRIO DA  
CULTURA

**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

© dos autores  
1ª edição: 2017  
Direitos reservados desta edição:  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira**

Coordenação de conteúdo: Pedro Perfeito da Silva,  
Gustavo Möller

Revisão: Alexandre Piffero Spohr

Projeto Gráfico: Alejandro Reyes

Diagramação: Liza Bastos Bischoff, Marina de  
Moraes Alvarez

Impressão: Gráfica UFRGS

Apoio: Reitoria UFRGS, Editora UFRGS, Gráfica  
UFRGS, Ministério da Cultura

Os materiais publicados na Coleção 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.

A881 Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II / organizadores Leandro Valiati [e]  
Ana Letícia do Nascimento Fialho. – Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.

214 p. : il. ; 16x23cm

(Coleção CEGOV)

Inclui figuras, gráficos, quadros e tabelas.

Inclui referências.

1. Economia. 2. Economia criativa. 3. Economia da cultura. 4. Empreendimentos culturais. 5. Indústrias criativas. 6. Cultura - Políticas públicas. 7. Indústrias criativas - Desenvolvimento econômico. 8. Atividades culturais criativas - Contribuições - Espaço socioeconômico - Europa. 9. Economia criativa - Economia da cultura - Mercado de trabalho - Brasil. 10. Indústria criativa - Mapeamento - Brasil. 11. Economia criativa - Microcrédito - Brasil. 12. Setor criativo - Comércio. 13. Economia criativa - Comércio internacional I. Valiati, Leandro. II. Fialho, Ana Letícia do Nascimento.

CDU 316.7(81):33

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

ISBN 978-85-386-0340-5 (Obra Completa)

ISBN 978-85-386-0342-9 (Volume 1)

ISBN 978-85-386-0341-2 (Volume 2)

- 7**    **PREFÁCIO**  
*Mansur Bassit*
- 9**    **APRESENTAÇÃO**  
*Leandro Valiati, Ana Letícia do Nascimento Fialho*
- 11**   **PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL**  
*João Maria de Oliveira, Bruno Cesar Pino Oliveira de Araujo, Leandro Valério Silva*
- 35**   **DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INDÚSTRIAS CRIATIVAS: UM CONTO DE CAUSALIDADE**  
*Francisco Marco-Serrano, Pau Rausell-Koster*
- 49**   **A CONTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES CULTURAIS E CRIATIVAS PARA MOLDAR O ESPAÇO SOCIOECONÔMICO EUROPEU**  
*Raúl Abclado-Sanchis*
- 75**   **MERCADO DE TRABALHO DA ECONOMIA DA CULTURA E DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL: ANÁLISE CONJUNTURAL PARA 2014 A 2016**  
*Cassio da Silva Calvete, Eduardo Rodrigues Sanguinetti, Artur Pcluso Waismann*
- 99**   **MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL: OS PROFISSIONAIS CRIATIVOS NO CENÁRIO DE CRISE**  
*Tatiana Sánchez, Joana Siqueira, Cesar Bedran, Gabriel Bichara Santini Pinto*
- 117**   **OS DISPÊNDIOS CULTURAIS NO FEDERALISMO BRASILEIRO**  
*Frederico Augusto Barbosa da Silva*
- 137**   **O MICROCRÉDITO E A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL**  
*Gláucia Angélica Campregher, Marcello Milan*
- 157**   **COMÉRCIO NO SETOR CRIATIVO: COMPARANDO ÍNDIA COM CHINA, BRASIL E REINO UNIDO**  
*Abdul Shaban, Filip Vermeulen*
- 177**   **COMÉRCIO INTERNACIONAL DA ECONOMIA CRIATIVA: MÉTRICAS PARA O CONTEXTO BRASILEIRO (2003-2014)**  
*André Moreira Cunha, Danicla Magalhães Prates, Julimar da Silva Bichara*





Do processo de substituição de importações à crise da dívida externa, da urbanização acelerada à luta contra a hiperinflação, a busca pelo desenvolvimento econômico e social constituiu-se no principal tema do debate público brasileiro ao longo do século XX. A Constituição Cidadã e a Nova República apresentaram um desafio de maior envergadura, dado que, superado o regime de exceção (1964 -1985), havia que se enfrentar os problemas nacionais nos marcos de uma sociedade aberta e democrática, não mais dependente da tutela estatal. Além disso, a globalização demanda respostas rápidas para questões que emergem no ritmo da revolução da era digital.

No contexto recente, organismos internacionais como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)<sup>2</sup> e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad)<sup>3</sup> têm apresentado a economia da cultura e a criatividade como alternativas viáveis para o desenvolvimento de economias emergentes. Tal visão assenta-se no fato de que os setores culturais e criativos (SCC) combinam aspectos como ritmo sustentado de crescimento, dinamismo no comércio internacional e redução do desemprego mesmo em contextos de crise econômica. A geração de postos de trabalho nesses setores também engendra desdobramentos positivos em termos de igualdade de gênero, inserção qualificada de jovens no mercado de trabalho e inovação tecnológica.

Vale notar que a consciência da cultura como condição e caminho para o desenvolvimento econômico é um ativo institucional do Ministério da Cultura (MinC), papel que lhe foi atribuído pelo ministro Celso Furtado<sup>4</sup>, que apostou na capacidade de geração de valor econômico e simbólico a partir da criatividade brasileira. No entanto, para que a economia da cultura cumpra sua missão histórica, antes é necessário compreender a situação atual dos setores culturais e criativos no Brasil, identificando assim suas potencialidades e limites, bem como sua distribuição regional e setorial, condição necessária para a formulação de políticas públicas articuladas e qualificadas.

Nesse sentido, a coleção *Atlas Econômico da Cultura Brasileira* pretende oferecer subsídios teóricos e empíricos à construção de metodologias de avaliação do impacto

---

1. Secretário de Economia da Cultura do Ministério da Cultura.

2. UNESCO. Creative Economy Report 2013. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2013.

3. UNCTAD. Creative Economic Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.

4. FURTADO, C. Criatividade e dependência na civilização industrial. São Paulo: Paz e Terra, 1978. FURTADO, C. Cultura e desenvolvimento em época de crise. São Paulo: Paz e Terra, 1984.

dos setores culturais e criativos (SCC) sobre a evolução da economia brasileira. Dessa maneira, propõe-se que os dois primeiros volumes da presente coleção cumpram um papel dual ao: (i) justificar a importância de um esforço de pesquisa como o Atlas Econômico da Cultura Brasileira, localizando-o na discussão teórica nacional e internacional e apontando especificidades setoriais; e (ii) formular modelos metodológicos voltados aos quatro eixos temáticos do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, que são empreendimentos culturais, mercado de trabalho, políticas públicas e comércio internacional. Além destes volumes iniciais, objetiva-se a organização de dez estudos setoriais, em torno das atividades econômicas enumeradas ao longo do debate a respeito da conta satélite da cultura (CSC) no Brasil<sup>5</sup>.

No que tange ao primeiro volume, este se organiza em duas partes. A primeira foca em aspectos teóricos e conceitos fundamentais, apresentando capítulos acerca da taxonomia da economia da cultura e da economia criativa, do debate sobre a conta satélite da cultura no Brasil e no mundo e da proposição de um método de mapeamento para as cadeias produtivas das artes. Na segunda parte, são apresentados estudos regionais e setoriais, os quais expõem discussões iniciais a respeito do mapeamento em nível estadual e de setores como audiovisual, editorial, jogos digitais, museus, e música.

Quanto ao segundo volume, este tem como objetivo principal a elaboração de modelos metodológicos a serem aplicados na formulação do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*. Assim, reúne autores nacionais e internacionais organizados em quatro partes que correspondem aos eixos temáticos do Atlas, apresenta esforços de pesquisa oriundos das experiências espanhola e holandesa, contribuições da sociedade civil organizada, de institutos federais de pesquisa e de universidades públicas, conformando assim uma multiplicidade de saberes a serviço da compreensão do impacto econômico da cultura na realidade brasileira e mundial.

A formulação do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, sob responsabilidade da Secretaria de Economia da Cultura (SEC-MinC), é peça estruturante para fundamentar a contribuição que a cultura pode trazer à recuperação da economia brasileira. O subsídio decorrente de tal esforço será plenamente aproveitado na formulação de políticas públicas responsivas aos desafios conjunturais e estruturais do desenvolvimento brasileiro. Em suma, o Brasil tem pressa, e a economia da cultura pretende ser um dos motores no novo ciclo de crescimento econômico e progresso social. A coleção Atlas, em conjunto com as demais políticas do Ministério da Cultura, compõe os primeiros passos desta trajetória de longo prazo.

---

5. São elas: arquitetura, artes, audiovisual, *design*, editoração, entretenimento, formação, gestão, música e patrimônio.

Leandro Valiati<sup>1</sup>  
Ana Letícia do Nascimento Fialho<sup>2</sup>

Como exposto no prefácio, o projeto *Atlas Econômico da Cultura Brasileira* busca, principalmente, mensurar o impacto dos setores culturais e criativos (SCC) sobre a evolução da economia brasileira. Tal esforço organizar-se-á em torno de quatro eixos temáticos: empreendimentos culturais, mercado de trabalho, políticas públicas e comércio internacional. Ao longo de todas as variáveis, será privilegiada a análise em torno dos recortes setorial e regional.

Dessa maneira, a coleção *Atlas Econômico da Cultura Brasileira* cumpre um papel precedente à mensuração, dado que busca apresentar e desenvolver metodologias do ponto de vista teórico e empírico para viabilizar o objetivo principal do projeto. Tendo isso em vista, o segundo volume da coleção orienta-se em torno da exposição de esforços de pesquisa focados nos quatro eixos temáticos do projeto. Como critério editorial, foram escolhidos aqueles estudos cujas decisões metodológicas apontam potenciais caminhos para a mensuração a ser procedida no âmbito do Atlas. Tais contribuições reúnem pesquisas independentes, realizadas por autores nacionais e internacionais no âmbito de organizações da sociedade civil, universidades públicas e institutos federais de pesquisa, sendo algumas já publicadas nacional e/ou internacionalmente. Ainda que tais pesquisas não tenham sido desenvolvidas no âmbito do Ministério da Cultura, elas compõem o estado da arte nos diversos temas de interesse do campo da economia da cultura.

Passando à primeira parte da publicação, o eixo *Empreendimentos Culturais* congrega três capítulos. O primeiro, escrito por pesquisadores do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), traça um panorama da economia criativa no Brasil, no qual mensuram a contribuição dos setores culturais e criativos (SCC) em termos de valor adicionado e massa salarial. Ao apontar diversas fontes de dados e apresentar soluções frente às limitações dos mesmos, esse primeiro capítulo traz soluções que serão aproveitadas na formulação do Atlas.

No que tange aos segundo e terceiro capítulos, ambos decorrem de pesquisas desenvolvidas pela Universidade de Valência e acentuam aspectos diferentes do impacto econômico dos setores culturais e criativos. No segundo capítulo, adota-se uma perspectiva macroeconômica para avaliar as relações de causalidade e precedência

---

1. Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais e Coordenador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: leandro.valiati@gmail.com

2. Doutora em Ciências da Arte e da Linguagem pela Escola de Altos Estudos em Estudos Sociais (França). Diretora do Departamento de Estratégia Produtiva. E-mail: analeticia.fialho@cultura.gov.br

estatística entre as chamadas indústrias criativas e o desenvolvimento econômico. Nesse sentido, o capítulo “Desenvolvimento econômico e indústrias criativas: um conto de causalidade” apresenta um desdobramento a ser explorado posteriormente ao esforço de mensuração da participação dos setores culturais e criativos no valor adicionado. No terceiro capítulo, por sua vez, emprega-se uma perspectiva microeconômica para avaliar “A contribuição de atividades culturais e criativas para moldar o espaço socioeconômico europeu”, privilegiando o recorte regional, fundamental no esforço a ser desenvolvido no âmbito do projeto Atlas.

A segunda parte, acerca do eixo *Mercado de Trabalho*, traz dois capítulos. O “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil: os profissionais criativos no cenário de crise”, formulado por pesquisadores da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), observa a evolução do mercado de trabalho dos setores culturais e criativos no contexto atual de crise da economia brasileira. Tal capítulo expõe resultados complementares ao posterior, “Mercado de trabalho da economia da cultura e da economia criativa no Brasil: análise conjuntural para 2014 a 2016”, escrito por pesquisadores do Centro de Estudos Internacionais sobre Governo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CEGOV-UFRGS), e trata do mesmo tema, mas enfoca as diferenças entre economia da cultura e economia criativa, bem como o recorte ocupacional ao invés do recorte por atividades econômicas.

Passando à terceira parte, centrada no eixo *Políticas Públicas*, os dois capítulos cumprem funções diferentes. O estudo “Os Dispendios Culturais no Federalismo Brasileiro”, escrito pelo pesquisador Frederico Barbosa (Ipea), contribui com a formulação metodológica da mensuração dos dispendios voltados ao fomento à cultura no território nacional, sublinhando o recorte regional. Por outro lado, “O Microcrédito e a Economia Criativa no Brasil”, feito por pesquisadores do CEGOV-UFRGS, expõe um aspecto estratégico para formulação de políticas públicas, o qual deve ser aprofundado nos volumes setoriais da coleção Atlas.

Por fim, na quarta e última parte, o eixo *Comércio Internacional* é composto por dois capítulos. O primeiro, escrito por pesquisadores da Universidade Erasmus Roterdã, trata do “Comércio no Setor Criativo: Comparando Índia com China, Brasil e Reino Unido”, o qual cumpre o papel de localizar o comércio exterior de bens e serviços criativos brasileiros frente tanto a economias emergentes quanto a economias desenvolvidas. O segundo capítulo “Comércio Internacional da Economia Criativa: Métricas para o contexto brasileiro (2003–2014)”, formulado por pesquisadores do CEGOV-UFRGS, por sua vez, concentra-se na experiência brasileira, antecipando fontes e decisões metodológicas a serem aprimoradas ao longo da mensuração desenvolvida pelo projeto Atlas.

# Panorama da Economia Criativa no Brasil

*João Maria de Oliveira<sup>1</sup>*

*Bruno Cesar Pino Oliveira de Araujo<sup>2</sup>*

*Leandro Valério Silva<sup>3</sup>*

## 1. Introdução

O conceito de economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganhou expressão e relevância desde a década de 2000. A partir de iniciativas isoladas no começo do século XXI, o que se observa atualmente é que a economia criativa estende-se ao longo de uma ampla gama de áreas de responsabilidade política e administração pública. Inclusive, muitos governos criaram ministérios, departamentos ou unidades especializadas para lidar com as indústrias criativas.

Economia criativa é ainda um conceito em evolução, e ao redor do mundo são apresentadas diferentes definições e formas de mensuração e caracterização. Entretanto, há poucas dúvidas sobre o que está no cerne desse conceito. Howkins (2001), por exemplo, sustenta que a economia criativa assenta-se sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Assim, trata-se do conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços. Isso permite caracterizar a economia criativa como uma disciplina distinta da economia da cultura, mas que guarda grande relação com aspectos econômicos, culturais e sociais, os quais interagem com a tecnologia e propriedade intelectual em uma mesma dimensão, transbordando para áreas como o turismo e o esporte.

Sem embargo, do ponto de vista econômico, a economia criativa é um conjunto de segmentos dinâmicos cujo comércio mundial cresce a taxas mais elevadas do que o resto da economia, independentemente da forma de mensuração. Produtos e serviços baseados em criatividade e conhecimento têm elasticidade-renda elevada, e mesmo durante a crise seu comércio mundial não foi tão negativamente afetado como esperado (HOWKINS, 2001). Tais segmentos promovem a diversificação econômica, de receitas, de comércio e inovação, e podem ser relacionados, de forma simbiótica,

---

1. Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. E-mail: joao.oliveira@ipea.gov.br

2. Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade de São Paulo. Pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. E-mail: bruno.araujo@ipea.gov.br

3. Mestrando em Economia pela Universidade Federal de Goiás. Servidor da Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás.

às novas tecnologias, notadamente as tecnologias de informação e comunicação. Iniciativas baseadas na abordagem da economia criativa também podem promover a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural.

Em relação ao mercado de trabalho e seus aspectos sociais e econômicos, tem sido documentado na literatura que as ocupações criativas tendem a pagar melhores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade e níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e senso de envolvimento cultural e criativo. Além disso, sabe-se que iniciativas culturais de base que promovem a inclusão social podem ser potencializadas a partir da abordagem da economia criativa, e que o desenvolvimento de certas indústrias criativas pode reduzir disparidades de gênero, uma vez que muitas mulheres trabalham na produção de artesanato, moda e áreas afins. Adicionalmente, as indústrias criativas podem reforçar a cultura como valores e tradições que identificam uma comunidade ou nação.

Desse modo, o presente capítulo tem por objetivo principal contribuir para o debate sobre economia criativa pela proposição de formas de mensuração de sua participação na economia brasileira. Nesse sentido, são empregadas duas dimensões e duas abordagens. As dimensões são a setorial – onde o foco está no ramo de atividade das empresas – e a ocupacional – onde o cerne está na ocupação profissional exercida pelo trabalhador, e se esta é criativa ou não. As abordagens são a da economia formal, para a qual utilizamos dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais, do Ministério do Trabalho), e a da economia formal e informal, para a qual utilizamos dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (Pnad, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

O restante do texto estrutura-se da seguinte forma: a próxima seção discute o conceito de indústrias criativas e suas diferentes definições de escopo de atividades, de acordo com cinco modelos. Nessa seção também é definido o escopo dos setores e ocupações analisados neste trabalho. A terceira seção traz os aspectos e escolhas metodológicas empregados na mensuração da economia criativa no Brasil, enquanto a quarta seção expõe os resultados para a abordagem do mercado formal. A quinta seção apresenta uma estimativa do valor adicionado pela economia criativa, e a sexta seção, os resultados para a abordagem do mercado formal e informal. Finalmente, os comentários finais estão na sétima seção.

## *2. Economia Criativa: escopo e classificações*

O escopo da economia criativa é determinado pela extensão das indústrias criativas. A definição de indústrias criativas, no entanto, é uma questão caracterizada por controvérsias e inconsistências na literatura acadêmica e em círculos de decisão política, especialmente em relação ao conceito paralelo de indústrias culturais. Às vezes, é feita uma distinção entre as indústrias criativas e as indústrias culturais, em outros momentos, os dois termos são usados indistintamente.

Nesse sentido, antes de conceituar e classificar as indústrias criativas, é necessário entender como nasce o termo indústria cultural e como este evoluiu. O conceito de indústria cultural surgiu no período pós-guerra como uma crítica radical do entretenimento de massa por membros da Escola de Frankfurt liderada por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Naquele tempo, indústria cultural era um conceito de contraposição. Cultura e indústria possuíam argumentos opostos, e o termo foi usado em polêmica contra as limitações da vida cultural moderna. Continuou a ser usado como uma expressão de desprezo para os jornais populares, filmes, revistas e música que desviavam as massas.

Nos dias atuais, continuam a existir diferentes interpretações da cultura como uma indústria. Para alguns, a noção de indústrias culturais evoca dicotomias, tais como cultura de elite contra a massa, cultura de alto nível versus popular, e artes plásticas versus entretenimento comercial. De modo mais geral, no entanto, a proposição de que as indústrias culturais são simplesmente aquelas indústrias que produzem bens e serviços culturais, normalmente definidos ao longo das linhas descritas acima, ganhou maior aceitação.

Para a Unctad (2010, p. 5), por exemplo, as indústrias culturais são consideradas como as indústrias que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais por natureza. Estes conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de bens ou serviços”. Um aspecto importante das indústrias culturais, segundo a Unctad (2010, p. 5), é que eles são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia de acesso democrático à cultura”. Essa dupla natureza – combinando o cultural e o econômico – dá às indústrias culturais um perfil distinto.

Por outro lado, o termo indústrias criativas é de origem relativamente recente. Conforme Cunningham (2002), surgiu na Austrália em 1994 com o lançamento do relatório “Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy”. Ele ganhou maior exposição em 1997, quando os formuladores de políticas no Departamento do Reino Unido da Cultura, Mídia e Desporto criaram a Força Tarefa Indústrias Criativas, conforme o DCMS (2001). A partir de então a designação indústrias criativas desenvolveu-se e ampliou o âmbito das indústrias culturais para além das artes e marcou uma mudança na abordagem a potenciais atividades comerciais que até recentemente eram consideradas puramente ou predominantemente em termos não econômicos.

Uma série de modelos diferentes foi apresentada nos últimos anos como um meio de proporcionar uma sistemática de entendimento sobre as características estruturais das indústrias criativas. No quadro a seguir, apresentando-se os diferentes sistemas de classificação que elas implicam para a economia criativa, analisam-se cinco desses modelos: DCMS (2001); textos simbólicos (HESMONDHALGH, 2003); círculos concêntricos (GINSBURGH; THROSBY, 2006; KEA, 2009); direitos autorais (WIPO, 2003); e Unctad (2010).

Cada modelo tem uma razão particular, dependendo de suposições subjacentes sobre a finalidade e modo de operação das indústrias. Cada um leva a uma base um pouco diferente para a classificação em indústrias centrais (*core*) e indústrias periféricas dentro da economia criativa.

**Quadro 1 - Classificações das indústrias criativas conforme os 5 modelos**

SETORES	DCMS	TEXTO SIMBÓLICO	CÍRCULOS CONCÊNTRICOS	WIPO	UNCTAD	IPEA
Arquitetura	x		x	x	x	x
Artes e Antiguidades	x				x	x
Artes cênicas	x		x	x	x	x
Artes visuais	x		x	x	x	x
Artesanato					x	x
Artigos domésticos				x		
Áudio (Gravação de som etc.)			x	x	x	
Brinquedos				x		
Celebrações e festivais					x	x
Cinema e vídeo	x	x	x	x	x	x
Design (brinquedos, gráfico, interiores, joias)	x		x	x	x	x
Eletrônicos de consumo		x		x		
Ensino de artes					x	x
Esporte		x				
Fotocopiadoras, equipamentos fotográficos.				x		
Instrumentos musicais				x		
Internet		x		x		
Jogos de vídeo e computador	x	x	x		x	x
Material de gravação em branco				x		
Moda	x	x	x	x	x	x
Museus e bibliotecas			x		x	x
Música	x	x	x	x	x	x
P&D Criativo					x	x
Papel				x		
Publicações	x	x	x	x	x	x
Publicidade	x	x	x	x		
Recreação					x	
Serviços criativos					x	x
Sítios arqueológicos			x		x	
Software	x	x		x	x	
TV e rádio	x	x	x	x	x	x
Vestuário e calçados				x		
Telecomunicações			x	x		

Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2010).

Procedendo-se análise comparativa, percebe-se que os modelos DCMS e da Unctad não fazem distinção entre os setores incluídos, mas os outros três definem um grupo de indústrias *core*, ou seja, aqueles cuja inclusão é central para a definição adotada em cada caso. É evidente que o conteúdo do núcleo difere acentuadamente entre esses três modelos, por exemplo, as artes criativas, que são o centro do modelo de

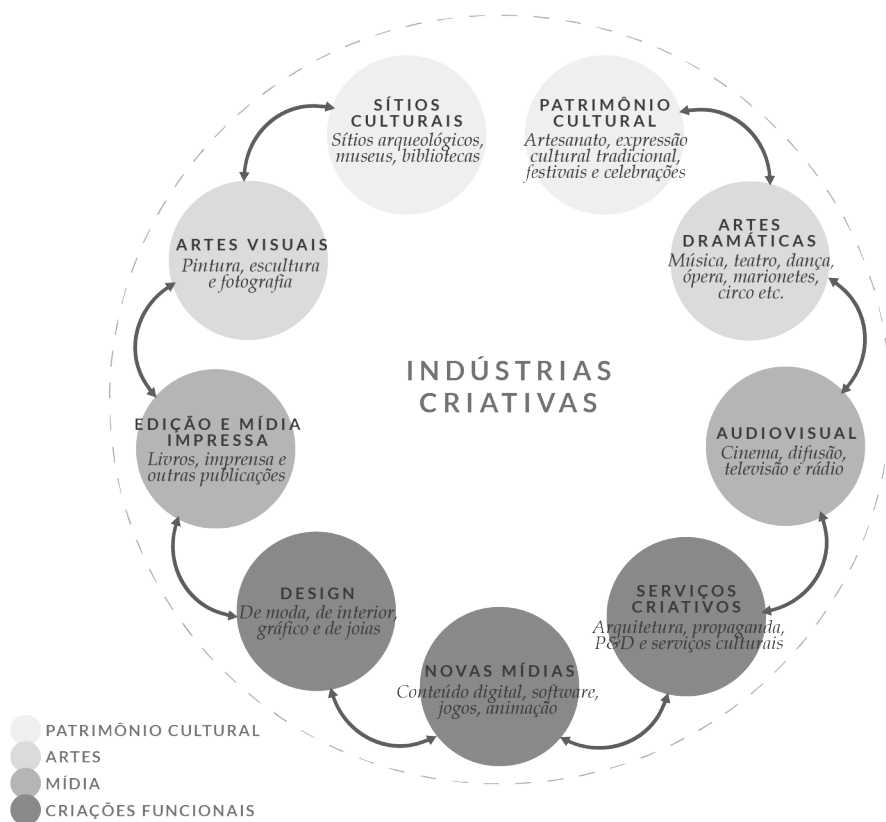


círculos concêntricos, são consideradas como periférico no modelo de textos simbólicos.

Dessa comparação das classificações entre os modelos, conclui-se que não há modelo certo ou errado das indústrias criativas, simplesmente maneiras diferentes de interpretar as características estruturantes da produção criativa. A capacidade de atração dos vários modelos pode, portanto, ser diferente dependendo da finalidade analítica. Do ponto de vista da pesquisa econômica e dos dados estatísticos, no entanto, um conjunto padronizado de definições e de um sistema comum de classificação é necessário como base para a concepção de um quadro viável para lidar com as indústrias criativas dentro do maior padrão de sistemas de classificação industrial que se aplica a toda a economia. Assim, o modelo adotado por Unctad (2010) consegue capturar melhor essa última necessidade metodológica, visando comparações temporais e entre países que venham a ser produzidas no futuro.

De acordo com o modelo adotado, as indústrias criativas compreendem quatro grandes grupos – patrimônio, artes, mídia e criações funcionais, tendo em conta as suas características distintas. Esses grupos são, por sua vez, divididos em nove sub-grupos, conforme apresentado na figura a seguir:

*Figura 1 - Modelo de indústrias criativas*



Fonte: Unctad (2010).

Há um debate em curso sobre se a ciência e a pesquisa e desenvolvimento (P&D) são componentes das indústrias criativas, e se as atividades de experimentação criativa podem ser consideradas P&D. Na abordagem proposta em Unctad (2010), criatividade e conhecimento são incorporados em criações científicas, da mesma forma como nas criações artísticas. Portanto, optou-se por incluir tais atividades.

Existe também igual debate sobre o papel do esporte e do turismo na economia criativa. Algumas classificações de indústrias criativas incluem esporte e/ou turismo. Conforme Unctad (2010), na maioria dos casos, isso ocorre porque as estruturas governamentais em diversos países incluem ambos, ou até mesmo a cultura junto com eles. A inclusão também pode ser justificada pelo fato de que o esporte e o turismo, ou os dois combinados, são importantes fonte geradoras de receitas e geram externalidades positivas em vários outros setores da economia, inclusive nas indústrias criativas. Outra razão prática é a metodológica, nas contas nacionais de diversos países, o esporte e o turismo são agregados como serviços recreacionais.

Do ponto de vista conceitual, e conforme recomenda Howkins (2001) e Unctad (2010), o esporte é mais associado com treinamento, competição e lazer do que com a criatividade. Também o turismo está mais associado à recreação e ao lazer do que com os conteúdos simbólicos presentes nas indústrias criativas. Inegável também reconhecer que ambas as indústrias, criativas e do turismo, são fortemente acopladas e geram externalidades mutuamente. Assim, apesar do acoplamento entre as indústrias criativas e tais setores, no modelo adotado, eles não são consideradas indústrias criativas.

### ***3. Análise de dados: aspectos metodológicos***

Sabe-se que a economia criativa pode ser mensurada a partir de duas dimensões: a setorial e a ocupacional. De acordo com a primeira, o que importa é o setor de atuação da empresa, e se este é um setor típico ou da economia criativa. Por sua vez, de acordo com a dimensão ocupacional, o interesse é na ocupação do trabalhador, e se esta é típica ou não da economia criativa.

Assim, podemos ter quatro situações, ilustradas no Quadro 2. A primeira situação é aquela em que trabalhadores em ocupações criativas trabalham em empresas cuja atividade fim pertence à definição de economia criativa – por exemplo, atores em uma emissora de televisão. Estes são, na denominação de Florida (2012), os criativos especializados. No sentido horário, a segunda situação é aquela em que os trabalhadores criativos não estão trabalhando em empresas cuja atividade fim seja eminentemente criativa. Um exemplo são os *designers* que trabalham em montadoras de automóveis. Esses trabalhadores são chamados por Florida (2012) de criativos embutidos. O terceiro caso é aquele em que nem a ocupação nem a empresa estão no campo da economia criativa. Por fim, o quarto caso é o das ocupações de apoio, que são aqueles trabalhadores em ocupações não criativas nas empresas criativas. Um exemplo seriam os contadores da emissora de televisão. Cabe salientar que a literatura não é clara a respeito da superioridade de um recorte sobre o outro, de modo que, neste trabalho, optou-se por reportar os indicadores de acordo com os dois recortes.

## Quadro 2 – Recortes de mensuração da economia criativa

	EMPREGO EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS	EMPREGO DENTRO DAS OUTRAS ATIVIDADES	TOTAL
Emprego nas ocupações criativas	Criativos especializados	Criativos embutidos	EMPREGO TOTAL EM OCUPAÇÕES CRIATIVAS - RECORTE OCUPACIONAL
Emprego em outras ocupações	Ocupações de apoio	Outros empregados	
<b>TOTAL</b>	<b>EMPREGO TOTAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS - RECORTE SETORIAL</b>		

Fonte: Elaboração própria a partir de Florida (2012).

Ao se mensurar a economia criativa no Brasil, considerou-se que a economia brasileira é caracterizada por elevado grau de informalidade. Essa característica impôs ao estudo duas estratégias de adaptação dos campos criativos expostos no Quadro 2 para as bases de dados existentes.

A primeira diz respeito ao mercado formal. Aproveitando o fato de que toda empresa formal no Brasil é obrigada a declarar, anualmente, a Relação Anual de Informações Sociais (Rais, do Ministério do Trabalho e Emprego), foi utilizada essa bases de dados para o período analisado. A partir dessa base, é possível caracterizar a mão de obra empregada nas empresas em setores criativos – recorte setorial – ou os trabalhadores em ocupações criativas – recorte ocupacional – a partir da adaptação dos campos da economia criativa à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0, para o recorte setorial) e à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO 2002, para o recorte ocupacional). Como a CNAE 2.0 entrou em vigor em 2006, e a versão atual da CBO, em 2003, evitaram-se problemas de tradução entre versões diferentes da CNAE e da CBO, procedendo-se à análise do recorte setorial a partir de 2006 e à análise do recorte ocupacional a partir de 2003.

Adicionalmente, a conversão da economia criativa em atividades da CNAE possibilitou a utilização da Pesquisa Anual de Serviços (PAS, do IBGE), uma vez que foram alinhadas as características produtivas dos setores criativos à CNAE. Essa operação permitiu avaliar o valor adicionado das empresas em setores criativos, a fim de se estabelecer participação da economia criativa no valor adicionado e no PIB brasileiros, e assim obter um parâmetro de comparação internacional<sup>4</sup>.

Para mensurar a economia criativa formal e informal, recorremos à Pesquisa Nacional de Amostragem Domiciliar (Pnad, do IBGE), nos períodos 2006 a 2009<sup>5</sup>. Essa estratégia, em tese, permite capturar o universo dos trabalhadores em economia criativa. Entretanto, há limitações quanto à conversão dos campos criativos em classificações. A Pnad não utiliza a mesma classificação CNAE ou CBO da Rais.

4. No entanto, diferentemente da Rais, a PAS é uma pesquisa amostral. Como os fatores de expansão (ou pesos amostrais) estão calibrados para um plano amostral estratificado em agregações de CNAEs a 4 dígitos e agregações de UF, pode ser que a expansão sub ou superestime as características da população. Como temos o total de empregados nas CNAEs criativas tanto na PAS quanto na Rais – a qual é uma pesquisa censitária –, criamos um fator de correção, que foi utilizado para corrigir o valor adicionado da economia criativa a partir da PAS.

5. Estratégia semelhante foi empregada por Caiado (2011), quando da análise da economia criativa no Brasil, no Estado e na cidade de São Paulo.

Alternativamente, a Pnad tem uma classificação CNAE chamada CNAE domiciliar e uma CBO chamada CBO domiciliar.

No caso do recorte setorial, foi possível adaptar os campos criativos aos setores CNAE domiciliar, inclusive mantendo a divisão da economia criativa em grupos e subgrupos. No caso da CBO domiciliar para o recorte ocupacional, isso não foi possível, pois a equivalência entre a CBO e a CBO domiciliar não é perfeita, só se mantendo até o segundo dígito. Isso significa que dentro de um código CBO domiciliar relatado por um trabalhador quando da entrevista da Pnad coexistem ocupações criativas e não criativas. Assim, optamos por calcular os indicadores a partir da CBO domiciliar a dois dígitos e aplicar um fator de correção calculado a partir da participação de CBOs criativas na CBO dois dígitos a partir da Rais. Isso permitiu ter uma estimativa geral dos indicadores da economia criativa formal e informal de acordo com o recorte ocupacional, ainda que não seja possível a divisão em grupos e subgrupos.

## 4. Economia Criativa no Brasil: empresas e ocupações formais

A Tabela 1, a seguir, traz a evolução do número de trabalhadores formais da economia criativa, tanto pelo critério ocupacional, quanto pelo critério setorial. Nota-se que o número de trabalhadores da economia criativa situa-se em torno de 2% de acordo com ambos os critérios. No recorte ocupacional, a economia criativa empregou 575 mil trabalhadores formais em 2010, de acordo com o critério setorial, foram 583 mil empregados.

*Tabela 1 – Evolução do emprego da EC e do emprego total (2003-2010)*

ANO	TOTAL DA RAIS	RECORTE OCUPACIONAL		RECORTE SETORIAL	
		TOTAL EC	% EC NO TOTAL	TOTAL EC	% EC NO TOTAL
2003	22.027.834	405.953	1,84%		
2004	23.007.657	426.271	1,85%		
2005	24.083.050	435.983	1,81%		
2006	25.581.910	470.797	1,84%	515.672	2,02%
2007	26.654.605	495.623	1,86%	521.907	1,96%
2008	27.869.569	577.072	2,07%	534.785	1,92%
2009	29.081.100	548.814	1,89%	565.753	1,95%
2010	30.485.676	575.034	1,89%	583.025	1,91%

*Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).*

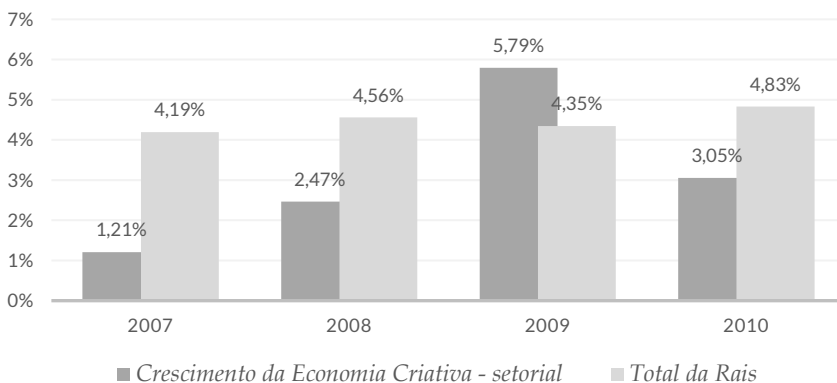
As taxas de crescimento anual do emprego na economia criativa não parecem se diferenciar da taxa de crescimento total do emprego, conforme mostrado no Gráfico 1 e no Gráfico 2. Chama a atenção o crescimento verificado no ano de 2008 sob o recorte ocupacional, mas esse crescimento foi parcialmente corrigido em 2009, sugerindo que talvez esse ano seja fora do padrão.

**Gráfico 1 - Crescimento anual do emprego em economia criativa: recorte ocupacional**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

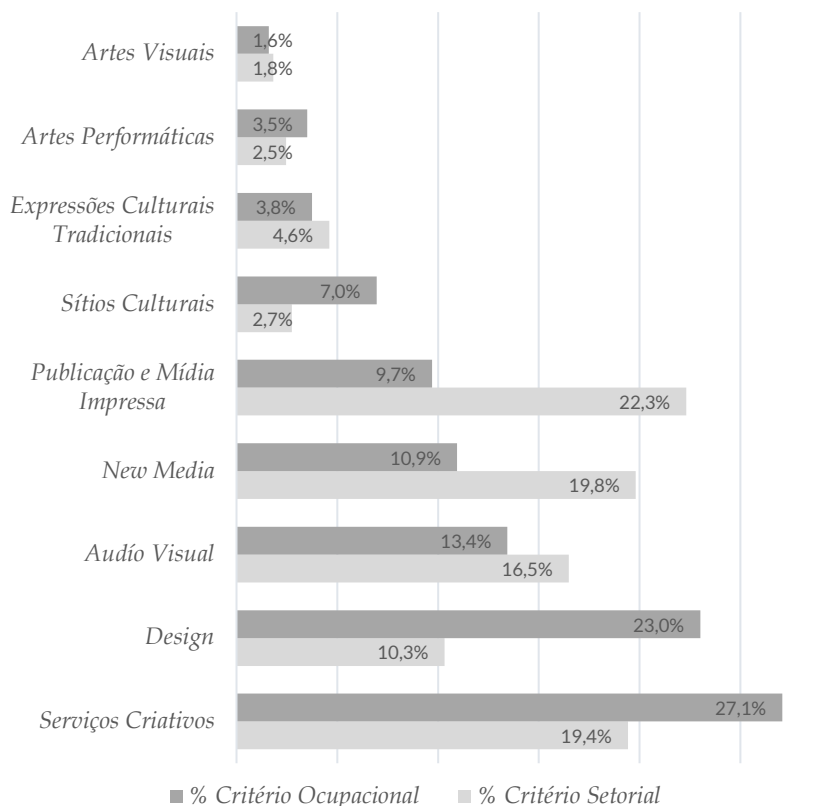
**Gráfico 2 - Crescimento anual do emprego em economia criativa: recorte setorial**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

Com respeito à distribuição dos empregos criativos por área, há diferenças entre o recorte setorial e ocupacional, como esperado. Segundo o recorte setorial, os segmentos que mais empregam são publicação e mídia impressa, *new media*, serviços criativos e audiovisual. De acordo com o recorte ocupacional, os trabalhadores estão em sua maior parte em ocupações ligadas aos serviços criativos e *design*. Essas diferenças ocorrem devido aos criativos embutidos e às ocupações de apoio, conforme a Tabela 2. Nos segmentos de publicação e mídia impressa e *new media* (o qual inclui publicidade, por exemplo), há muitas ocupações de apoio, além dos próprios trabalhadores criativos. Por isso, estes são os segmentos que mais empregam trabalhadores, segundo o recorte setorial. Por outro lado, pode-se dizer que há vários trabalhadores de serviços criativos (entre os quais se incluem, entre outros, os arquitetos e profissionais de ensino) e também *designers* em empresas cuja atividade fim não está exatamente ligada à economia criativa.

**Gráfico 3 – Distribuição do emprego formal por área da economia criativa – Critério ocupacional vs. setorial**



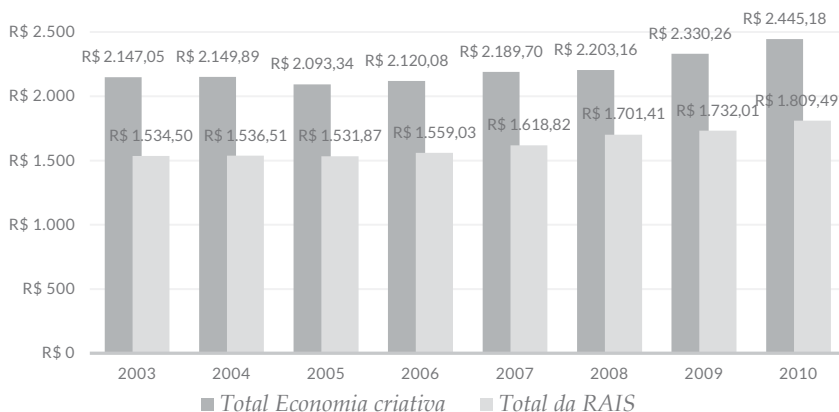
Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

Do ponto de vista espacial, a maior parte dos trabalhadores está no Estado e na cidade de São Paulo. Com efeito, a cidade de São Paulo emprega mais de oitenta mil trabalhadores criativos. No entanto, as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Brasília, e Campo Grande empregam cada uma delas mais de dez mil trabalhadores criativos. Conforme previsto por Florida (2012), o emprego criativo tende a se concentrar nas grandes aglomerações urbanas, onde há escala para os serviços mais especializados.

Os salários dos trabalhadores que exercem ocupações criativas são maiores que a média dos trabalhadores formais na Rais, tanto no recorte ocupacional, como no recorte setorial, conforme apresentam o Gráfico 4 e o Gráfico 5. Outro ponto que merece atenção é o fato de que esse diferencial é maior no recorte ocupacional do que de acordo com o recorte setorial. O diferencial médio entre 2003 e 2010, pelo recorte ocupacional, foi de 35,5%, enquanto pelo recorte setorial foi de 18,4% entre 2006-2010. Isso indica que o setor de atividade da empresa impacta menos no salário do

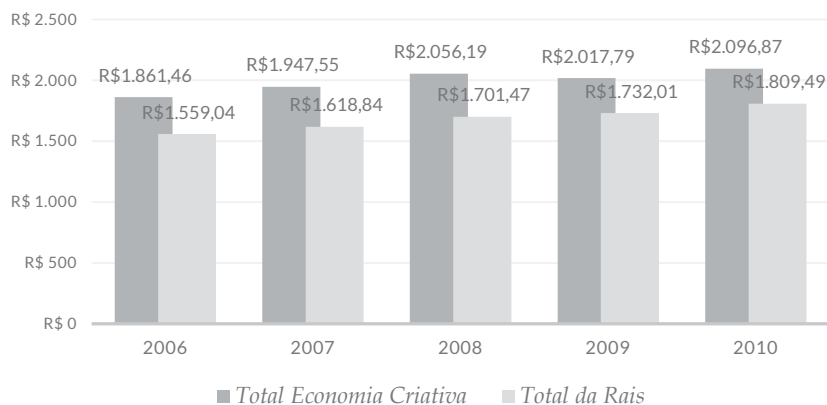
que a própria ocupação exercida. Dito de outra forma, os salários para as ocupações de apoio em empresas de setores criativos não são tão diferentes daqueles pagos em outras empresas; o mesmo acontecendo com os criativos embutidos – que tendem a ganhar mais do que a média trabalhando ou não em empresas de setores criativos. No entanto, esse diferencial guarda alguma relação com os diferenciais de escolaridade, como se apresenta seguir.

**Gráfico 4 – Evolução do salário médio mensal, 2003-2010 – critério ocupacional (R\$ de 2010)**



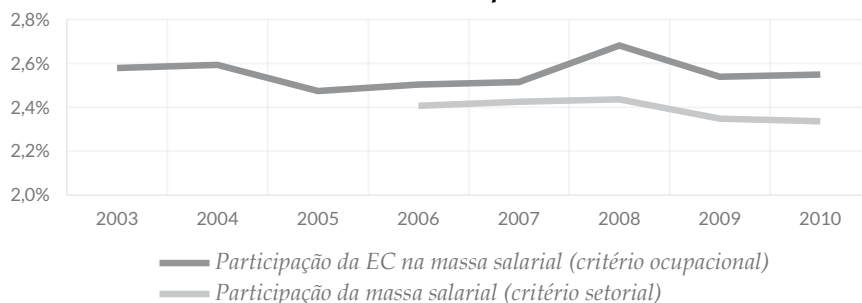
Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010). Salários deflacionados pelo IPCA.

**Gráfico 5 – Evolução do salário médio mensal, 2006-2010 – critério setorial (R\$ de 2010)**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010). Salários deflacionados pelo IPCA.

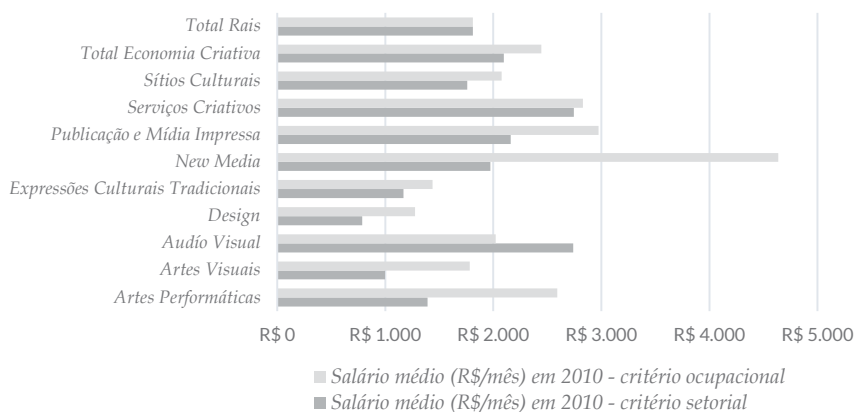
**Gráfico 6 – Participação da economia criativa na massa salarial total: critérios ocupacional e setorial**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

O Gráfico 6 mostra que a participação da economia criativa no total de salários pagos pelo setor formal brasileiro (massa salarial) se situa em torno de 2,5% de acordo com o recorte ocupacional e 2,4% no recorte setorial, com pouca variação de acordo com os anos. Quando se calculam os salários de acordo com as áreas da economia criativa, tem-se que em quase todas as áreas o salário médio mensal de acordo com recorte ocupacional é superior ao salário de acordo com o recorte salarial, sendo a única exceção o segmento audiovisual. Segundo o Gráfico 7, o maior diferencial entre os recortes ocorrem no segmento de *new media*, em que aqueles que exercem ocupações nesse segmento – independentemente de a atividade fim da empresa estar relacionada ao setor ou não, ganham mais que o dobro que os profissionais que trabalham em empresas dessa atividade fim. Uma possível explicação é a presença de vários profissionais exercendo ocupações de apoio – e que recebem menores salários – nessas empresas. De fato, conforme a Tabela 1, há 115 mil trabalhadores nesse segmento de acordo com o recorte setorial, o que é quase o dobro do que aponta o recorte ocupacional.

**Gráfico 7 – Salários médios por subárea da economia criativa: critérios ocupacional e setorial (2010)**

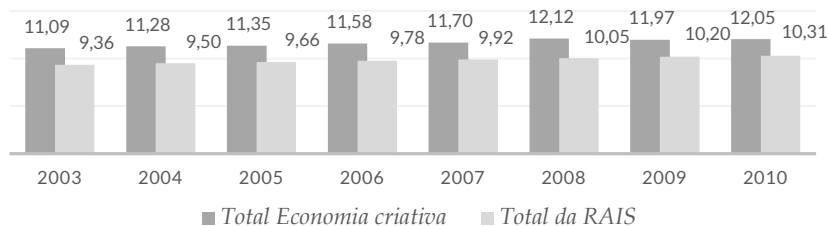


Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).



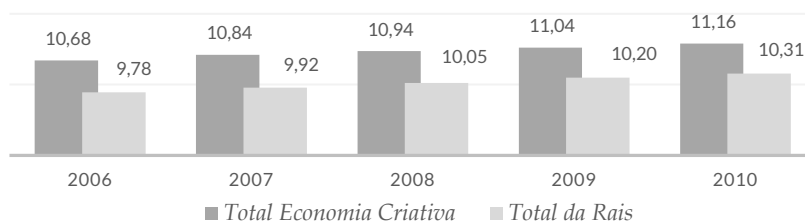
Com respeito à escolaridade, notamos que, tanto no critério setorial quanto no ocupacional, os trabalhadores da economia criativa são mais escolarizados, conforme o Gráfico 8 e o Gráfico 9. Mais uma vez, o diferencial entre o recorte ocupacional e o total da Rais é mais pronunciado que o diferencial entre o setorial e a média geral da Rais. O recorte ocupacional sugere um diferencial de 18,2%, enquanto o setorial, de 8,8% na média dos períodos analisados. Esses diferenciais de escolaridade podem estar por trás dos prêmios salariais discutidos anteriormente.

**Gráfico 8 – Escolaridade média dos trabalhadores da economia criativa, em anos de estudo: critério ocupacional**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

**Gráfico 9 – Escolaridade média dos trabalhadores da economia criativa, em anos de estudo: critério setorial**



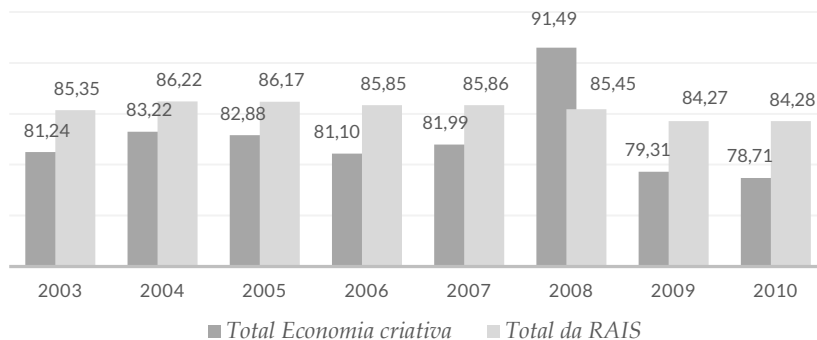
Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

Em relação ao tempo médio de emprego (em meses), o Gráfico 10 e o Gráfico 11 mostram que os trabalhadores da economia criativa permanecem menos tempo no emprego do que a média da Rais. O critério setorial sugere um diferencial (desta vez, para baixo) mais alto do que o critério ocupacional: no primeiro critério, os trabalhadores ficam em média 20,7% menos tempo no emprego que a média total da Rais; no segundo caso esse diferencial é de 4,9% (excluindo o ano de 2008, que parece ser um *outlier*).

Por um lado, a maior rotatividade apresentada pelos trabalhadores criativos pode ser fruto de uma maior instabilidade inerente aos postos de trabalho desse segmento da economia. Por outro lado, Caiado (2011) mostra que os trabalhadores na economia criativa são mais jovens que a média. No ano de 2009, por exemplo, os trabalhadores criativos tinham em torno de 33 anos em média, contra 36 anos de idade média para o total de trabalhadores da Rais. Combinando essa constatação com o fato de esses trabalhadores serem mais escolarizados, os dados de rotatividade parecem indicar

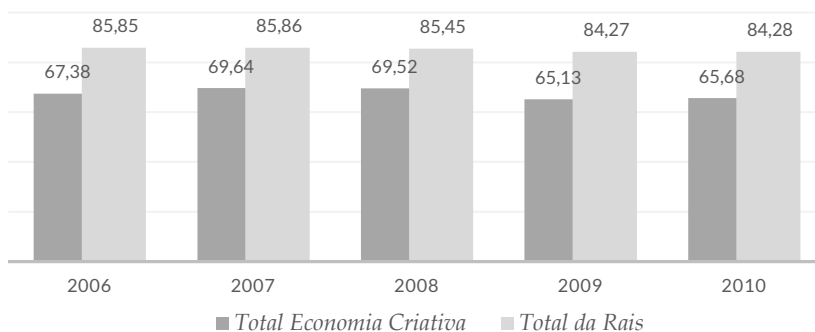
que os trabalhadores criativos tendem a buscar maiores remunerações. Entretanto, qual efeito prevalece é uma questão para investigação futura, inclusive a partir da comparação dos diferenciais de salário entre os admitidos e demitidos e verificação se há escassez de mão de obra nas áreas ou ocupações da economia criativa.

**Gráfico 10 – Tempo médio de emprego dos trabalhadores da economia criativa, em meses: critério ocupacional**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

**Gráfico 11 – Tempo médio de emprego dos trabalhadores da economia criativa, em meses: critério setorial**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

A Tabela 2, a seguir, traz as características tempo de emprego e anos de estudo por subáreas da economia criativa, tanto de acordo com recorte setorial quanto o ocupacional. O que se percebe é que o tempo de estudo de acordo com o recorte ocupacional é maior do que no setorial em quase todas as áreas, exceto no segmento audiovisual. Com efeito, a área em que, em média, os profissionais estudam mais é nos serviços criativos, de acordo com ambos os critérios. Ela também tem o maior tempo no emprego, e no caso do critério ocupacional ela perde nesse quesito para

os sítios culturais, porque muitos deles têm caráter público, tendo suas ocupações típicas exercidas por profissionais concursados.

*Tabela 2 - Tempo de emprego médio e anos de estudo dos trabalhadores em economia criativa, por subárea, recortes setorial e ocupacional (2010)*

	CRITÉRIO SETORIAL			CRITÉRIO OCUPACIONAL		
	NÚMERO DE EMPREGADOS	TEMPO DE EMPREGO (MESES)	ANOS DE ESTUDO	NÚMERO DE EMPREGADOS	TEMPO DE EMPREGO (MESES)	ANOS DE ESTUDO
Artes Performáticas	14.320	59,7	9,8	20.181	86,1	12,3
Artes Visuais	10.677	42,0	42,0	9.172	78,2	11,4
Áudio Visual	96.131	72,1	11,7	77.309	73,6	11,0
<i>Design</i>	60.198	49,4	9,8	132.349	60,3	10,0
Expressões Culturais Tradicionais	26.840	56,3	9,4	21.573	54,8	9,8
<i>New Media</i>	115.517	54,1	11,3	62.943	62,1	13,9
Publicação e Mídia Impressa	130.153	69,4	11,0	55.794	77,4	11,9
Serviços Criativos	113.215	78,8	11,9	155.740	99,5	13,9
Sítios Culturais	15.974	78,7	11,5	39.973	105,8	12,3
Total Economia Criativa	583.025	65,7	11,2	575.034	78,7	12,1
Total Rais	30.485.676	84,3	10,3	30.485.676	84,3	10,3

Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2010).

## ***5. Valor Adicionado da Economia Criativa no Brasil***

Com o intuito de avaliar a dimensão da economia criativa, utilizou-se a Pesquisa Anual de Serviços do IBGE, corrigida pela proporcionalidade das ocupações criativas obtidas a partir da Rais, conforme já explicado na segunda seção. Assim, o valor adicionado (VA) gerado pelas indústrias criativas no Brasil em 2009 é apresentado na Tabela 3. Comparado ao monte do PIB no mesmo ano, obtém-se 1,7% - sem se proceder a correção em função do viés amostral da PAS. No entanto, realizando-se a correção obtém-se que o valor adicionado da economia criativa brasileira é de 1,1% do PIB. Quando se compara o VA gerado pelas indústrias criativas com o VA total da economia em 2009, obtém-se 1,2%. Ressalte-se que essa comparação não incorpora a informalidade presente na economia brasileira.

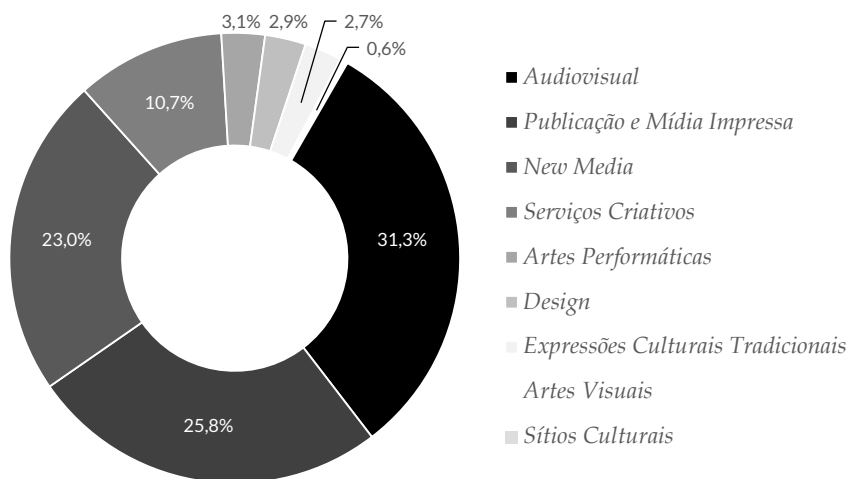
*Tabela 3 – VA da Economia Criativa*

ATIVIDADES	VA 2009 (R\$)	VA 2009 CORR (R\$)
Audiovisual	13.632.938.495	10.634.212.845
Publicação e Mídia Impressa	11.796.885.156	8.769.256.858
<i>New Media</i>	17.348.826.461	7.830.287.412
Serviços Criativos	7.090.237.786	3.634.475.441
Artes Performaticas	1.858.303.349	1.061.713.055
<i>Design</i>	1.906.174.146	996.542.482
Expressões Culturais Tradicionais	1.560.361.107	903.866.612
Artes Visuais	473.117.407	198.769.730
Sítios Culturais		-
<b>VA TOTAL DA EC</b>	<b>55.666.843.907</b>	<b>34.029.124.435</b>
<b>VA TOTAL DA ECONOMIA</b>		<b>2.794.379.000.000</b>
<b>PIB</b>		<b>3.329.404.000.000</b>
<b>% VA</b>		<b>1,2%</b>
<b>% PIB</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,1%</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE (2009a) e MTE (2009).

O Gráfico 12 apresenta a participação de cada um dos nove segmentos da economia criativa, conforme o modelo Ipea de indústrias criativas. O segmento do audiovisual (áudio, cinema, rádio, TV e vídeo), responde por 31,3% do VA gerado pelas indústrias criativas em 2009. Outro segmento expressivo é o de publicações e mídia impressa (imprensa, mercado editorial e outras publicações), com 25,8% do VA total naquele ano. Também é expressivo o segmento de *new media*, que contém o mercado de publicidade e geração de conteúdo na Internet (expressivamente WEB). Esse segmento responde por 23% do VA total, enquanto os serviços criativos (arquitetura, ensino, recreação, P&D criativo e outros) respondem por 10,7%. Ressalte-se que o segmento das artes performaticas (circo, dança, música, teatro e demais espetáculos) responde por 3,1% do VA, e o segmento do *design*, com 2,9%, ambos bem abaixo dos segmentos mais expressivos. Também os sítios culturais e as artes visuais (escultura, fotografia e pintura) ficaram com valores inexpressivos. Esses percentuais, pouco expressivos para alguns segmentos, podem ser resultantes do maior grau de informalidade desses segmentos, conforme será analisado mais à frente, ou mesmo, no caso dos sítios culturais, do fato de que essas atividades têm caráter público.

**Gráfico 12 - % do VA dos setores da EC (2009)**



Fonte: Elaboração própria a partir da IBGE (2009a) e MTE (2009).

Por fim, na Tabela 4 são apresentados os valores do VA gerados pelas indústrias criativas em 2007, 2008 e 2009, conforme a PAS/IBGE. Por meio dela pode-se inferir que a participação das indústrias criativas, tanto em relação VA total da economia, quanto ao PIB, não se alteraram significativamente no período. No entanto, apesar de o período avaliado contemplar somente três anos, parece existir um crescimento lento da participação das indústrias criativas no Brasil.

**Tabela 4 - Evolução do VA da EC - 2007 a 2009 - a preços correntes**

	2007	2008	2009
VA EC (R\$)	20.310.158.021	29.368.527.229	34.029.124.435
VA TOTAL (R\$)	2.287.858.000.000	2.580.449.000.000	2.794.379.000.000
PIB (R\$)	2.661.344.000.000	3.032.203.000.000	3.239.404.000.000
% VA	0,9%	1,1%	1,2%
% PIB	0,8%	1,0%	1,1%

Fonte: Elaboração própria a partir da IBGE (2009a) e MTE (2009).

## 6. Economia Criativa e Informalidade

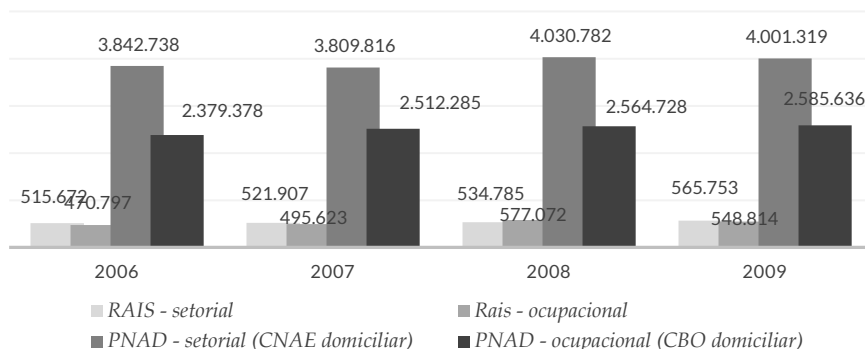
A fim de mensurar as características da economia criativa, sob o ponto de vista do trabalho formal e informal, recorreu-se à Pnad. Pesquisas domiciliares como a Pnad, ao contrário de registros administrativos de empresas como a Rais, têm a característica de serem pesquisas respondidas pelas famílias e por isso conseguem capturar as características dos trabalhadores que atuam no mercado informal, bem como também do mercado formal.

Entretanto, como antecipado na segunda seção, lidar com a Pnad impõe algumas dificuldades. A primeira é que, diferentemente da Rais (de natureza censitária), a Pnad é uma pesquisa amostral, que precisa ter seus resultados expandidos a partir dos pesos amostrais. Para algumas variáveis e recortes, isso não é problemático; todavia, a delimitação do escopo das atividades ou ocupações da economia criativa pode ter um impacto potencializado pelos pesos amostrais.

A segunda dificuldade é que as traduções entre a CNAE 2.0 e a CNAE domiciliar e, sobretudo, entre a CBO e a CBO domiciliar não são perfeitas. No caso da CBO domiciliar, um mesmo código inclui ocupações criativas e não-criativas, e um critério de rateio a partir da Rais foi empregado. Contudo, não foi possível separar as ocupações em áreas da economia criativa para esse recorte ocupacional. No caso do recorte setorial, a opção foi pela tradução direta entre as áreas da economia criativa e a CNAE domiciliar para o caso do recorte setorial.

Feitas essas considerações, o Gráfico 13 traz o número de trabalhadores em economia criativa, de acordo com os quatro critérios possíveis: Rais setorial, Rais ocupacional, Pnad setorial e Pnad ocupacional. De acordo com a Pnad, o total de trabalhadores formais e informais em economia criativa somou 4 milhões ou 2,6 milhões em 2009, de acordo com os recortes setorial e ocupacional, respectivamente<sup>6</sup>. De todo modo, isso aponta para grande presença da informalidade na economia criativa.

**Gráfico 13 – N° de trabalhadores formais e informais, a partir da Rais e Pnad: 2006-2009**

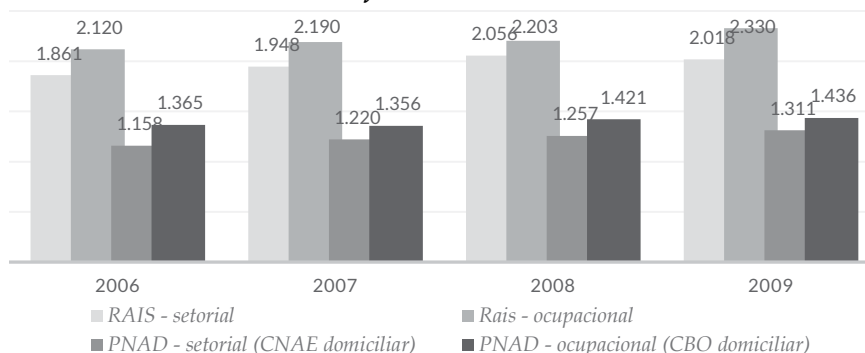


Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2009) e da IBGE (2009b).

6. A partir de abordagem semelhante, Caiado (2011) calcula que havia, em 2009, 3,2 milhões de trabalhadores criativos formais e informais de acordo com o recorte setorial.

Quando se compara o mercado formal (a partir da Rais) com o mercado total (formal mais informal, a partir da Pnad), tem-se que os salários no mercado formal tendem a ser maiores, como ocorre no restante da economia e conforme mostrado no Gráfico 14. De todo modo, mesmo no mercado de trabalho total os trabalhadores da economia criativa tendem a ganhar mais que a média global, tanto que a participação da economia criativa na massa salarial é superior à participação no emprego.

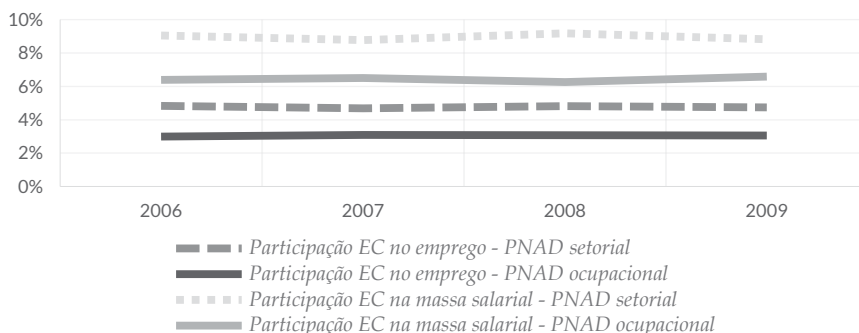
**Gráfico 14 – Salário médio dos trabalhadores em economia criativa, a partir da Rais (formais) e Pnad (informais): 2006-2009**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2009) e da IBGE (2009b).

Considerando o universo de trabalhadores, o Gráfico 15 mostra que os trabalhadores criativos respondem por aproximadamente 4,8 ou 3% do total de trabalhadores da Pnad com mais de 10 anos que percebem algum rendimento positivo relativo ao trabalho principal, de acordo com os critérios setorial e ocupacional, respectivamente.

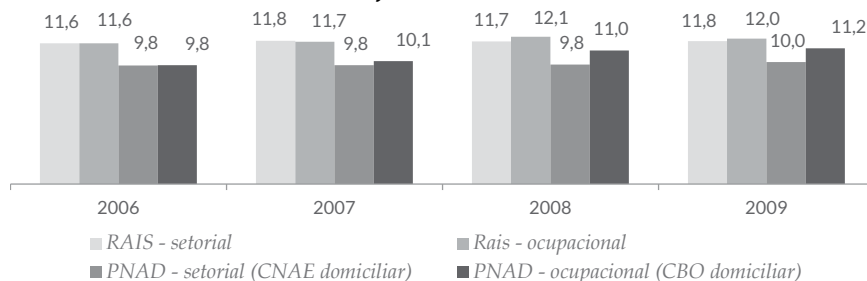
**Gráfico 15 – Participação da EC no emprego e na massa salarial – Pnad**



Fonte: Elaboração própria a partir da IBGE (2009b).

Ainda de acordo com o mesmo Gráfico 15, a economia criativa responde por pouco mais de 6% da massa salarial do total de trabalhadores no critério ocupacional e em torno de 9% no setorial. Tanto a participação da economia criativa no total de trabalhadores quanto na massa salarial permanecem relativamente estáveis entre 2006 e 2009. O Gráfico 16, a seguir, mostra que, a exemplo da remuneração, os trabalhadores formais em economia criativa são mais escolarizados que o total. Entretanto, essas diferenças parecem estar se reduzindo com o tempo.

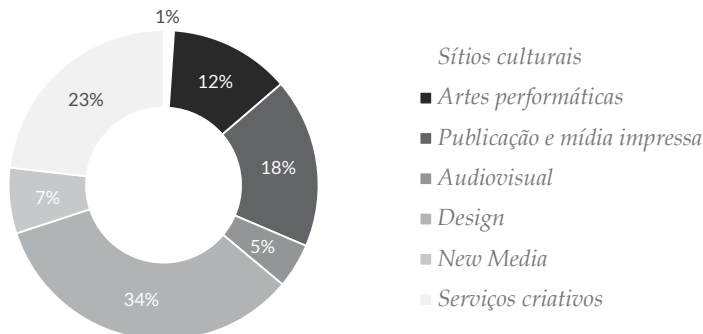
**Gráfico 16 – Anos de estudo, a partir da Rais (formais) e Pnad (informais): 2006-2009**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2009) e da IBGE (2009b).

O Gráfico 17 mostra a distribuição por área da economia criativa, de acordo com a classificação setorial CNAE domiciliar, enquanto a Tabela 5 apresenta as características dos trabalhadores dessas áreas. Diferentemente do que ocorre no mercado formal, a área que mais concentra trabalhadores é a dos profissionais ligados à indústria da beleza e afins, inseridos no grupo de *design*, juntamente com moda e outros. Entretanto, deve-se lembrar que a CNAE domiciliar é bem mais agregada que a CNAE 2.0, então, a correspondência entre as duas não é direta, o que dificulta a comparação.

**Gráfico 17 – Distribuição dos trabalhadores em áreas da economia criativa a partir da PNAD – recorte setorial (CNAE domiciliar), 2009**



Fonte: Elaboração própria a partir da MTE (2009) e da IBGE (2009b).



*Tabela 5 – Características dos trabalhadores, por áreas da economia criativa a partir da Pnad – recorte setorial (CNAE domiciliar, 2009)*

ÁREA	NÚMERO DE TRABALHADORES	SALÁRIO MÉDIO MENSAL (R\$ 2010)	ANOS DE ESTUDO
Sítios culturais	43,267	1,283.37	11.30
Artes performáticas	504,616	1,189.93	10.07
Publicação e mídia impressa	709,146	1,253.61	10.36
Audiovisual	186,595	1,571.82	11.49
Design	1,355,411	676.99	8.49
New Media	274,287	3,043.08	11.76
Serviços criativos	927,997	1,785.38	11.20

Fonte: Elaboração própria a partir da IBGE (2009b).

## 7. Considerações Finais

Como exposto no presente capítulo, a economia criativa ganhou importância na atualidade em função das possibilidades portadoras de futuro que ela conduz, quer seja em função dos aspectos sociais e culturais, quer em função dos aspectos econômicos e seus transbordamentos para outras áreas da atividade econômica. A análise aqui exposta apresentou um quadro multidimensional baseado na literatura internacional do conjunto de segmentos que a integram. A perspectiva principal é que com essa análise possa aprofundar o nível de intervenção do Estado, no sentido de garantir crescimento sustentável, dado que o Brasil é sabidamente rico e diverso culturalmente – insumo básico para a atividade.

Conforme os dados apresentados e de acordo com os critérios citados, o tamanho da economia criativa no Brasil varia entre 1,2% e 2% do PIB brasileiro. Quando se compara essa participação com a verificada em outros países, observa-se que o Brasil está muito abaixo dos países onde ela é significativamente expressiva, tais como França e Inglaterra. Assim, pode-se considerar que o país é de baixa intensidade criativa, ainda que, pelo menos em algumas atividades, haja escala suficiente para permitir que esse percentual aumente significativamente.

A análise da dimensão formal, expressa pelo valor adicionado da economia criativa, permite observar que ela cresce alinhada ao resto da economia. Não existem indicações de que ela esteja crescendo significativamente mais do que a economia brasileira. Já o emprego formal da economia criativa apresenta diferenças significativas em relação à massa de empregos formais da economia brasileira. Os trabalhadores criativos apresentam escolaridade maior e recebem maiores salários. No entanto, a rotatividade no emprego deles é maior que a média dos trabalhadores formais no Brasil. As diferenças se acentuam quando se avalia o recorte ocupacional, o que já era esperado, uma vez que esse recorte visualiza o *core* das ocupações criativas. Enquanto o recorte setorial prioriza a visão da atividade empresarial, ou seja, os trabalhadores nas ocupações criativas independentemente da atividade fim da empresa.

Os dados também permitem analisar como estão distribuídos espacialmente

os trabalhadores criativos. Eles se concentram nas grandes cidades, especialmente naquelas do Sudeste e Sul brasileiros. Sem embargo, a teoria prevê a concentração dos empregos criativos nos grandes centros.

Internamente, conforme os dados, os segmentos constituintes das indústrias criativas têm o VA majoritariamente distribuídos entre o audiovisual, publicação e mídia impressa e as chamadas *new medias*. Eles representam 80,1% do VA gerado pela economia criativa. Enquanto os segmentos mais intensivos em pessoal são os serviços criativos, *design*, e publicação e mídia impressa. Eles representam 75% do pessoal ocupado pela economia criativa.

Quando se estende a análise a fim de considerar também o mercado informal – que, pela própria dinâmica da economia criativa, deve corresponder à maior parte da atividade econômica – encontra-se a dificuldade de converter as áreas e campos da economia criativa para as classificações de atividades e ocupações da Pnad. Ainda assim, estima-se que a economia criativa deve corresponder a aproximadamente 3% da força de trabalho e 6% da massa salarial. A comparação entre os perfis da mão de obra do mercado formal e total (formal mais informal) mostra que, conforme ocorre no restante da economia, a mão de obra formal da economia criativa é mais escolarizada e ganha mais. Entretanto, mais uma vez ressalte-se que há várias limitações metodológicas com respeito a essas estimativas a partir da Pnad.

No sentido de aprofundar as análises, a pesquisa aponta a necessidade de se seguir os estudos em duas direções. A primeira é a realização de pesquisa específica sobre a economia criativa, sobretudo para capturar sua dimensão informal. Em todas as análises aqui apresentadas – mercado formal de trabalho, valor adicionado, e principalmente mercado de trabalho total – foram encontradas dificuldades metodológicas, inerentes à adaptação das pesquisas existentes que não foram desenhadas para tratar do problema da economia criativa. Uma pesquisa específica para o segmento pode retratar as dimensões econômicas e sociais desse campo de estudo com mais exatidão e assim auxiliar o desenho das políticas mais adequadas ao fomento da economia criativa.

A segunda é a realização de estudo sobre o mercado de trabalho nas atividades integrantes da economia criativa. Ele deverá analisar com mais profundidade especialmente duas questões: a rotatividade de pessoal e as diferenças salariais.

Quanto à rotatividade, foi verificado que os trabalhadores criativos permanecem menos em seus empregos, é preciso saber se isso se deve a uma instabilidade inerente às ocupações criativas ou se pode ser um indicador de escassez de mão de obra, uma vez que os trabalhadores podem estar preferindo o desligamento de seus postos atuais a fim de buscar maiores remunerações em outras empresas.

Quanto às diferenças de salário, sabe-se que os trabalhadores da economia criativa ganham mais. No entanto, boa parte desse fato pode ser atribuída a sua melhor escolaridade. Assim, existe de fato um prêmio salarial associado à economia criativa? Ele ocorre para os criativos embutidos e para as ocupações de apoio? Testes estatísticos deverão ser realizados referentes à escassez de mão de obra. Eles poderão confirmar ou refutar as hipóteses da literatura sobre qualidade dos trabalhadores e suas ocupações, bem como sobre a dinâmica do mercado de trabalho em economia criativa.

Por fim, o conjunto de dados analisados permite antever a necessidade de políticas públicas que aumentem a participação das indústrias criativas na economia brasileira,

dado que elas representam ocupações de maior nível de renda e educacional, com efeito multiplicador de geração de emprego e renda. Também, essas políticas públicas devem expandir para outras regiões, potencialmente expressivas em termos de riqueza e diversidade cultural, diminuindo assim a concentração regional das atividades.

## 8. Referências

CAIADO, A. S. C. (Org.). **Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e potencialidade**. São Paulo: Fundap, 2011.

CUNNINGHAM, S. D. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. **Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources**, n. 102, p. 54–65, 2002.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. Londres: DCMS/UK, 2001.

FLORIDA, R. **The flight of the creative class: The new global competition for talent**. Nova York: HarperBusiness, 2007.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class–Revisited: Revised and Expanded**. [S.l.]: Basic books, 2012.

GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. **Handbook of the Economics of Art and Culture**. [S.l.]: North Holland, 2006. v. 1

HESMONDHALGH, D. **The cultural industries**. [S.l.]: Sage, 2003.

HOWKINS, J. **The creative economy: How people make money from ideas**. [S.l.]: Penguin, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Anual de Serviços**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Anual de Serviços**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Anual de Serviços**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar Contínua**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009b.

KEA, E. A. **The Impact of Culture on Creativity: study prepared for the European Commission**. Bruxelas: European Commission, 2009.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO (MTE). **Relação Anual de Informações Sociais: Anuário RAIS**. 2007. Disponível em: [http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_anuario\\_rais/anuario.htm](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_anuario_rais/anuario.htm). Acesso em setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. **Relação Anual de Informações Sociais:** Anuário RAIS. 2008. Disponível em: [http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_anuario\\_rais/anuario.htm](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_anuario_rais/anuario.htm). Acesso em setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. **Relação Anual de Informações Sociais:** Anuário RAIS. 2009. Disponível em: [http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_anuario\\_rais/anuario.htm](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_anuario_rais/anuario.htm). Acesso em setembro de 2013.

\_\_\_\_\_. **Relação Anual de Informações Sociais:** Anuário RAIS. 2010. Disponível em: [http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_anuario\\_rais/anuario.htm](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_anuario_rais/anuario.htm). Acesso em setembro de 2013.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option.** Genebra: Unctad, 2010.

WIPO. **Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries.** Genebra: Wipo, 2003.

# Desenvolvimento econômico e indústrias criativas: um conto de causalidade

*Francisco Marco-Serrano<sup>1</sup>  
Pau Rausell-Koster<sup>2</sup>*

## 1. Introdução

As regiões europeias, especialmente as do sul do continente, estão em uma encruzilhada sem precedentes desde o desfecho da Segunda Guerra Mundial. Em 1989, ano da queda do Muro de Berlim, emergiu na Europa o espaço político e econômico mais bem-sucedido por meio de um processo de convergência econômica e integração não forçada que pode ser considerado milagroso em termos históricos. Vinte anos depois, o impacto da crise financeira nos Estados Unidos atingiu as economias europeias gerando quedas no produto interno bruto (PIB) de 6% na Alemanha, no Reino Unido e na Itália. Desde então, houve uma série de tentativas para superar uma crise que quase colapsou o sistema monetário e danificou a economia real; as políticas econômicas implementadas resultaram em uma redução substancial no tamanho do Estado de bem-estar que caracterizava o modelo europeu.

Com esse pano de fundo, diferentes propostas tentam buscar um modelo econômico sustentável para assegurar a competitividade da Europa no médio e no longo prazo. Fortalecer as indústrias culturais e criativas (ICC) é um dos caminhos propostos. Na realidade, como apontado por Potts e Cunningham (2010), essas indústrias tem sua importância em termos dinâmicos, derivada de sua capacidade de catalisar crescimento e desenvolvimento econômico dinâmico, mesmo quando sua importância estática cresce também e se constitui em um setor econômico cujo tamanho supera o setor primário em termos de valor adicionado bruto em muitos países ocidentais.

Usando dados europeus em nível regional e modelação de equação estrutural (SEM), buscamos analisar se há uma relação verdadeira entre crescimento econômico e a força das indústrias criativas, construindo um modelo que nos permita interpretar os impactos de diferentes variáveis socioeconômicas no crescimento da geração de renda de uma região e no emprego no sector.

---

1. Doutorando em Economia pela Universidade de Valência, Espanha. Professor do Departamento de Economia na Escola de Gestão de Greenwich, Londres, Reino Unido. E-mail: francisco.marcoserrano@gsm.org.uk

2. Doutor em Economia pela Universidade de Valência, Espanha. Professor no Departamento de Economia Aplicada da mesma universidade. E-mail: pau.rausell@uv.es

## 2. Condições socioeconômicas e indústrias culturais e criativas na Europa

Apesar das discussões sobre a definição de ICC e dos diferentes comportamentos de cada um de seus subsetores, a literatura acadêmica enfatizou em alguns detalhes a relação entre cultura e desenvolvimento. Power e Nielsén (2010) e Power (2011, p. 2) afirmaram que “regiões com altas concentrações de indústrias criativas e culturais possuem os níveis de prosperidade mais altos da Europa”, sugerindo que há um conjunto crescente de evidências reforçando a ideia de que há uma relação forte entre o tamanho das ICC e a riqueza das regiões na Europa.

Essa evidência mostra que as relações não são apenas correlações, mas relações causais e circulares. Portanto, ser uma região rica é a causa de se ter mais pessoas trabalhando nos setores de ICC; ao mesmo tempo, ter mais pessoas trabalhando nesses setores faz da região mais rica, o que, por sua vez, atrairá mais emprego para o setor, transformando o processo em um círculo virtuoso. Outras conclusões apontam que essas relações são complexas, múltiplas e às vezes contraditórias (DE MIGUEL et al, 2012; RAUSELL; ABELEDO, 2012).

Tradicionalmente, a relação entre atividades culturais e criativas foi relegada a responder questões sobre o fracasso de artes e mercado (economia cultural) ou sobre a busca por racionalidade para a regulação cultural. Do contrário, atualmente há um foco no papel da mídia, da cultura e da comunicação em gerar mudança e crescimento no sentido schumpeteriano: o “motor capitalista” (CUNNINGHAM, 2011). A Europa não possui mais opções de especialização no cenário global de competitividade. Como o Livro Verde “Destravando o potencial das indústrias culturais e criativas” afirmou:

*Para a Europa e outras partes do mundo, o lançamento acelerado de novas tecnologias e a crescente globalização significaram uma forte mudança para longe da manufatura tradicional em direção a serviços e inovação. O chão da fábrica está progressivamente sendo substituído por comunidades criativas, cuja matéria-prima é sua capacidade de imaginar, criar e inovar. Nessa nova economia digital, valores imateriais determinam crescentemente o valor material, uma vez que consumidores buscam “experiências” novas e enriquecedoras. A capacidade de criar experiências sociais e estabelecer redes de relações é agora um fator de competitividade (EUROPEAN COMMISSION, 2010b, p. 2).*

Assim, se queremos alavancar criatividade e inovação e criar uma nova cultura empresarial, os governos precisam estimulá-las por meio do empoderamento das ICC. Lamentavelmente, como afirmaram Cooke e De Propis (2011), o crescimento econômico da União Europeia não leva as oportunidades e o potencial das ICC suficientemente em conta, favorecendo tecnologias e serviços brutos.

Do lado positivo, um consenso está se formando em torno do fato de que a dimensão simbólica de uma área e como ela se implementa em atividades culturais e

criativas afetando sua estrutura socioeconômica e competitividade está muito além dos aspectos estéticos da atividade cultural. Contudo, formulações de políticas se tornaram muito vagas, e a cultura aparece como uma variável contextual que engloba tudo, mas em que é difícil determinar a causalidade das relações (RAUSELL; ABELEDO, 2012). Ainda, alguns autores questionam seriamente a relação entre economia criativa e desenvolvimento (ver REESE; SAND, 2008).

Apenas recentemente foi desenvolvido um corpo teórico para revelar uma abordagem mais acurada para a caixa preta que conecta atividades culturais e criativas a competitividade e performance econômica de uma região. Mesmo levando em conta que estamos desenvolvendo rapidamente uma linha que conecta cultura e criatividade a desenvolvimento econômico, há ainda muitas questões não resolvidas. De fato, um dos objetivos desta pesquisa é aprofundar nossa compreensão das dinâmicas de relações entre as ICC e a performance econômica de uma região.

Segundo a pesquisa patrocinada pela Comissão Europeia, a geração de renda nas regiões europeias é explicada pelo efeito instantâneo de emprego nos setores criativos. O relatório “A economia da cultura na Europa” (EUROPEAN COMMISSION/KEA, 2006), além de revelar as ligações entre criatividade e inovação dentro do setor de tecnologia da informação e das comunicações e de desenvolvimento regional e atratividade, demonstrou que os setores criativos e culturais na Europa são tão competitivos quanto os outros setores industriais; em alguns casos, inclusive, são mais competitivos, tornando as ICC o motor do crescimento econômico baseado na força de trabalho.

A urbanização é outro fator relevante para explicar o emprego no setor cultural, o que reforça a importância de economias de aglomeração e de formação de *clusters* de atividades criativas e culturais. Regiões urbanas concentram 32% da força de trabalho criativa com apenas 25% da população ativa (RUSSO; QUAGLIERI, 2011). Trabalhos como o Relatório de Competitividade Europeia (EUROPEAN COMMISSION, 2010a) apontaram diversas razões por que as indústrias criativas estão concentradas em regiões urbanas. Os fatores principais são: (1) importância de mercados de trabalho locais específicos e de conhecimento tácito; (2) externalidades (*spillovers*) de uma indústria criativa para outra; (3) o acesso das empresas a infraestruturas específicas e recursos coletivos; (4) trabalho baseado em projeto; (5) benefícios sinérgicos de aprendizado coletivo; e (6) desenvolvimento de serviços associados, infraestrutura e políticas governamentais de apoio. No entanto, outros estudos baseados no método dos mínimos quadrados (EUROPEAN COMMISSION, 2010a) indicam que o nível de especialização urbana de indústrias criativas aumenta menos do que proporcionalmente ao aumento no tamanho da população. Esses dados podem indicar que, em alguns setores, espaços urbanos oferecem uma massa crítica mínima que permite o estabelecimento de atividades culturais e criativas. Contudo, uma vez que essa massa crítica é ultrapassada, as variações não são proporcionais.

Outra variável a ser considerada quando se explica o emprego em indústrias criativas é o capital humano. Não obstante, as indústrias criativas estão fortemente ligadas à existência de uma concentração de indivíduos altamente educados (FLORIDA, 2002).

Em Rausell, Marco-Serrano e Abeledo (2011), algumas hipóteses sobre a direção da causalidade entre emprego nas ICC e desenvolvimento econômico são propostas. Nesse trabalho, uma abordagem de dados em painel econométrico é adotada para

testar a causalidade entre PIB per capita e intensidade de trabalho nas ICC mensurada como percentual das pessoas empregadas no setor com relação ao total na região, com o escopo de pesquisa sendo a Espanha. Os resultados dessa pesquisa mostraram a existência de uma relação bidirecional e retardada entre as duas variáveis, o que os autores chamaram de “círculo virtuoso” entre geração de renda e intensidade do trabalho em ICC.

Para nossa pesquisa, estamos interessados em aumentar o escopo da análise iniciada por Rausell, Marco-Serrano e Abeledo (2011) para abarcar toda a área econômica europeia. Ainda, iremos utilizar uma metodologia considerada tecnicamente mais adequada para testar as seguintes hipóteses:

**H1:** Há um efeito causal bidirecional entre geração de renda regional e intensidade do trabalho nas ICC na Europa.

**H2:** A intensidade do trabalho nas ICC está ligada ao estoque de capital humano, ligado à presença de um setor forte de educação superior e a processos de urbanização.

## 3. *Dados*

Empregando dados do Eurostat e do European Cluster Observatory, compilamos um conjunto de dados não balanceados composto de 271 regiões europeias (nível 2 de Nuts)<sup>3</sup>. Os dados disponíveis incluem os anos de 1999 a 2008.

### 3.1. *Geração de renda*

Para analisar geração de renda, utilizamos três variáveis: PIB per capita (GDPPC, em termos de nível de poder de compra); renda familiar disponível per capita (DIPH, mensurada em nível de poder de compra); e produtividade aparente do trabalho (PROD). Enquanto a primeira é uma das variáveis mais empregadas para avaliar desenvolvimento econômico, a segunda extrai o efeito de impostos, permitindo determinar a renda que pode ser usada individualmente e efetivamente para obter utilidade direta. Contudo, isso obvia os efeitos derivados do uso que os governos fazem dos recursos dos impostos. Quanto à terceira variável, é preciso considerá-la quando se avalia a geração de renda de uma economia devido a sua relação com criação de emprego e estabelecimento de salário, e porque é o principal motor de crescimento econômico.

### 3.2. *Emprego*

O período analisado foi uma década de crescimento em termos de emprego, com a taxa de emprego testemunhando um crescimento anual de 0,71% e a taxa

3. De acordo com o Eurostat, “A classificação de Nuts (Nomenclatura de unidades territoriais para estatística é um sistema hierárquico para dividir o território econômico da UE”. Regiões Nuts 2 são “regiões básicas para a aplicação de políticas regionais”. Ver Regulation (EC) No 1059/2003 estabelecendo a classificação comum de unidades territoriais para estatística (Nuts).



de desemprego caindo a 3% ao ano. Para analisar a evolução do emprego nas ICC, recorremos à definição operacional do Observatório de Clusters Europeu (POWER, 2011) e, assim, consideramos tanto emprego nas ICC quanto emprego em serviços profissionais intensivos em conhecimento. As variáveis foram calculadas como intensidades, obtendo-se as porcentagens de emprego em comparação ao emprego total das regiões INTCCI (intensidade do emprego no setor de ICC) e INTKIBS (intensidade do emprego no setor de KIBS).

### **3.3. Educação superior**

Três variáveis foram consideradas como indicadores de educação superior: estudantes na educação terciária ISCED 5-6 (Classificação Padrão Internacional de Educação, níveis 5-6) como percentual da população entre 20 e 24 anos em nível regional (STTER1); proporção de estudantes de ensino superior entre a população da região (STTER2); e estudantes no nível regional como percentual de todos os estudantes em nível nacional (STTER3).

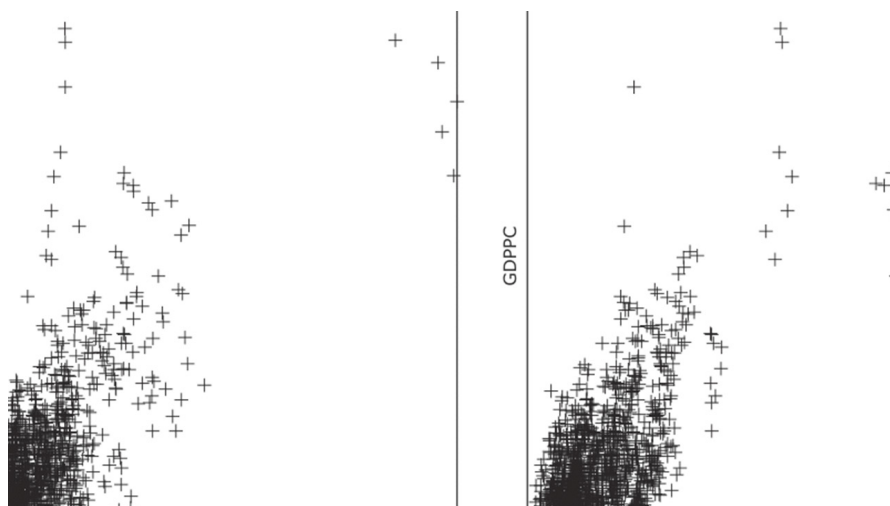
### **3.4. Urbanização**

O nível de urbanização é uma das características que acompanham tanto o crescimento econômico quanto a evolução das ICC. Já que o fenômeno cultural e criativo é uma entidade urbana, é interessante avaliar se essas características são decisivas ou explicativas do nível de desenvolvimento de uma economia regional no nível europeu. A média de valores de cada variável e ano pode ser encontrada na Tabela 1.

## ***4. Avaliando a causalidade entre trabalho em indústrias culturais e criativas e geração de renda***

Estabelecer a relação entre intensidade laboral nas ICC (INTCCI) e intensidade laboral para serviços empresariais intensivos em conhecimento (INTKIBS) com PIB per capita para o período de 1999-2008 mostra um relação forte entre mercados laborais de INTCCI e INTKIBS e geração de renda per capita (Figura 1). Ambas as variáveis de intensidade de trabalho são capazes de explicar até 47,57% (INTCCI) e 53,32% (INTKIBS) da variação em PIB per capita. Contudo, deve-se notar que a região metropolitana de Londres tem um grande impacto; quando essa região é omitida, os coeficientes de determinação caem para 39,58% (INTCCI) e 45,52% (INTKIBS).

**Figura 1 - Relação entre intensidade de trabalho em ICC e KIBS e PIB per capita (1999-2008)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Eurostat e Power (2011).

**Tabela 1 - Variáveis do Modelo**

ANO	CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS		
	Nº ABS.	VAR. %	Nº ABS	VAR. %	Nº ABS.	VAR. %	
2014	1º trim.	1.077.260	4.407.766		91.251.589		
	2º trim	1.057.595	-1,83	4.839.965	9,81	92.051.939	0,88
	3º trim	1.090.395	3,1	5.261.137	8,7	92.269.100	0,24
	4º trim	1.163.419	6,7	5.446.229	3,52	92.874.532	0,66
2015	1º trim.	1.146.623	-1,44	5.319.452	-2,33	92.023.103	-0,92
	2º trim	1.232.415	7,48	5.218.160	-1,9	92.211.336	0,2
	3º trim	1.313.404	6,57	5.225.430	0,14	92.089.928	-0,13
	4º trim	1.333.876	1,56	5.068.013	-3,01	92.244.835	0,17
2016	1º trim	1.241.085	-6,96	5.058.077	-0,2	90.639.074	-1,74
	2º trim	1.288.408	3,81	5.197.489	2,76	90.798.100	0,18
	3º trim	1.243.324	-3,45	5.116.744	-1,55	87.479.184	-3,66
	Varição acumulada	166.148	15,42	708.978	16,08	-3.772.405	-4,13

Fonte: Elaboração própria a partir de Eurostat (2016) e Power (2011).

Essa relação aparente não significa que é um crescimento na intensidade do trabalho nesses setores que gera crescimento econômico, nem que o crescimento econômico é a causa para maior intensidade laboral nos setores considerados; isso pode simplesmente ser uma correlação espúria mostrando uma relação estatisticamente significativa sem nenhum sentido econômico. Poderia haver outro fenômeno: a transmissão de causalidade por meio de uma terceira variável invisível ou desconhecida ao pesquisador; ou poderia ser o efeito de mero acaso.

Econometricamente, podemos tentar minimizar o efeito de correlações espúrias ao incorporar mais variáveis explicativas. Lamentavelmente, esse procedimento carece da possibilidade de que algumas dessas variáveis são difíceis de mensurar, e nós ainda incorreríamos em uma questão da endogeneidade. (Segundo Greene [2003] esperar-se-ia que uma variável exógena variasse autonomamente, enquanto uma variável endógena não poderia variar independentemente das outras.) Variáveis instrumentais (IV) poderiam ser usadas para evitar uma questão de endogeneidade. Outras alternativas se relacionam a modelos de equações simultâneas, como vetor autorregressivo (VAR). Em Rausell, Marco-Serrano e Abeledo (2011), por exemplo, um teste de dados em painel baseado no teste de causalidade de Granger foi usado para determinar se padrões de causalidade são encontrados entre intensidade laboral em INTCCI e INTKIBS e PIB per capita.

Contudo, o modelo de erros espaciais (SEM) adequa-se melhor ao conceito de causalidade e considera a possibilidade de relações diretas e indiretas; por essa razão, escolhemos SEM para a análise nessa pesquisa. De acordo com Mueller e Hancock (2008), funções SEM podem ser encontradas na análise de trajetória e na análise de fator confirmatório, enquanto outras técnicas, como análise de variância, regressão linear múltipla e regressão canônica poderiam ser consideradas como casos específicos de SEM.

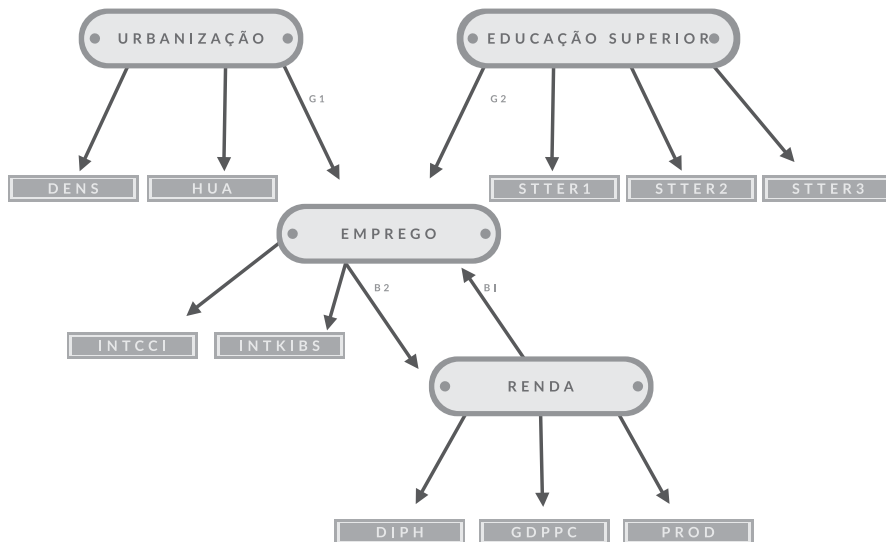
Essa técnica estatística adota uma abordagem confirmatória para a análise de uma estrutura teórica por meio de uma série de equações simultâneas. Alcançar um ajuste significativo de modelo nos daria uma ideia da plausibilidade da estrutura proposta. Causalidade é assim contrastada do ponto de vista tanto teórico quanto empírico. Nesse sentido, SEM tem uma reputação melhor na literatura acadêmica, mesmo que sua capacidade de avaliar relações causais verdadeiras tenha também gerado debate (para um relato abrangente desse debate, ver Pearl [2012]).

Para estabelecer o modelo teórico, criamos três construtos sintéticos nomeados de acordo com os grupos mencionados na seção anterior: urbanização, educação superior e emprego (em ICC). Esses indicadores sintéticos não observados (“variáveis latentes”, segundo a literatura de SEM) constituem nosso modelo estrutural, enquanto que as variáveis observadas das quais eles são formados estabelecem o modelo de mensuração. As últimas variáveis também são descritas na seção anterior.

Na Figura 2, as variáveis sintéticas estão marcadas com uma elipse, enquanto as variáveis observadas são mostradas dentro de retângulos. As flechas que ligam as variáveis sintéticas indicam uma relação teórica de causa-efeito, enquanto as que ligam uma variável sintética a uma observada indicam uma relação entre a estrutura (variável latente) e a mensuração (variável observada). Esse modelo cria uma hipótese sobre a existência de um efeito circular entre geração de renda e intensidade do trabalho em setores criativos.

O emprego em setores culturais é explicado por três tipos de efeito: (1) o modelo urbano, resultando da mensuração da densidade da população por km<sup>2</sup> (DENS) e a porcentagem da população vivendo em áreas densamente povoadas (HUA); (2) a geração de capital humano, resultando de STTER1, STTER2 e STTER3 (como definidos acima); e (3) o efeito de geração de renda, representada por GDPPC, DIPH e PROD (também definidos previamente).

**Figura 2 - Modelo conceitual - estrutura de causa-efeito para emprego em indústrias criativas e geração de renda**



Fonte: Elaboração própria.

Para estimar o modelo, o *software* estatístico R foi usado, empregando o pacote “lavaan” (ver Rosseel [2012]). A melhor aproximação para o construto educação superior é a combinação linear de STTER2 e STTER3, enquanto urbanização fica com HUA e DENS. Ambas as variáveis latentes explicam emprego. Contudo, INTCCI é a melhor opção para explicar emprego.

Como podemos ver na Tabela 2, mesmo havendo uma relação significativa entre emprego e renda, somente no Modelo 4 podemos encontrar uma relação inversa (renda é estatisticamente relevante para explicar emprego). Ainda, essa é uma relação indireta, o que parece ser contraintuitivo, uma vez que esperaríamos uma relação positiva.

*Tabela 2 - Resultados dos Modelos 1-4*

	MODELO 1		MODELO 2		MODELO 3		MODELO 4	
MODELO DE MENSURAÇÃO	COEF.	P	COEF.	P	COEF.	P	COEF.	P
Receita								
GDPPC	1,0000	N/A	1,0000	N/A	1,0000	N/A		
PROD							1,0000	N/A
Emprego								
INTCCI	1,0000	N/A					1,0000	N/A
INTKIBS			1,0000	N/A	1,0000	N/A		
Educação Superior								
SITER2	1,0000	N/A	1,0000	N/A	1,0000	N/A	1,0000	N/A
SITER3	1,2120	0,0000	1,1420	0,0000	1,1320	0,0010	1,2590	0,0000
Urbanização								
HUA	1,0000		1,0000	N/A	1,0000	N/A	1,0000	N/A
DENS	1,2480	0,0000			1,1710	0,0000	1,2590	0,0000
	MODELO 1		MODELO 2		MODELO 3		MODELO 4	
MODELO ESTRUTURAL	COEF.	P	COEF.	P	COEF.	P	COEF.	P
Receita								
	0,7570	0,0000	0,7640	0,0000	0,7100	0,0000	0,8370	0,0000
Emprego								
Educação Superior								
Urbanização								
Emprego								
Receita	-0,0840	-0,3710	-0,0340	0,7870	0,0850	0,2230	-0,3520	0,0040
Educação Superior	0,3830	0,0000	0,2480	0,0110	0,0400	0,6110	0,4240	0,0000
Urbanização	1,2070	0,0000	0,0000	1,2440	1,2440	0,0000	1,5020	0,0000
X <sup>2</sup>	3,946		6,395		9,251		4,671	
p	0,684		0,094		0,160		0,587	
AIC	4.056,29		3.415,61		3.998,01		4.068,03	
BIC	4.110,32		3.458,84		4.052,04		4.122,06	
adj-BIC	4.062,76		3.240,79		4.004,48		4.074,50	

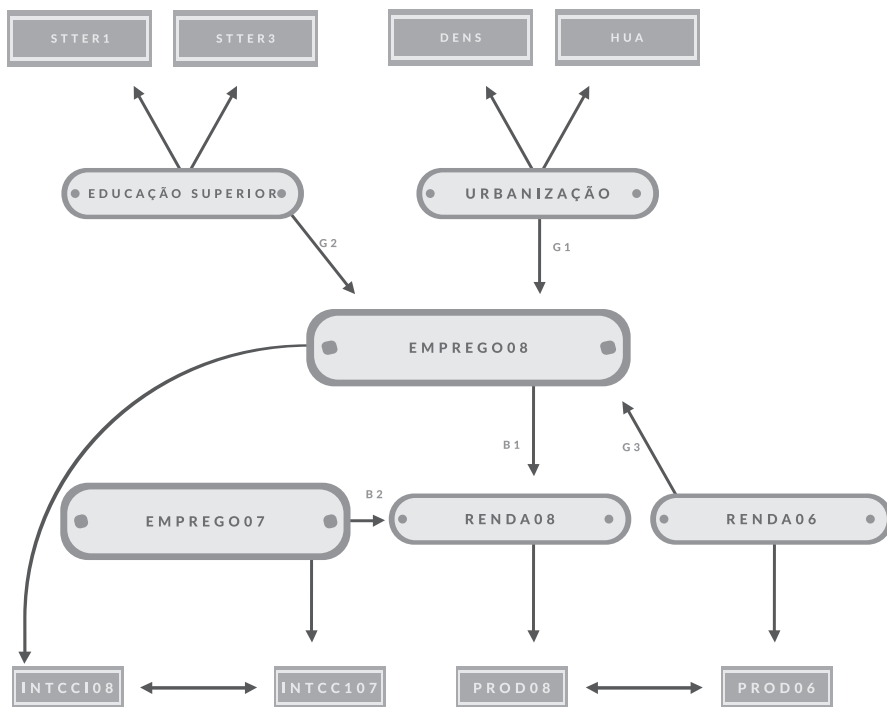
Fonte: Elaboração própria.

*Tabela 3 – Resultados do modelo 5*

MODELO 5			
MODELO DE MENSURAÇÃO	COEF.	P	
Receita08			
PROD08	1,0000	N/A	
Receita06			
PROD06	1,0000	N/A	
Emprego08			
INTCCI08	1,0000	N/A	
Emprego07			
INTCCI07	1,0000	N/A	
Educação Superior			
STTER2	1,0000	N/A	
STTER3	1,3310	0,0000	
Urbanização			
DENS	1,0000	N/A	
HUA	0,7770	0,0000	
MODELO 5			
MODELO ESTRUTURAL	COEF.	P	
Receita 08			
Emprego08	0,4050	0,0000	
Emprego07	0,4180	0,0000	
Emprego08			
Receita06	0,2160	0,0000	
Educação Superior	0,3100	0,0000	
Urbanização	0,7310	0,0000	
$X^2$	15,053		
$p$	0,18		
AIC	3.815,44		
BIC	3.905,49		
adj-BIC	3.826,22		
RMSEA	0,04		

*Fonte: Elaboração própria.*

Figura 3 – O círculo virtuoso das indústrias criativas



Fonte: Elaboração própria.

## 5. Considerações finais

Podemos concluir com a interpretação de que as fundações para ativar o círculo virtuoso gerado pela causalidade recíproca entre emprego em ICC e geração regional de renda são a existência e a concentração de capital humano nas áreas urbanas. Analisamos as condições quando há retorno entre emprego e geração de renda em um trabalho prévio (RAUSELL; MARCO-SERRANO; ABELEDO, 2011).

Nesse sentido, cidades e universidades se tornam fatores chave para o crescimento de ICC e, de acordo com a relação circular prevista, para o crescimento econômico das regiões. Deve-se ter em mente que o fator urbanização tem um grande impacto em determinar o emprego em ICC, reforçando os outros conceitos sobre a importância de economias de aglomeração e de economias de *clusters*.

Outro ponto que deve ser reforçado é o fato de que as variáveis que representam capital humano são aquelas relacionadas à proporção de estudantes entre 20 e 24 anos, aqueles teoricamente em idade de estudo universitário. Isso nos leva a considerar a importância de jovens formalmente treinados e o quão crítico é a disponibilidade de universidades no território para esse processo. Portanto, estamos pondo em questão a

ideia de importância da classe criativa, uma vez que aqui parecemos ter estabelecido como relevante o percentual de estudantes jovens, ao invés da porcentagem de profissionais. Isso indica que há uma correlação entre jovens e emprego em ICC, apoiada pelo fato de que ICC tende a ser um setor muito jovem em termos de força de trabalho. Se esse for o caso, então podemos assimilar a característica de “ser jovem” à dimensão criativa, e também a capacidade de assimilar inovações. Jovens participam mais de redes tanto físicas quanto virtuais e estão mais abertos a se adaptarem a modelos de trabalho mais flexíveis e ligados a estilos de vida que são tradicionalmente vistos como fundidos a estilos de trabalho instáveis (poderíamos adicionar “precários” aqui).

Por fim, nossos modelos trazem implicações para o papel das universidades. Nesse sentido, estas não são apenas socialmente lucrativas em termos de geração de capital humano e tecnologia, e como centros de transferência de tecnologia, mas como centros de disseminação de certos estilos de vida e de criação de demanda solvente, ao mesmo tempo em que ajudam a desenvolver pessoas capazes de trabalhar nas ICC.

## 6. Referências

COOKE, P.; DE PROPRIIS, L. A Policy Agenda for EU Smart Growth: the Role of Creative and Cultural Industries. *Policy Studies*, v. 32, n. 4, p. 365-375, 2011.

CUNNINGHAM, S. Developments in Measuring the “Creative” Workforce. *Cultural Trends*, v. 20, n. 1, p. 25-40, 2011.

DE MIGUEL, B. et al. The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions. *European Planning Studies*, v. 20, n. 8, p. 1263-1280, 2012.

EUROPEAN COMMISSION. **European Competitiveness Report 2010**: COM(2010) 614. Luxembourg: European Commission, 2010a.

EUROSTAT. **Cultural Statistics**. 2016 Edition. Bruxelles: Statistical Books, 2016.

\_\_\_\_\_. **Green Paper: Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries**: COM(2010) 183. Brussels: European Commission, 2010b.

EUROPEAN COMMISSION/KEA. **The Economy of Culture in Europe**. Brussels: European Commission/KEA, 2006.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.

GREENE, W. H. **Econometric Analysis**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003.

MUELLER, R. O.; HANCOCK, G. R. Best Practices in Structural Equation Modeling. In: OSBORNE, J. (Org.). **Best Practices in Quantitative Methods**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2008. p. 488-508.



PEARL, J. The Causal Foundations of Structural Equation Modelling. In: HOYLE, R. H. (Org.). **Handbook of Structural Equation Modelling**. New York: Guilford Press, 2012. p. 68-91.

POTTS, J.; CUNNINGHAM, S. Four Models of the Creative Industries. **Revue d'Économie Politique**, v. 120, n. 1, p. 163-180, 2010.

POWER, D. Priority Sector Report. Creative and Cultural Industries. **Europa Innova Paper**, n.16. European Cluster Observatory. Luxembourg: European Commission, 2011.

POWER, D.; NIELS, T. **Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries**. Preliminary Version. Brussels: European Cluster Observatory, 2010.

RAUSELL, P.; ABELEDO, R. Culture as a Factor for Economic and Social Innovation. **Report Tome 01**. Valencia: Sostenuto Project, 2012.

RAUSELL, P.; MARCO-SERRANO, F.; ABELEDO, R. Sector Cultural y Creativo y Riqueza de las Regions: en busca de Causalidades. **Ekonomiaz**, v. 78, n. 3, p. 66-89, 2011.

REESE, L. A.; SAND, G. Creative Class and Economic Prosperity: Old Nostrums, Better Packaging? **Economic Development Quarterly**, v. 22, n. 3, p. 3-7, 2008.

ROSSEEL, Y. lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling. **Journal of Statistical Software**, v. 48, n. 2, p. 1-36, 2012.

RUSSO, A.; QUAGLIERI, A. **Creative Workforce in Europe: Territorial Patterns and Effects**. Barcelona: ERSA Congress, 2011.



# A contribuição de atividades culturais e criativas para moldar o espaço socioeconômico europeu<sup>1</sup>

Raúl Abeledo-Sanchis<sup>2</sup>

O Relatório de Competitividade Europeia de 2010 (EU COMMISSION, 2010) informa que indústrias criativas (setores culturais incluídos) correspondem a 3,3% da produção total da União Europeia, mensurada como produto interno bruto (PIB), apesar de que usando uma classificação mais ampla proposta pela Unctad (2010) elas chegam a 6,5% do PIB da UE. Esses números são bastante semelhantes para a economia mundial, onde em 2005 elas geraram um PIB de US\$2.706 bilhões, e exportações de bens e serviços criativos atingiram US\$424 bilhões, o que representa 6,1% do PIB mundial e 3,4% de todo o comércio mundial (HOWKINS, 2007; UNCTAD, 2008). Ainda, foi um dos setores mais dinâmicos da Europa, com um grande potencial de crescimento e gera riqueza às nações e regiões que as sediam. O relatório também menciona que entre 2000 e 2007, o emprego nas indústrias criativas cresceu a uma média de 3,5% ao ano, comparado a 1% na economia geral da UE. Nos Estados Unidos e na China, as indústrias criativas também cresceram rapidamente, com uma média de crescimento do emprego a níveis anuais de 1,8% e 1,9%, respectivamente.

Estudos numerosos e recentes tratam das atividades culturais e criativas desde diferentes perspectivas (ESPON, 2013; DE MIGUEL *et al.*, 2012; MELLANDER; FLO-RIDA, 2011; POWER; NIELSÉN, 2010; RAUSELL; MARCO-SERRANO; ABELEDO, 2011; RUSSO; QUAGLIERI, 2011). No presente trabalho, tem-se como objetivo mensurar qual a relação entre as atividades culturais e criativas e as demais atividades da economia, bem como questões referentes a inovação e desenvolvimento regional. Para tal, dividiu-se o capítulo em 4 seções, para além desta introdutória.

A primeira seção busca contextualizar o leitor na discussão apresentada. Com um apanhado teórico sobre teorias de crescimento econômico e sua relação com as indústrias criativas, pretende-se introduzir a discussão que se aprofunda em números nos capítulos posteriores.

1. O presente capítulo baseia-se no quarto capítulo de Sostenuto (2012).

2. Doutor em Economia pelo Instituto de Desarrollo Local, Valência, Espanha. Professor no Departamento de Economía Aplicada da Universidad de Valência. E-mail: raul.abeledo@uv.es

Na segunda seção, por sua vez, propõe-se a utilização da metodologia SEM para analisar as relações das atividades culturais e criativas com o restante da economia. A metodologia SEM é uma metodologia internacionalmente reconhecida e tem seu uso recomendado para buscar relações de causalidade direta ou indireta entre categorias analisadas.

A terceira seção traz uma discussão que aprofunda um enfoque territorial. Ao centrar-se no recorte regional da região mediterrânea, traça-se um panorama objetivo para a região em questão.

A quarta e última seção, das considerações finais traz as reflexões elaboradas a partir do presente capítulo. São nela apontadas algumas questões relevantes sobre o contexto da economia da cultura e da economia criativa, principalmente no que tange a realidade europeia.

## *1. Economia, cultura e crescimento endógeno*

Sabe-se que a correlação não necessariamente implica a existência de relações causais entre um fenômeno (a dimensão de serviços criativos) e o nível de riqueza em uma região. A teoria do crescimento endógeno explica crescimento de longo prazo como emanando das atividades econômicas, internas ao sistema econômico, que criam novo conhecimento. A teoria do crescimento endógeno propõe canais pelos quais a taxa de progresso tecnológico, e, assim, a taxa de crescimento econômico de longo prazo, pode ser influenciada por fatores econômicos. Começa pela observação de que progresso tecnológico ocorre a partir de inovações, na forma de novos produtos, processos e mercados, muitos dos quais são o resultado de atividades econômicas. Ainda assim, é relevante apontar para a existência de correlação para o caso europeu da relação entre o PIB per capita e a participação dos empregos em indústrias criativas no total.

Uma segunda onda da teoria do crescimento endógeno, geralmente conhecida como teoria do crescimento baseado em inovação, reconhece que o capital intelectual, fonte de progresso tecnológico, é distinto do capital físico e humano. O ponto chave é que, enquanto capital físico e humano são acumulados a partir de poupança e educação, o capital intelectual cresce por meio da inovação.

O crescimento baseado em inovação se desenvolve por meio de duas linhas principais de modelos. A primeira são os modelos de mudança tecnológica endógena, iniciados por Romer (1990). Essa linha assume que a produtividade agregada é uma função crescente do grau de variedade de produto. Nessa teoria, a inovação causa crescimento da produtividade ao criar novas, mas não necessariamente melhoradas, variedades de produtos. Intuitivamente um acréscimo na variedade de produto, mensurado por  $A$ , eleva a produtividade ao permitir que a sociedade expanda sua produção intermediária mais fracamente através de um maior número de atividades, cada uma das quais está sujeita a retornos decrescentes, e, assim, exibe uma média mais alta de produto quando operado a uma intensidade menor.

A outra versão da teoria do crescimento baseado em inovação é a teoria schumpeteriana desenvolvida por Aghion e Howitt (1992) e Grossman e Helpman (1991). Essa linha

foca em inovações de aumento de qualidade que tornam produtos antigos obsoletos, a partir do processo que Schumpeter (1962) chamou de destruição criativa. Em essência, a taxa de crescimento depende da fração do PIB gasta em pesquisa e desenvolvimento.

Portanto, a teoria assentada na inovação implica que o caminho para crescer rapidamente é não guardar uma fração grande do resultado, mas devotar uma grande parte do resultado a atividades criativas. Apesar de, segundo a mania dos anos 1980 e 1990, atividades criativas serem usualmente assimiladas com P&D, a lógica da teoria baseada em inovação se adéqua melhor quando criatividade em um sentido mais amplo é introduzida no modelo. Assim, a criatividade traz novas ideias, que se transformam em inovações, inovações afetam a produtividade e trazem crescimento de longo prazo. De acordo com isso, as diferenças regionais de produtividade, renda per capita e crescimento de longo prazo devem ser explicadas por diferenças no tamanho do setor criativo.

### 1.1. Os modelos

No estudo em questão, utilizou-se dois tipos de modelos, um modelo estrutural para contrastar os efeitos de *clusters* (número de especializações regionais) e a estrutura produtiva em termos de conhecimento e intensidade criativa no PIB per capita das regiões europeias. O modelo empírico não é baseado em um modelo teórico formal, e assume que as diferenças no PIB por habitante nas regiões europeias se deve a esses dois elementos, combinados em níveis em uma forma linear e aditiva.

O segundo modelo é uma proposta mais elaborada e pode ser atingido seguindo a linha dos modelos de crescimento endógeno. Em particular, o modelo de Romer (1990) (JONES, 1997) explica diferenças de renda e crescimento entre países ou regiões tendo por base diferenças em inovação, devido a diferenças na produção de ideias. Basearemos nossa descrição dos resultados e conclusões básicos na Tabela 1, que oferece uma estimativa parcimoniosa do modelo final, deixando de lado variáveis colineares.

***Tabela 1 – Resultados para o modelo de estrutura melhorado e a versão completa do Romer-Jones, ambos incluindo mudança técnica. Estimativa parcimoniosa deixando de lado variáveis colineares estatisticamente não significativas (Continua)***

VARIÁVEL DEPENDENTE	ESTRUTURA		ROMER - I		
	OLS Robusto			OLS	
	PIB/pop			PIB/L	
	COEFICIENTE	ELASTICIDADE		COEF. & ELAST.	
CONSTANTE	16722,65	-	***	31,449	***
		(0,000)		(0,000)	
% SERVIÇOS CRIATIVOS	1602,79	0,4316	***	0,2741	***
		(0,000)		(0,000)	
% MANUFATURA CRIATIVA	-2363,74	-0,1522	***	-	
		(0,000)		-	

*Tabela 1 – Resultados para o modelo de estrutura melhorado e a versão completa do Romer-Jones, ambos incluindo mudança técnica. Estimativa parcimoniosa deixando de lado variáveis colineares estatisticamente não significativas (Conclusão)*

	ESTRUTURA			ROMER-I	
% MANUFATURA BAIXA TECNOLOGIA	-	-		0,0240	***
				(0,003)	
% SERVIÇOS ALTA TECNOLOGIA	-	-		-	
				-	
% OUTROS SERVIÇOS INTENSIVOS EM CONHECIMENTO	-	-		0,1330	**
				(0,031)	
% SERVIÇOS NÃO INTENSIVOS EM CONHECIMENTO	-	-		0,2554	**
				(0,003)	
EMPREGO TOTAL	-	-		-0,0769	***
				(0,000)	
TAMANHO DA EMPRESA EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM 2001	-	-		-0,0772	***
				(0,002)	
DIVERSIDADE NA CADEIRA PRODUTIVA EM 2001	-1569,91	-0,2502	***	0,595	***
				(0,002)	
DIVERSIDADE PRODUTIVA EM 2001	153,32	0,1097	*	-0,1708	***
				(0,058)	
PATENTES POR MILHÃO DE HABITANTES 2004-2007	37,90	0,0840	***	0,0928	***
				(0,000)	
DOTAÇÕES CULTURAIS	3,41	0,0095	***	0,0636	***
				(0,000)	
R2		0,7037		0,7664	
R2-ADJ				0,7556	
VIF		2,22		2,08	
HETEROSCEDASTICIDADE		Não		Não	
NORMALIDADE		Não		Sim	
EXOGENEIDADE		Rejeitar		-	
OBS		250		250	

Notas: a) Probabilidades entre parênteses; b) \*\*\* significantes estatisticamente em 1%, \*\* significantes estatisticamente em 5%, \* significantes estatisticamente em 10%; c) Heteroscedasticidade testada usando testes de Breusch-Pagan e White; d) Normalidade testada usando testes de Shapiro-Wilk, Shapiro-Franca e Skewness/Kurtosis; e) Endogeneidade testada usando teste de Durwin-Wu-Hausman; f) OLS Robusto estimado usando estimador de robustez de Huber-White; g) Instrumentos (todos retardados em tempo e calculados para 2001, exceto as variáveis dummy): organização

*industrial em 2001 (tamanho da firma em indústrias criativas, tamanho das firmas no resto das indústrias), economias de localização (diversidade interna na cadeia criativa, interpretada como suprimentos complementares), economias de urbanização (população, densidade populacional, diversidade produtiva), 3Ts (patentes por milhão de habitantes, porcentagem de graduados de ensino superior na população, dotações culturais do guia Michelin); variáveis dummy para n-1 países.*

Fonte: Econcult (2012).

Os principais resultados são:

1. Indústrias criativas impactam na riqueza das regiões de modo causal.
2. Contudo, é preciso distinguir entre o comportamento de serviços criativos e manufatura criativa:

2.1. Serviços criativos impactam no PIB per capita e no PIB por empregado de forma positiva. Um acréscimo de 1% na parcela de empregos em serviços criativos na região se traduz em uma resposta que varia de 0,27 (modelo de Romer-Jones) a 0,43% (modelo estrutural), isto é, causa um aumento de riqueza que varia entre 1.000 e 1.600 euros.

2.2. Ao contrário, manufatura criativa tem um efeito negativo na riqueza das regiões. No modelo de Romer-Jones, apesar de também tender a ser negativo, é muito pequeno e estatisticamente não significativo.

3. O resto das variáveis representando a estrutura de emprego em termos de níveis de conhecimento não possuem uma performance clara. Elas não são estatisticamente significantes no modelo de estrutura quando os efeitos de mudança técnica – economias externas são introduzidas. Entretanto, elas possuem um efeito positivo e significativo no modelo de Romer-Jones, particularmente em outros serviços intensivos em conhecimento e serviços não intensivos em conhecimento.

4. Economias externas desempenham um papel muito diferente em cada modelo e em algum caso o sinal de coeficientes estimados é conflitante. No modelo estrutural, apenas a diversidade na cadeia produtiva (existência de ofertantes internos à cadeia) (impacto negativo), diversidade produtiva (impacto positivo), patentes per capita (positivo) e dotações culturais (positivo) são estatisticamente relevantes.

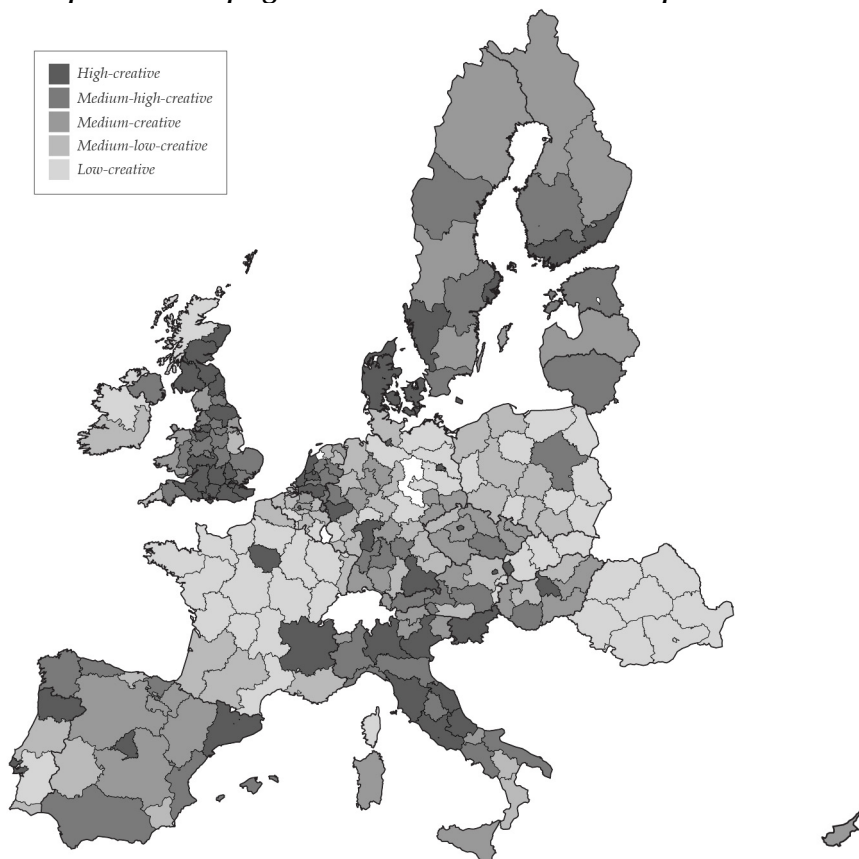
Por outro lado, no modelo de Romer-Jones, a maioria das variáveis associadas com economias externas são significantes (estatística e economicamente), mesmo se seus coeficientes tendem a ser pequenos. Economias de escala (tamanho da firma em indústrias criativas) e economias de urbanização (diversidade produtiva) têm um impacto negativo, como previsto pelo modelo teórico. Economias de localização (diversidade na cadeia criativa) mostram um coeficiente positivo, assim como parte daqueles relacionados à classe criativa (patentes por milhão de habitantes) e dotações culturais. As últimas duas variáveis – junto ao pequeno coeficiente de gastos em P&D per capita e sua falta de significância estatística, assim como a parcela de empregos em serviços criativos – sugerem a relevância dos modelos *Doing Using e Interacting*<sup>3</sup> de conhecimento,

3. Há dois modos tipos ideais de aprendizado e inovação. Um modo é baseado na produção e uso de conhecimento científico e técnico codificado, o modo ciência, tecnologia e inovação (STI), e um é um modo baseado em experiência de aprendizado baseado em fazer, usar e interagir (modo DUI) (JENSEN et al, 2007).

e particularmente do conhecimento simbólico na riqueza das regiões europeias.

Outro resultado relevante é que não há diferenças estatisticamente significativas entre regiões com diferentes níveis de presença de indústrias criativas. Reunimos regiões com parcelas mais altas e mais baixas de empregos em indústrias criativas e as dividimos em cinco quartis: regiões alto criativas, regiões alto-médio criativas; regiões médio criativas; regiões médio-baixo criativas; e regiões baixo criativas. Tal divisão pode ser visualizada na Figura 1.

*Figura 1 – Regiões europeias em cinco quartis baseados na parcela de emprego em indústrias criativas. Dados para 2008*



Fonte: Econcult (2012).

Nota-se que nenhum dos cinco grupos mostra um efeito diferencial estatisticamente significativo com relação à média das regiões. Os resultados usando n-1 casos *dummy* mostra o mesmo comportamento assim como os efeitos fixos do modelo estrutural. Então, concluímos que não há diferença significativa entre regiões alto, médio e baixo criativas com relação aos resultados do modelo.



## 2. Análise dinâmica por meio de modelos de equação estrutural SEM

Há uma metodologia que é bastante adequada para o conceito de causalidade e que considera a possibilidade de relações diretas e indiretas: modelos de equação estrutural (SEM). É uma técnica estatística que adota uma abordagem confirmatória para a análise de uma estrutura teórica, por meio de uma série de equações simultâneas. A realização de um ajuste significativo nos dará uma ideia da plausibilidade da estrutura proposta. Causalidade é, assim, contrastada de uma perspectiva teórica (e logicamente razoável) assim como uma empírica (e estatisticamente plausível). Para esse fim, SEM parece ter uma reputação melhor na literatura científica, mesmo que um debate sobre se consegue avaliar relações causais verdadeiras esteja se desenvolvendo.

Para estabelecer um modelo teórico, procedemos à definição de três construtos sintéticos que iremos nomear de acordo com os agrupamentos na seção anterior. Esses indicadores sintéticos (variáveis latentes, de acordo com a literatura de modelagem de equação estrutural), não observados, formam nosso modelo estrutural, enquanto as variáveis observadas, estabelecem o modelo para mensuração. As variáveis usadas para definir os modelos diferentes podem ser visualizadas na Tabela 2.

*Tabela 2 – Variáveis usadas na determinação do modelo SEM*

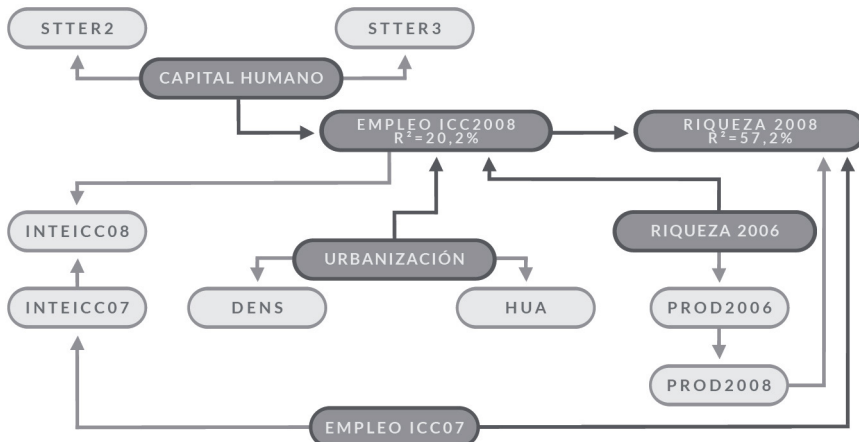
VARIÁVEIS	DESCRIÇÃO
GDPPC	Padrão de poder de compra por habitante
DIPH	Renda disponível das famílias, por regiões Nuts 2; padrão de poder de compra baseado no consumo final por habitante
POPU	População total média, por regiões Nuts 2; 1000 habitantes
DENS	Densidade populacional, por regiões Nuts 2; habitantes por km <sup>2</sup>
HRST	Recursos humanos em ciência e tecnologia (HRST), por regiões Nuts 2; % população economicamente ativa. Ver Manual Canberra
EHTS	Emprego em setores de alta tecnologia (manufatura de alta tecnologia e serviços intensivos em conhecimento de alta tecnologia), por regiões Nuts 2; % emprego total
RESE	Pesquisadores, todos os setores, por regiões Nuts 2; % emprego total
EMPR	Taxa de emprego do grupo de idades entre 15 e 64, por regiões Nuts 2; total
UNEM	Taxa de desemprego, por regiões Nuts 2; total
HUA	Área densamente povoada (ao menos 500 habitantes/km <sup>2</sup> ) - % dos domicílios
STTER1	Estudantes na educação superior (ISCED 5-6) - como % da população entre 20 e 24 anos em nível regional
STTER3	Proporção de estudantes (ISCED 5-6) sobre a proporção de população por regiões Nuts 1 e Nuts 2
STTER2	Estudantes (ISCED 5-6) em nível regional - como % do total de estudantes do país (ISCED 5-6)
PROD	Produtividade laboral
INTEKBIS	Emprego em serviços intensivos em tecnologia, por regiões Nuts 2; % emprego total
INTEICC	Emprego em indústrias criativas, por regiões Nuts 2; % emprego total

*Fonte: Econcult (2012).*

Após várias estimativas, um dos melhores resultados obtidos reduz a cadeia de causalidade a quatro variáveis latentes: educação superior e urbanização causam emprego criativo, que apresenta uma relação bidirecional com a variável riqueza. Na Figura 2, as variáveis sintéticas são apresentadas envoltas em uma elipse, e as variáveis observadas, em retângulos; as flechas que ligam variáveis sintéticas indicam causa-efeito, enquanto aquelas que ligam uma variável sintética a uma observada indicam uma relação existente entre estrutura (variável latente) e a mensuração (variável observada).

O modelo é, assim, modificado ao incorporar as variáveis retardadas por emprego criativo e riqueza. O modelo estrutural adequadamente ajusta a dois atrasos em riqueza, representada por produtividade (PROD08 e PROD06), enquanto emprego criativo ajusta a um atraso (INTEICC08 e INTEICC07).

**Figura 2 - Modelo de equação estrutural explicando a causalidade circular entre ocupação no setor cultural e riqueza nas regiões europeias**



Fonte: Econcult (2012).

Com esse modelo de equações estruturais, podemos verificar com clareza a existência de um efeito circular entre riqueza e os setores criativos. O emprego em setores culturais é ilustrado por três tipos de efeitos; o modelo urbano, resultando da densidade da população por km<sup>2</sup> (DENS) e a porcentagem da população vivendo em áreas densamente povoadas (HUA), o nível de recursos humanos, resultando de uma porcentagem das pessoas entre 20 e 25 anos que estão no sistema educacional (STTER1), e o percentual de estudantes no sistema educacional em uma região específica com relação a toda a nação. Finalmente, o efeito no nível de riqueza é observado com dois anos de atraso.

A riqueza das regiões europeias é claramente explicada pelo efeito instantâneo de emprego nos setores criativos. O estudo “A Economia da Cultura” demonstrou

em 2006 que os setores criativos e culturais na Europa são tão competitivos quanto os outros setores industriais – em alguns casos até mais ao se comparar sua produtividade e lucratividade com outros setores. O nível de produtividade típico das indústrias de serviços, semelhante àquelas que constituem a maioria dos setores culturais e criativos, está entre 1,2 e 1,9. O nível médio de produtividade para o setor cultural e criativo europeu estava em 1,57 em 2003. Assim, um acréscimo na proporção de pessoas empregadas nas indústrias culturais e criativas teve um impacto imediato na riqueza regional devido ao aumento de produtividade. Contudo, ao mesmo tempo um efeito atrasado pode ser observado, praticamente da mesma magnitude, derivado do emprego cultural no ano anterior, que pode ser entendido tanto diretamente, por meio do efeito da demanda, e por meio dos excedentes derivados da inovação transmitida para o resto dos setores.

O efeito oposto, nomeadamente como variações na riqueza influenciam emprego no setor cultural, é muito mais fraco e tem dois anos de atraso. Em outras palavras, variações em riqueza no presente vão gerar emprego no setor cultural em dois anos. Esse atraso pode ser explicado tanto pela modulação das mudanças de estilo de vida da demanda que transforma suas preferências em um período de dois anos até se tornar demanda solvente por bens e serviços culturais, ou pela reação de operadores culturais que levam dois anos para responder, formalmente consolidando companhias culturais em face às variações óbvias na demanda. Ambas as hipóteses requerem estudo mais aprofundado.

Seja como for, essa abordagem garante plenamente a causalidade mútua entre os setores criativos e a riqueza regional, e, mesmo que não seja claro como, atividades culturais e criativas mostram um impacto direto e instantâneo, muito como Chartrand (1984) sobre a riqueza das regiões e outro efeito mais complexo que provavelmente combina a consolidação de demanda solvente por inovação com um efeito de propensão para inovação que capilariza toda a estrutura econômica global, assim como dinâmicas de resposta de oferta derivadas do modelo institucional e as oportunidades para empreendedorismo.

Vale a pena apontar para esses efeitos de disseminação do potencial para inovação são reforçados pelo tamanho do capital humano e pelos modelos de urbanização em uma forma que se manifesta mais intensamente em territórios com maior proporção urbana e que mantém uma parte maior de sua população em universidades.

O fator de urbanização tem o maior impacto em explicar emprego no setor cultural, apoiando todos esses conceitos sobre a importância de economias de aglomeração e sobre a criação de *clusters* de atividades criativas e culturais. Regiões urbanas concentram os 32% da força de trabalho criativo com apenas 25% da população ativa (RUSSO; QUAGLIERI, 2011). A literatura destaca, assim como apresenta o Relatório de Competitividade Europeia de 2010, diversas razões por que indústrias criativas se concentram em áreas urbanas. Os principais fatores são (i) importância de mercados locais de trabalho específicos e conhecimento tácito; (ii) excedentes de uma indústria criativa específica para outra; (iii) acesso das empresas à infraestrutura dedicada e recursos coletivos; (iv) trabalho baseado em projeto; (v) benefícios sinérgicos de aprendizado coletivo; e (vi) desenvolvimento de serviços associados, infraestrutura e políticas governamentais de apoio. Entretanto, outros estudos baseados em estimativas por mínimos quadrados (EU COMMISSION, 2010) mostram que a elasticidade do quociente de locação 0,26 com respeito ao tamanho da população indica que o nível de especialização urbana das indústrias criativas aumenta menos do que proporcionalmente com um acréscimo no

tamanho da população. Esses dados podem indicar que, dependendo do setor, espaços urbanos oferecem um mínimo de massa crítica a partir do qual atividades culturais e criativas podem ser conduzidas, mas uma vez que se passa dessa massa crítica, as variações não são proporcionais. Em outros estudos, e no caso da Espanha, vimos que esse limite mínimo em espaços urbanos era de cerca de 50.000 habitantes.

Outra questão digna de nota é que as variáveis em jogo para o construto capital humano são aquelas relacionadas à atual porcentagem de estudantes entre 20 e 24 anos, que é mais ou menos a população atualmente na universidade, o que nos leva a considerar a importância, por um lado, de jovens com ensino superior e, por outro, das universidades. Essa abordagem pode questionar a relevância da atratividade da classe criativa porque o que parece relevante aqui é a proporção de estudantes e não tanto a de profissionais. Também aponta para a correlação entre jovens e ocupação nos setores criativos, verificando o fato estilizado de que setores criativos ocupam uma grande proporção da juventude. Nesse caso ligamos a condição de jovem à dimensão criativa e à capacidade de disseminar inovação. Jovens participam em maior proporção de redes físicas e virtuais. Ainda, entre os jovens há maior plausibilidade de se combinar modelos de trabalho com maior nível de flexibilidade (e de se tolerar maiores níveis de precariedade) e de se assimilar certos estilos de vida, que misturam e se combinam com modelos de insegurança laboral.

Por meio de outros estudos (RAUSELL; MARCO-SERRANO; ABELEDO, 2011), temos mais evidências de que a especialização turística das regiões, mesmo quando envolva um potencial maior desde a perspectiva de analisar a demanda por ela, nós também detectamos que tem certo efeito de absorção de choque no poder de impacto entre pessoas empregadas nos setores criativos e culturais e a riqueza das regiões. Isso pode se dever ao fato de que a transformação de certos ativos culturais em produtos turísticos requer uma simplificação excessiva (e às vezes trivialização) e consequentemente sua capacidade de gerar valor agregado é reduzida. A importância de aspectos institucionais e talvez o papel desempenhado pela demanda são deixadas fora de nosso modelo e requerem pesquisa mais detalhada.

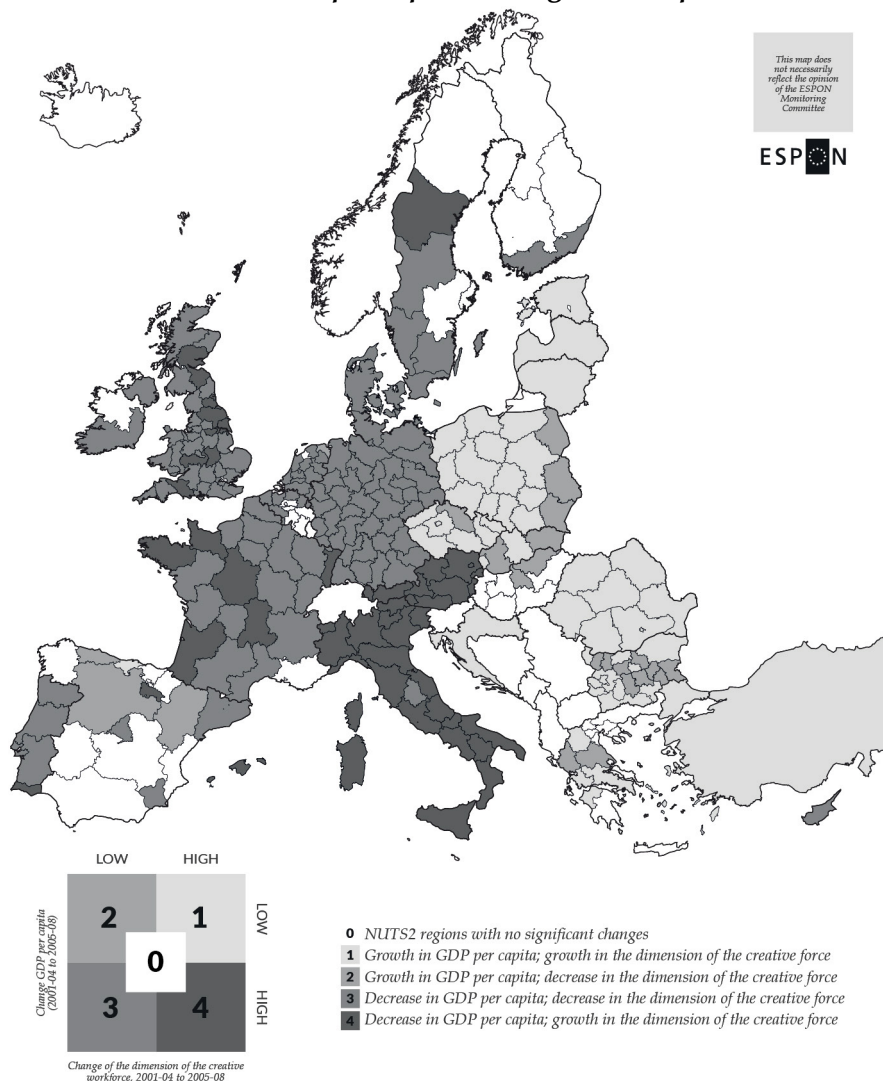
### *3. A dinâmica de MED na estrutura de atividades culturais e criativas*

Para os fins desse estudo e desde uma perspectiva estática, não há dúvida de que regiões economicamente bem-sucedidas têm uma alta proporção de força de trabalho criativo entre sua população ativa. Parece haver uma forte associação entre PIB per capita e o nível de emprego em atividades criativas. As regiões que se beneficiam mais dessa relação são aquelas situadas na Suécia, na Finlândia, na Islândia e na Europa Central, inclusive no arco duplo que vai da Dinamarca e Grã-Bretanha às regiões do Norte da Europa. Grande parte da França não desvia da média europeia nem com relação ao seu PIB nem a sua proporção de força de trabalho criativa. A periferia desse sistema é formada por países da Europa Oriental e Ocidental com a exceção de certas áreas metropolitanas como Madri e Atenas. É óbvio que nessa aproximação, que é muito bem refletida pelo relatório recente de Espon, nenhuma situação diferencial aparece da área MED<sup>4</sup>. Na Figura 3, a relação entre PIB per capita e força de trabalho

4. As regiões MED incluem as regiões de Malta, Eslovênia, Chipre, Grécia (Macedônia)

criativa pode ser verificada nas regiões europeias.

**Figura 3 - Evolução da relação entre força de trabalho criativa e PIB per capita nas regiões europeias**



Fonte: Epson (2011).

Oriental, Central e Ocidental, Epiro, Egeu do Sul, Sterea Ellada, Peloponeso, Thessalia, Ilhas Jônicas, Grécia Ocidental, Ática, Creta, Egeu do Norte); França (Ródano-Alpes, Languedoc Rousillion, Córsega, Provença Alpes Costa Azul); Portugal, Algarves, Alentejo); Espanha (Andaluzia, Aragão, Catalunha, Baleares, Múrcia, Valência, Ceuta, Melilla); Reino Unido (Gibraltar); Itália (Abruzos, Apúlia, Basilicata, Calábria, Campânia, Emília Romanha, Friuli Veneza Guilia, Lácio, Ligúria, Lombardia, Marcas, Molise, Ombria, Piemonte, Sardenha, Sicília, Toscana, Veneto). Fonte: European Union (2010): Programa operacional do MED 2007-2013.

Em termos dinâmicos não é possível detectar qualquer dinâmica mediterrânea a primeira vista se deixamos o crescimento vigoroso de regiões italianas com relação ao crescimento da força de trabalho criativa, mas não do PIB per capita. As regiões que tiram vantagem dessa dinâmica são sem dúvida as regiões do Leste Europeu, com os países bálticos, Polónia, Romênia, a República Tcheca, Bulgária, os Balcãs, e mesmo a Grécia. Essa questão, entretanto, é muito mais complexa e requer análises mais sofisticadas do que aquelas derivadas de apresentar algumas variáveis em um mapa. Em 2006, outro projeto do Espon, com uma classificação de nível Nuts 3 como ponto de partida, classificou as regiões europeias de acordo com sua orientação na área de cultura e não apresentou nenhuma tendência em comum com a área MED.

A forma mais simples de detectar se o comportamento das regiões MED é significativamente diferente do resto das regiões é introduzindo uma variável *dummy* nas regressões usadas nos modelos anteriores. A variável *dummy* assume o valor de 1 para regiões MED e 0 para o resto da amostra.

Os resultados mostram que a variável *dummy* não é estatisticamente significativa no modelo estrutural, mas sim no modelo Romer-Jones, em que assume o valor de 0,10, o que significa que o PIB por empregado nas regiões MED tende a ser maior do que a média do resto das regiões. Podemos também introduzir uma variável *dummy* para cada região estimada. Então, observamos que no modelo estrutural a maioria das variáveis *dummy* são estatisticamente significantes, mas os impactos diferenciais são positivos e negativos dependendo das regiões, se contrabalançando, o que explica porque a variável *dummy* MED não foi estatisticamente significante, mas provavelmente pegando os efeitos do quadro institucional para cada região, que favorece ou prejudica a relação entre cultura e riqueza regional. Com essa interpretação, temos um grupo de regiões em que o quadro institucional favorece a relação entre cultura e riqueza regional, outro grupo em que não é significante diferencialmente, e um terceiro grupo em que o quadro institucional prejudica a relação; o referido quadro institucional pode ser verificado na Tabela 3.

**Tabela 3 – Efeitos do quadro institucional na área MED**

LISTA DE REGIÕES ONDE O QUADRO INSTITUCIONAL MELHOROU A RELAÇÃO ENTRE CULTURA E RIQUEZA REGIONAL	LISTA DE REGIÕES ONDE O QUADRO INSTITUCIONAL NÃO É SIGNIFICANTE PARA A RELAÇÃO ENTRE CULTURA E RIQUEZA REGIONAL	LISTA DE REGIÕES ONDE O QUADRO INSTITUCIONAL PIOROU A RELAÇÃO ENTRE CULTURA E RIQUEZA REGIONAL
Marcas, Toscana, Vêneto, Lombardia, Emilia, Catalunha, Aragão, Piemonte, Lazio, Eslovênia, exceto Osrednjes-lovenska, Úmbria, Friuli, Provença, Abruzzo, Comunidade Valenciana, Vzhodna Slovenija, Kypros / Kibris, Região de Murcia	Molise, Illes Balears, Languedoc, Liguria, Puglia, Córsega	Andaluzia, Basilicata, Alentejo, Sardenha, Campania, Algarves, Calábria, Sicília, Ródano

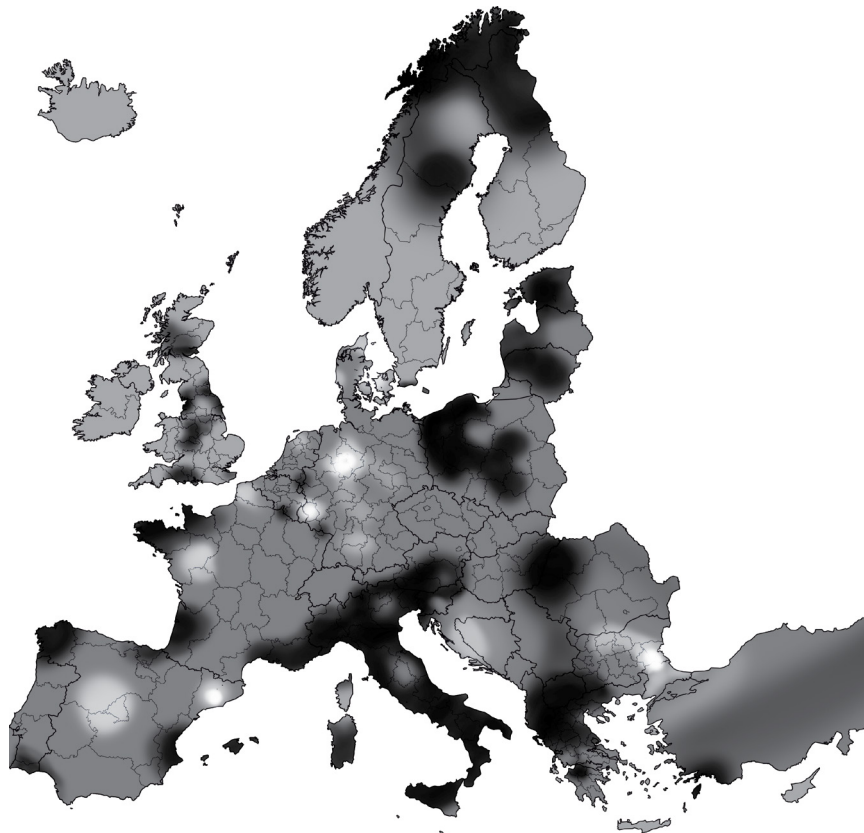
Fonte: Econcult (2012).

No modelo Romer-Jones podemos observar basicamente o contrário. As variáveis *dummy* não são significantes para a maioria das regiões separadamente, apesar de o efeito médio para a amostra completa de países MED revela ser significante.

### 3.1. A convergência da área MED

A questão pode mudar se a analisarmos desde uma perspectiva dinâmica, prestando atenção às mudanças mais significativas ocorreram na primeira década do século XXI. Como afirmado por Russo e Quagliari (2011), essa análise assume uma ampla gama de implicações se consideramos a dimensão de mudança. O mapa da Figura 5 retrata as regiões que experimentaram uma mudança considerável, capturada por uma mudança de quartil na distribuição do indicador de força de trabalho criativa. Nesta figura, que contrasta com a banana europeia tradicional, há sinais de uma atualização progressiva das regiões que eram periféricas, alguns MED entre eles que ficaram para trás com relação a profissões criativas, tanto geograficamente quanto em termos de tipologia de região. Podemos observar a boa performance das regiões turísticas costeiras e insulares, como as Ilhas Baleáricas e a costa de Valência, Algarves, Galícia, a costa basca, Cerdenha, as regiões costeiras continentais de Grécia e Ilha de Rodes e Bretanha. Alguns autores se referem às áreas costeiras turísticas como áreas de urbanização criativa.

*Figura 4 – Evolução da força de trabalho criativa.  
Mudança de quartil na distribuição de trabalhos  
criativos por 1000 pessoas ativas, 2001-2004 a 2005-2008*



*Fonte: Russo e Quagliari (2011).*

O comportamento diferencial não pode provavelmente ser atribuído à dimensão mediterrânea, ainda, observamos que outras áreas periféricas participam desse processo de convergência. Como mostrado pelo European Competitiveness Report 2010 (EU COMMISSION, 2010), outra explicação para o rápido crescimento das indústrias criativas na UE é que o número de países menos avançados está começando a alcançar o número de Estados membros mais desenvolvidos. De fato, evidência empírica mostra que os países da UE com baixa parcela de inicial de emprego em indústrias criativas exibiram um aumento mais significativamente mais forte na mesma parcela de emprego entre 2000 e 2007 (com uma correlação de 0,45). Essa relação permanece robusta e altamente significativa quando consultoria e oferta de *software* são excluídas das indústrias criativas. O crescimento macroeconômico também explica o rápido aumento na parcela geral de indústrias criativas. Podemos confirmar, com outro conjunto de dados que dados sobre riqueza e sobre ocupação nas indústrias criativas realmente mostram um processo de emparelhamento entre as regiões mediterrâneas e o resto da Europa.

### 3.1.1. Riqueza

Para analisar a evolução da riqueza em uma região usamos três variáveis: PIB per capita, renda das famílias disponível per capita, e a produtividade aparente do trabalho. Enquanto a primeira é uma das variáveis mais amplamente empregadas, junto com o PIB, para avaliar o desenvolvimento econômico de uma economia, a segunda variável extrai o efeito dos impostos, nos permitindo determinar a renda disponível individualmente e efetivamente ganhar lucro direto; esse aspecto, contudo, obvia os efeitos sociais do uso feito pelos governos dos recursos dos impostos. Quanto à terceira variável, sua relação com geração de emprego e estabelecimento de impostos, ao mesmo tempo em que é motor de crescimento econômico, faz com que seja outra variável a ser considerada quando se avalia a riqueza de uma economia.

Como podemos observar na década analisada, o PIB per capita teve um crescimento médio de 3,96%, ou 3,60% nas regiões MED e 4,04% no resto, para ser preciso. Os valores médios regionais estão em torno de uma média de 20.909 euros (PPS), com uma leve diferença de menos de 1.000 euros entre regiões MED e não MED. O teste da diferença média sugere que essa diferença é significativa ( $t=2,58$ , valor- $p=0,009872$ ). Entretanto, quando conduzido o mesmo teste considerando apenas o mesmo período (2008), os resultados ( $t=1,35$ , valor- $p=0,1797$ ) indicam que não podemos rejeitar a hipótese de acordo com a qual a média de PIBpc entre regiões MED e não MED é estatisticamente semelhante. No caso da renda familiar disponível per capita, não há dúvida da igualdade de seus valores médios entre os dois grupos regionais ( $t=-0,8974$ , valor- $p=0,3967$ ).

### 3.1.2. Emprego: Geral

Os dados relacionados a emprego confirmam que a década analisada foi uma década de crescimento, em que podemos observar que a taxa de emprego experimentou um crescimento anual de 0,71%, e que a taxa de desemprego caiu em 3% ao ano. Há diferenças significativas entre regiões MED e não MED para o valor médio de taxa de emprego ( $t=18,32$ , valor- $p=0,0000$ ) e desemprego ( $t= 6,82$ , valor- $p= 0,0000$ ),



refletindo um fato diferencial em termos de geração de emprego. Na década analisada, as regiões MED apresentaram níveis mais altos de desemprego e menores de emprego. Ainda assim, elas reduziram sua taxa anual de desemprego em um pouco mais de metade (-2,41%), aumentando sua taxa de emprego 1,21%, mais do que o dobro do resto das regiões (0,59%), talvez em um movimento que mostra um processo de emparelhamento em termos de mercado de trabalho.

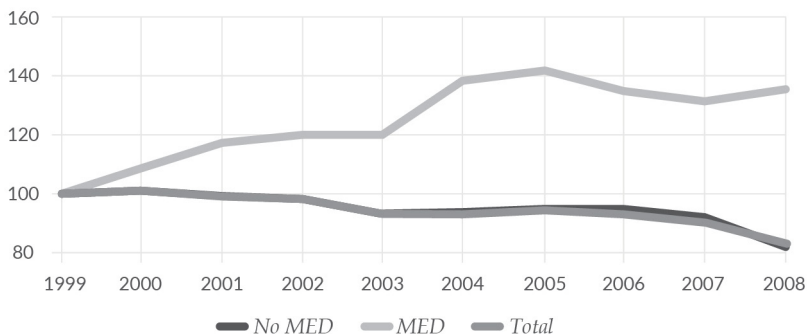
### 3.1.3. Emprego: Ciência e Tecnologia

A série de indicadores relacionados ao emprego em ciência e tecnologia está de acordo com aqueles de emprego em geral, com diferenças significativas entre valores médios para emprego em setores de alta tecnologia, EHTS ( $t=12,98$ ,  $\text{valor-p}=0,0000$ ), em ciência e tecnologia, HRST ( $t=17,81$ ,  $\text{valor-p}=0,0000$ ), e em pesquisa, RESE ( $t=9,18$ ,  $\text{valor-p}=0,0000$ ), não surpreendentemente as taxas médias de crescimento para a década estudada são superiores nas regiões MED, novamente, provavelmente devido a um processo de convergência.

### 3.1.4. Emprego: Indústrias Criativas

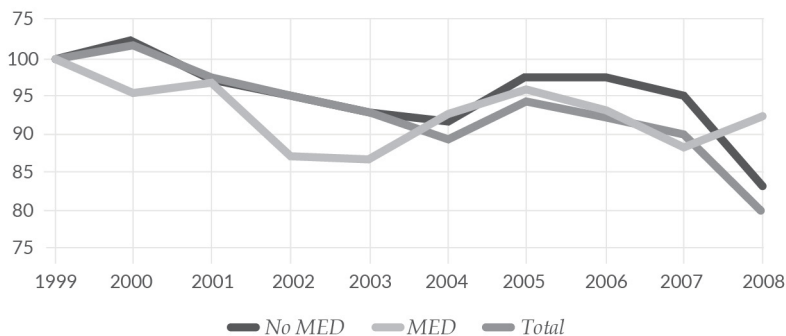
Para analisar a evolução do emprego nas indústrias criativas recorreremos à definição operacional do Observatório Europeu de *Clusters*. Consideramos emprego em indústrias culturais e criativas, assim como o emprego em serviços profissionais intensivos em conhecimento. A partir dos dados obtidos no mês de julho de 2011, disponíveis no *site* do observatório, as variáveis de intensidade do emprego foram designadas em ambos os setores com relação ao total da economia, como percentual. Na Figura 5 pode se verificar a evolução do emprego nas indústrias criativas para o total, para a região mediterrânea e para as demais regiões. A Figura 6, por sua vez, retrata a evolução do emprego em serviços intensivos em conhecimento com os mesmos recortes regionais da Figura 5.

**Figura 5 - Evolução da variável emprego nas indústrias criativas, por regiões Nuts 2; % do emprego total. Números índices 1999=100**



Fonte: Econcult (2012).

**Figura 6 - Evolução da variável emprego em serviços profissionais intensivos em conhecimento, por regiões Nuts 2; % do emprego total. Números índices 1999=100**



Fonte: Econcult (2012).

As diferenças entre regiões MED e o resto das regiões são significantes para a intensidade de emprego cultural e criativo, INTEICC ( $t=6,22$ , valor- $p=0,0000$ ), assim como em serviços profissionais intensivos em conhecimento, INTEKIBS ( $t=13,02$ , valor- $p=0,0000$ ). Entretanto, essa diferença nos valores médios não é mais relevante para a intensidade de emprego cultural e criativo se analisamos apenas o último período, 2008 ( $t=0,64$ , valor- $p=0,5205$ ).

### 3.1.5. Educação Superior

Com relação a indicadores de educação superior, apesar da existência de diferenças significantes nas variáveis relacionadas ao percentual de população jovem realizando estudos de ensino superior, STTER1 ( $t=4,04$ , valor- $p=0,0000$ ), a porcentagem regional de estudantes em ensino superior com relação ao total nacional, STTER2 ( $t=6,93$ , valor- $p=0,0000$ ), o mesmo não é verdadeiro em termos de parcela da população total, STTER3 ( $t=-0,05$ , valor- $p=0,9588$ ), com diferenças sendo não significantes para o período de 2008, STTER1 ( $t=-4,42$ , valor- $p=0,1598$ ), STTER2 ( $t=1,64$ , valor- $p=0,1047$ ), o que sugere que as taxas médias de crescimento anual mais altas nessas variáveis conseguiram reduzir a diferença entre regiões MED e o resto das regiões. Como aparece em outros projetos (ATTREG, 2011), outro indicador nessa classe é o número de estudantes em universidades na região como proporção dos residentes jovens locais, mostrando áreas que gozam de certo ambiente criativo trazido por atividade estudantil e pela intensidade de *output* educacional. Esse indicador mostra valores altos na Itália Central, Norte da Espanha, Norte da Grécia, Polônia e Escandinávia, e resultados surpreendentemente baixos em regiões centrais da Europa, possivelmente indicando que áreas com alto desemprego são aquelas que pressionam uma parcela maior dos jovens a obter diplomas de ensino superior.

### 3.1.6. Urbanização

O nível de urbanização é uma das características que acompanha tanto o crescimento econômico quanto a evolução das indústrias criativas e culturais. O fenômeno cultural e criativo é um tipo urbano de entidade; portanto, é interessante avaliar se essas características são decisivas ou explicativas do nível de desenvolvimento da economia regional em nível europeu. As diferenças entre os dois grupos regionais não são significativas para a população média, POPU ( $t=-4,52$ , valor- $p=0,1352$ ), densidade populacional, DENS ( $t=-0,35$ , valor- $p=0,7274$ ), e nível de urbanização, HUA ( $t=0,16$ , valor- $p=0,6493$ ). As variáveis referentes a população e urbanização podem ser visualizadas na Tabela 4.

*Tabela 4 – Variáveis de população e urbanização.  
Regiões MED e não MED*

2008	REGIÕES		
	NÃO MED	MED	TOTAL
POPULAÇÃO (POPULAÇÃO EM MILHARES)	1.755,54	2.296,33	7.868,78
DENSIDADE (HABITANTES/KM <sup>2</sup> )	306,09	254,70	316,27
HUA (% DE DOMICÍLIOS EM ÁREAS DENSAMENTE POVOADAS)	48,54	46,81	48,18

Fonte: Econcult (2012).

### 3.1.7. Algumas interpretações

A análise dos dados acima aponta que o processo relativo de emparelhamento da área MED, em termos de emprego no setor cultural, foi provocado pela aceleração maior de acesso de jovens a ensino superior na área mediterrânea (talvez devido à composição demográfica e à maior pressão da imigração) e pelo processo de crescimento e concentração urbanos. No entanto, o efeito fraco nas variações na riqueza regional nos levou a acreditar que os modos de impacto de cultura e criatividade na área MED são significativamente diferentes da norma europeia. Como concluído pelos estudos de Russo e Quagliari (2011), as regiões mediterrâneas parecem ter vindo emparelhando com relação à força de trabalho criativa comparadas às regiões centrais. Possivelmente, os níveis crescentes de qualidade de vida e as políticas bem-sucedidas focadas em valorizar e divulgar ativos locais (seja qualidade ambiental, herança cultural, diversidade social, ou qualidade de seu turismo e infraestrutura de lazer) começaram a inverter a tendência de migração de talentos criativos para regiões economicamente florescentes, e conseguiram aproveitar bem sua força de trabalho criativa como componente estrategicamente fundamental de suas economias em transformação.

Em uma tentativa de encontrar alguns sinais dessa realidade diferenciada, estimamos ambos os modelos para as 33 regiões MED apenas. Os resultados são diferentes daqueles para a amostra total de regiões:

Indústrias criativas não têm um papel significativo para explicar as diferenças de riqueza em regiões MED: a parcela de empregos em serviços criativos não tem impacto econômica ou estatisticamente significativo nas diferenças de PIB per capita ou PIB por empregado. A parcela de empregos em manufatura criativa tem um im-

pacto positivo (apesar de pequeno) em explicar as diferenças de riqueza no modelo estrutural, e é estatisticamente não significante no modelo Romer-Jones.

No modelo estrutural, diferenças de riqueza são basicamente explicadas pelo percentual de empregos em serviços não intensivos em conhecimento, pela diversidade na cadeia criativa, e por patentes per capita. No modelo Romer-Jones, diferenciais na riqueza são explicados por patentes per capita e dotações culturais. Contudo, oferecemos uma estimativa adicional do modelo incluindo a parcela de classe criativa como variável explicativa em 2001. Essa variável não foi empregada em estimativas anteriores porque sua forte correlação com indústrias criativas gerou graves problemas de colinearidade. Quando a classe criativa é incluída na estimativa (Tabela 4, última coluna), ela mostra a alta elasticidade (0,43) e melhora a performance do modelo de modo significativo, apesar de a variável patentes per capita aproximar-se de zero e se tornar estatisticamente não significante. Apesar do fato de as regiões MED incluírem regiões muito e pouco inovadoras, as estimativas não relatam problemas reais de heterogeneidade na amostra, e *outliers* persistentes não são detectados<sup>5</sup>.

*Tabela 5 – Modelos para as regiões MED (Continua)*

	ESTRUTURA			ROMER	
		OLS Robusto		OLS	OLS
VARIÁVEL DEPENDENTE	PIB/pop		PIB/L		PIB/L
	Coeficiente	Elasticidade	Coef. & Elast.	Coef. & Elast.	
CONSTANTE	3470,00	-	38,051		24,356
		(0,350)	(0,000)		(0,000)
% SERVIÇOS CRIATIVOS	123,48	0,0358	-		
0,0439		0,0463			
		(0,680)	(0,682)		(0,480)
% MANUFATURA CRIATIVA	944,07	0,0602	***	0,0148	-
0,0162					
		(0,001)	(0,493)		(0,258)
% SERVIÇOS NÃO INTENSIVOS EM CONHECIMENTO	302,29	0,4103	***	-	-
		(0,004)	-		-
DIVERSIDADE NA CADEIRA CRIATIVA EM 2001	1523,80	0,2281	***	-	-
		(0,001)	-		-
PATENTES POR MILHÃO DE HABITANTES 2004-2007	83,60	0,1159	***	0,0549	***
		(0,000)	(0,009)		-
DOTAÇÕES CULTURAIS	-	-	0,0557	**	0,0499
			(0,030)		(0,003)
CLASSE CRIATIVA	-	-	-		0,4396
					(0,000)
R2		0,7597	0,5102		0,6679

5. Entretanto, normalidade é rejeitada. Usamos estimadores robustos para levar em conta esse fato. Em todo caso, e mesmo se os resultados parecem robustos, a mostra é pequena (33 regiões) e os resultados devem ser interpretados com cautela.

*Tabela 5 – Modelos para as regiões MED (Conclusão)*

	ESTRUTURA	ROMER	ROMER
R2-ADJ	0,7152	0,4402	0,6205
VIF	1,53	1,68	1,60
HETEROSCEDASTICIDADE	Não	Não	Não
NORMALIDADE	Não	Não	Não
EXOGENEIDADE	Aceitar	Aceitar	Aceitar
OBS	33	33	33

*Fonte: Econcult (2012).*

Em resumo, esses resultados sugerem que países MED têm uma estrutura econômica diferente, e a forma como os processos de criação e inovação, assim como a forma como as externalidades operam, é diferente daquela do resto das regiões europeias. Ainda que as questões aqui inferidas requeiram estudos mais aprofundados e precisos, podemos arriscar algumas hipóteses plausíveis de serem pesquisadas.

Na Europa mediterrânea, a conexão entre riqueza e cultura é mais explicada, em medida maior do que no resto da Europa, pela classe criativa (pessoas) do que por aqueles trabalhando na indústria criativa (organizações econômicas), o que sugere que os mecanismos de disseminação de inovação operam por meio de redes informais e menos estruturadas na lógica econômica, tornando capital social e modelos reticulares ainda mais importantes. Nesse contexto, os modelos que relacionam interações entre capital humano e capital social de Sacco e Segre (2009) e Bucci e Segre (2011) fariam sentido.

A maior relevância de dotações culturais pode estar relacionada à maior especialização relativa no setor turístico nas regiões MED, de forma que quanto maior a dotação cultural, tão maior a capacidade de ampliar a demanda, ou pelo contrário, o papel desempenhado pelas dotações culturais como infraestruturas para o desenvolvimento de serviços culturais.

Entretanto, outros estudos (RAUSELL; MARCO-SERRANO; ABELEDO, 2011) nos permitem inferir que essas regiões que são mais especializadas no setor turístico mostram ligações mais fracas entre a ocupação no setor cultural e o PIB per capita, talvez porque atividades culturais se tornam provedores ou complementares a atividades econômicas com baixos níveis de produtividade, como o setor turístico. Essa interpretação poderia enfraquecer um argumento amplamente utilizado na área MED sobre o papel da cultura como oferta complementar para a demanda turística.

## ***4. Considerações finais: a cultura como fator de inovação econômica e social***

O atual estado da arte e nossa pesquisa apresentam um ponto muito forte: atividades culturais e criativas são uma das variáveis chave para explicar riqueza nas regiões europeias. Algumas das evidências inclusive ressaltam o fato de que é a variável mais importante.

Começando de análises diferentes de causalidade, podemos afirmar que as relações são circulares e que variações na riqueza têm um efeito na ativação de experiências culturais e criativas que se traduzem em maior ocupação no setor. Assim, se serviços criativos impactam basicamente a riqueza, e seus efeitos são altamente locais, eles se tornam um objetivo relevante para a política dirigida regionalmente. Se os efeitos geográficos são suprarregionais, política nacional e coordenação entre regiões pode desempenhar um papel importante. Se o efeito é focado nos segmentos concretos das empresas, o escopo da política muda radicalmente. Por outro lado, se os impactos dos serviços criativos se baseiam principalmente na riqueza do lado da oferta, políticas públicas devem prover as condições para seu desenvolvimento e interação, mais do que prover subsídios e políticas de preços para proteger as indústrias. Finalmente, se seus efeitos sobre inovação geram excedentes para o resto do sistema econômico local, estratégias diferentes como apoio financeiro às empresas de serviços criativos podem ser efetivas.

Apesar de nossa análise ter focado principalmente na relação entre setores criativos e crescimento econômico e não no efeito sistêmico sobre o modelo de inovação, há muitos sinais que nos levam a acreditar que o ecossistema criativo afeta inovação em toda a economia. Canais de causalidade são complexos e contêm os impactos diretos derivados da maior flexibilidade das relações trabalhistas no setor cultural. Isso envolve uma grande sensibilidade às necessidades de inovação no resto da economia, também a maior prontidão para inovar ou a maior produtividade do setor. Contudo, sentimos que eles refletem alterações profundas das mudanças no modelo produtivo muito semelhantes aos modelos mais sofisticados sobre o papel transformador da cultura como um fator de inovação econômica e social.

O efeito da cultura como um elemento de inovação econômica e social é sem dúvida devido a razões de oferta e demanda. O espaço cultural não é apenas fonte de inovação no mercado por gerar novos produtos e serviços ou uso de novos processos no espaço econômico e, assim, melhorar a competitividade do sistema econômico, mas também é peticionário de inovação no campo cultural (como usuário ou participante). A próxima ligação tem a ver com a porosidade da classe criativa como agente econômico e como atores culturais no espaço social. Indivíduos que trabalham em setores culturais e criativos são também aqueles que participam na geração, provisão e distribuição de atividades e serviços culturais no espaço social, e consequentemente eles são também facilitadores da expansão da inovação social.

Essencialmente, todas essas interações, que variam do ativismo cultural ao social e político, formam um corpo de valores. Há uma reformulação ética das necessidades dos indivíduos, que estão conectadas com querer participar, comunicar, compartilhar, deliberar, expressar. O campo da cultura está externalizando valores que permeiam todo o espaço socioeconômico, e no meio da crise descobrimos que eles são muito mais alinhados com o conceito de desenvolvimento sustentável. Eles refletem uma nova hierarquia que inclui aspectos como o desejo explícito de inovar, consumismo relacional (oposto ao transnacional) e livre intercâmbio, pensamento crítico, desenvolvimento pessoal, solidariedade, cooperação, formação de redes, o valor de diversidade e beleza, participação, a importância da dimensão recreativa e vital, oposta ao ganho puramente econômico. Em outras palavras, as ações da criatividade não são governadas pelos vetores de racionalidade instrumental sozinhos, mas valores expressivos, assim como valores de intercâmbio e benefício mútuo, também operam.

Esse novos valores se disseminam do campo da cultura por meio de espaços sociais convencionais, mas também da nova ética que irradia dos movimentos sociais articulados na Internet. Do *copyleft* ao *commons*, eles criam novos universos de valores que afetam o espaço econômico e o social. As políticas são deixadas com o papel de evitar que esses processos se acabem e de incorporar essas dinâmicas em grupos maiores nas comunidades, acelerando o desenvolvimento e ampliando seu nível de liberdade.

O efeito das políticas precisa ser o de favorecer e intensificar essas dinâmicas de forma a criar um quadro regulatório para o reconhecimento de direitos e para um governo que facilite o aumento da renda gerada pelas atividades culturais e criativas. Torna-se, portanto, um processo inclusivo que ultrapassa o efeito limitado da classe criativa para se tornar em desenvolvimento no sentido abrangente apontado por Sen, e para que a radiação da inovação no campo tanto econômico quanto social e político amplie os espaços de liberdade dos indivíduos e pressione os limites de possibilidade das comunidades.

As oportunidades de competitividade europeia nesse momento de mudança global são articuladas com poucas alternativas plausíveis em torno do posicionamento das atividades relacionadas a criatividade, inovação e talento. As políticas culturais, entendidas em sentido amplo, devem desempenhar um papel menos periférico do que usualmente, e o sistema de conhecimento deve ser capaz de prover interpretações e visões rigorosas e contrastantes sobre essa fronteira de possibilidades.

## 5. Referências

AGHION, P.; HOWITT, P. A Model of Growth through Creative Destruction. **Econometrica**, v. 60, p. 323-351, 1992.

ATTREG. **The Attractiveness of European Cities and Regions for Residents and Visitors**. First Dissemination Report | July2011. Espon, 2011. Disponível em: <[www.attregproject.net/pdf/attreg%201st%20-%20dissemination%20report%20july%202011.pdf](http://www.attregproject.net/pdf/attreg%201st%20-%20dissemination%20report%20july%202011.pdf)>. Acesso em: 19 jan. 2012.

BAKHSHI, H.; MCVITTIE, E. Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? **Innovation: management, policy & practice**, v. 11, n. 2, p. 169-189, 2009.

BENKLER, Y. **The Penguin and the Leviathan**: How cooperation triumphs over self-interest. Nova Iorque: Random House, 2011.

BOSCHMA, R.; IAMMARINO, S. Related variety and regional growth in Italy. **SPRU Electronic Working Paper Series**, v. 162, 2007.

BUCCI, A.; SEGRE, G. Human and Cultural Capital Complementarities and externalities in economic Growth. **Working Paper** n. 2009-05. Milão: Dipartamtno de Scinze Economiche Azendali e Statistiche, 2009.

CAPELLO, R. **Regional economics**. Abingdon: Routledge, 2006.

CHAPAIN, C. et al. **Creative clusters and innovation: Putting creativity on the map**. London: Nesta, 2010.

CHARTRAND, H. H. An economic impact assessment of the fine arts. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF CULTURAL ECONOMICS, 3, 1984, Akron Ohio. **Anais...** Akron Ohio: 1984.

COSTA, P. Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city. In: COOKE, P.; LAZZERETTI, L. (Orgs.). **Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city**. Cheltenham: Edward Elgar, 2011. p. 183-210.

CUNNINGHAM, S.; HIGGS, P. Measuring creative employment: implications for innovation policy. **Innovation: management, policy & practice**, v. 11, n. 2, p. 190-200, 2009.

DAVIS, C. H.; CREUTZBERG, T.; ARTHURS, D. Applying an innovation cluster framework to a creative industry: The case of screen-based media in Ontario. **Innovation: management, policy & practice**, v. 11, n. 2, p. 201-214, 2009.

DE MIGUEL, B. et al. The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of the European Regions. **European Planning Studies**, v. 20, n. 8, 1263-1280, 2012.

ECONCULT. The Contribution of Cultural and Creative Activities to Shaping the European Socio-economic Space. **Culture as a Factor of Economic and Social Innovation**, 2012

ESPON. Territorial Dynamics in Europe. The Creative Workforce. **Territorial Observation**, n. 5, nov. 2011.

EU COMMISSION. **Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries**. Bruxelas: Commission of the European Union, 2010.

EU COMMISSION. **European Competitiveness Report 2010**. Bruxelas: Commission of the European Union, 2010.

EXPERÍAN. How linked are the UK's creative industries to the wider economy?. An input-output analysis. **Nesta Working Paper**. Londres: NESTA, 2007.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. Nova Iorque: Basic Books, 2002.

FONSECA, A. C. **Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países de desarrollo**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

FRONTIER ECONOMIC. **Creative Industry spillovers – understanding their impact on the wider economy**. Londres: Frontier Economic, 2007.



GROSSMAN, G. M.; HELPMAN, E. **Innovation and growth in the global economy**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1991.

GWEE, J. Innovation and the creative industries cluster: A case study of Singapore's creative industries. **Innovation: management, policy & practice**, v. 11, n. 2, p. 240-252, 2009.

HANDKE, C. Surveying Innovation in the Creative Industries. In: INTERNATIONAL EMAEE CONFERENCE ON INNOVATION, 5, 2007, Manchester. **Anais...** Manchester, 2007.

HESSION, C. H. **John Maynard Keynes**. Londres: Macmillan, 1984.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas**. Londres: Penguin, 2007

IAMMARINO, S. An evolutionary Integrated View of Regional Systems of innovation: concepts, measures and historical perspectives. **European Planning Studies**, v. 13, n. 4, p. 497-519, 2005.

JACOBS, J. **The Death and Life of Great American Cities**. Nova Iorque: Random House, 1961.

JAFFE A (1986): "Technological Opportunity and Spillovers of R&D: Evidence from Firms' Patents, Profits, and Market Value," **American Economic Review**, vol. 76(5), pp. 984-1001.

JENSEN, M. B. et al. Forms of knowledge and modes of innovation. **Research Policy**, v. 36, p. 680-693, 2007.

JONES, C. I. **Introduction to economic growth**. Nova York: W. Norton & Company, 1997.

KLOOSTERMAN, R. C. Walls and bridges: knowledge spillover between 'superdutch' architectural firms. **Journal of Economic Geography**, v. 8, n. 4, p. 545-563, 2008.

KNUDSEN, B. et al. Density and Creativity in U.S. Regions. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 98, n. 2, p. 461-478, 2008.

LINDER, S. B. **The Harried Leisure Class**. Nova Iorque: Columbia University Press, 1970.

LOVINK, G.; ROSSITER, N. (Orgs.). **My Creativity Reader**. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2007.

LUCAS, J. M. Pour la Reconnaissance de l'économie creative solidaire. **L'Observatoire**, n. 35, p. 42-48, jul. 2009.

- MARSHALL, A. **The principles of economics**. Londres: McMillan, 1890.
- MELLANDER, C.; FLORIDA, R. Creativity, talent, and regional wages in Sweden. **The Annals of Regional Science**, v. 46, n. 3, p. 637-660, 2011.
- MILES, I.; GREEN, L. **Hidden innovation in the creative industries**. Londres: Nesta, 2008.
- MÜLLER, K.; RAMMER, C.; TRÜBY, J. The role of creative industries in industrial innovation. **Innovation: management, policy & practice**, v. 11, n. 2, p. 148-168, 2009.
- MURRAY, R.; CAULLIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation**. Londres: Nesta, 2010.
- NESTA. **Creating Innovation**. Do the Creative Industries Support Innovation in Wider Economy? Londres: Nesta, 2008.
- POTTS, J. Art & Innovation: An evolutionary economic view of the creative industries. **The UNESCO Observatory**, v. 1, n. 1, p. 1-18, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Creative Industries and Economic Evolution**. Edward Elgar, MA: EE, 2011.
- POTTS, J.; CUNNINGHAM, S. **Four Models of the Creative Industries**. *Revue d'Économie Politique*, v. 120, n. 1, p. 163-180, 2010.
- POWER, D.; NIELSÉN, T. **Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries**. Europe Innova, European Cluster Observatory, 2010.
- PTQK, M. **Be creative under-class!** Mitos, paradojas y estrategias de la economía del talento". Biblioteca YP, 2011. Disponível em: <[http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/be\\_creative\\_underclass\\_maria\\_ptqk.pdf](http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/be_creative_underclass_maria_ptqk.pdf)>. Acesso em: 19 jan. 2012.
- RAUSELL, P.; MARCO-SERRANO, F.; ABELEDO, R. Sector Cultural y Creativo y Riqueza de las Regiones: En Busca de Causalidades. **Ekonomiaz**, v. 78, n. 3, p. 66-89, 2011.
- REID, B.; ALBERT, A.; HOPKINS, L. A creative Block? The future of the UK Creative Industries. **A Knowledge Economy & Creative Industries Report**. Londres: The Work Foundation, 2010.
- RODRÍGUEZ-POSE, A. Innovation prone and innovation averse societies. Economic performance in Europe. **Growth and Change**, v. 30, p. 75-105, 1999.
- ROMER, P. M. Endogenous Technological Change. **Journal of Political Economy**, v. 98, p.71-102, 1990.
- \_\_\_\_\_. Increasing returns and long-run growth. **Journal of Political Economy**, v. 94, p. 1002-1037, 1986.

RUSSO, A.; QUAGLIERI, A. Creative Workforce in Europe: territorial patterns and Effects. In: ERSACONGRESS, 2011, Barcelona. **Anais...** Barcelona: 2011.

SACCO, P. L.; SEGRE, G. Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New theoretical Framework for Endogeneous Growth. In: FRATESSI, U.; SENN, L. **Growth and innovation in Competitive Regions: The Role of Internal and External Connections**. Berlin: Springer Verlag, 2009. p. 281-294.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova York: Harper Perennial, 1962.

SCOTT, J. A. **The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries**. Londres: Sage, 2000.

SEN, A. **Development as Freedom**. Oxford: Oxford University Press, 1999.

SOSTENUTO. **Culture as a factor for economic and social innovation**. Valência: Econcult, 2012.

STONEMAN, P. **Soft innovation: Economics, product aesthetics, and the creative industries**. Oxford: Oxford University Press, 2010.

STONEMAN, P. BAKHSHI, H. **Soft innovation: Towards a more complete picture of innovative change**. Londres: Nesta, 2009.

SUNLEY, P. et al. Innovation in a creative production system: the case of design. **Journal of Economic Geography**, v. 8, n. 5, p. 675-698, 2008.

TRAN, Y. Generating Stylistic Innovation: A Process Perspective. **Industry and Innovation**, v. 17, n. 2, p. 131-161, 2010.

UNCTAD. **Creative economy**. Report 2008. Genebra-Nova Iorque: UNDP-Unctad, 2008.

\_\_\_\_\_. **Creative economy**. Report 2010. Genebra-Nova Iorque: UNDP-Unctad, 2010.

UNESCO. **Cultural Rights: Fribourg Declaration**. Paris: UNESCO, 2007.

WORK FOUNDATION; NESTA. **Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries**. Londres: Nesta, 2007.



# Mercado de trabalho da economia da cultura e da economia Criativa no Brasil: Análise conjuntural para 2014 a 2016

*Cassio da Silva Calvete<sup>1</sup>*

*Eduardo Rodrigues Sanguinet<sup>2</sup>*

*Artur Peluso Waismann<sup>3</sup>*

## 1. Introdução

A economia brasileira passa por um momento recessivo que afeta diversos setores produtivos. De acordo com o Ipea (2016), no primeiro semestre de 2016 o produto interno bruto (PIB) caiu 4,6% em relação aos seis primeiros meses de 2015. Tal fato retrata essa tendência recessiva da atividade econômica, já percebida desde meados de 2014. A situação econômica reflete-se, também, no processo inflacionário, onde o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) acumulou alta de 4,42% nos seis primeiros meses de 2016.

Esse contexto impacta os indicadores macroeconômicos das mais variadas formas, sempre de acordo com a dinâmica produtiva dos ramos que compõem a economia brasileira. Dentre estes, estão aspectos relacionados à demanda e produção agregada de bens e serviços e também ao mercado de trabalho. A conjuntura econômica de queda no nível de atividade diante de um cenário inflacionário dita o comportamento do mercado amplo de trabalho, acarretando sensível piora dos indicadores do trabalho como, por exemplo, o aumento taxa de desemprego.

Diante do cenário conjuntural do Brasil, os setores mostram comportamentos diferenciados em relação aos efeitos do processo recessivo e inflacionário. A atividade

1. Doutor em Economia Social e do Trabalho pela Universidade Estadual de Campinas. Professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Pesquisador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) na mesma universidade. E-mail: cassioalvete@uol.com.br

2. Bacharel em Ciências Econômicas e Mestre em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Doutorando em Desenvolvimento Rural (UFRGS). E-mail: eduardorodrigues43@gmail.com

3. Graduando de 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

industrial, os setores produtivos de bens de capital, a indústria de transformação, a construção civil e o nível de investimentos nacionais foram os que mostraram as maiores diminuições relativas no país (IPEADATA, 2017). Contudo, ainda assim, há setores que não viram tantos efeitos negativos decorrentes da queda agregada do nível de atividade econômica.

Em relação ao comportamento dos diferentes setores econômicos, tem-se que a partir de 2008, o Sistema Firjan passou a desenvolver estatísticas relacionadas ao mapeamento da indústria criativa no Brasil. Esse levantamento, atualizado em 2014, permite verificar a evolução da indústria criativa brasileira na última década. Em apenas uma década, o PIB da indústria criativa cresceu 69,8%, e o número de profissionais empregados formalmente aumentou em 90%, chegando a quase 900 mil em 2013 (FIRJAN, 2014). Dentre os setores que mais contribuíram para esses resultados estão o audiovisual, o *design*, a moda, arquitetura, mídias digitais, e TICS, que, conjuntamente, contribuem para a geração de mais de R\$ 126 bilhões ao ano, o que equivale a quase 3% PIB brasileiro. Esses números permitem depreender que a economia criativa se encontra em uma fase de ascendente crescimento, cabendo à presente análise verificar a forma como a conjuntura econômica afeta esse mercado de trabalho.

Com base nessas constatações, este estudo busca analisar o comportamento do mercado de trabalho brasileiro em relação à economia criativa<sup>4</sup>. Parte-se do cenário macroeconômico recessivo para avaliar a forma como as ocupações culturais e criativas são impactadas. Para tal, discute-se o constructo conceitual que norteia a delimitação dessas ocupações, de forma a viabilizar a análise da conjuntura do mercado de trabalho da economia da cultura e da economia criativa. A presente análise compreende o período do primeiro trimestre de 2014 ao terceiro trimestre de 2016, utilizando dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Pnad Contínua/IBGE).

Este capítulo está organizado em cinco seções, incluindo esta introdutória. A segunda é de caráter conceitual, em que se delimita a discussão sobre economia da cultura e economia criativa diante da ótica da mensuração a partir do recorte ocupacional. A terceira sintetiza os procedimentos metodológicos adotados para analisar a conjuntura do mercado de trabalho em questão. A quarta mostra os resultados, em que analisa-se o panorama macroeconômico dos últimos anos, bem como a verificação de como tal panorama afeta a economia criativa. Por fim, a quinta e última seção mostra as principais considerações em relação ao estudo.

## ***2. Economia da Cultura e Economia Criativa: um olhar a partir das ocupações***

A discussão sobre criatividade e cultura em um contexto de mensuração econômica torna-se ampla, e não há, necessariamente, um consenso na literatura. A Unctad (2010), por exemplo, relaciona o conceito de criatividade a atividades econômicas que produzam produtos simbólicos que dependem intensamente da propriedade intelectual.

---

4. Discute-se na literatura a distinção entre economia criativa e economia da cultura. Para fins analíticos, neste estudo utiliza-se a diferenciação entre economia da cultura e economia criativa, de forma que a segunda abarca a primeira.

tual. Essa forma de enxergar os aspectos produtivos ligados à criatividade permite a inclusão dos setores criativos no âmbito da produção artística e cultural, ampliando o escopo de análise. Dessa forma, a cultura carrega consigo distintos aspectos ligados às atividades criativas.

Assim, a economia criativa é composta por uma gama de setores, cujo número é superior à da economia da cultura, tornando-a mais abrangente. Sendo composta por todos os setores que compõem a economia da cultura, tais como patrimônio cultural e artes (artesanatos, festivais, pinturas, esculturas, museus, bibliotecas, música, teatro, dança, circo etc.), a economia criativa abarca, também, setores ligados à tecnologia e os voltados à prestação de produtos e serviços funcionais e com apelos mercadológicos, como *design* gráfico, *design* de moda, *design* de joias, *software*, *videogames*, e publicidade. Nesse debate sobre a definição do objeto de estudo do campo econômico da cultura, há o claro destaque para a indústria criativa (MARKUSEN et al, 2008).

Ao mesmo tempo em que a diferenciação entre economia da cultura e economia criativa permite a ampliação do recorte de mensuração, também pode limitar e mascarar atividades produtivas que não estejam adequadamente ligadas à ótica cultural ou criativa. Diante disso, há diversas tentativas de proposição metodológica que visam possibilitar análises padronizadas no âmbito da economia da cultura e da economia criativa.

Há alguns modelos desenvolvidos por órgãos internacionais que visam determinar recortes para mensurar estatísticas padronizadas para retratar o contexto produtivo dos setores culturais e criativos. Além disso, tais órgãos buscam meios para fomentar a criação e execução de políticas focadas nas áreas correlatas à cultura e à criatividade. Citam-se como exemplos dessas metodologias: o modelo da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), fundamentado em modelos de círculos concêntricos; da World Intellectual Property Organization (Wipo ou Organização Mundial da Propriedade Intelectual), que direciona os setores diante dos direitos de propriedade característicos da produção artística e cultural; o modelo da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad - United Nations Conference on Trade and Development), que busca pela identificação de setores criativos, mensurar a conotação comercial desses bens e serviços.

Apesar das diferenças de enfoque e de suas especificidades, esses modelos retratam a preocupação com a geração de dados e informações que sejam padronizadas e permitam a comparação internacional. Em 2010, a Unctad divulgou seu modelo partindo do pressuposto da existência de dados oficiais de comércio para subsidiar a delimitação do recorte dos setores criativos. A mensuração da conotação econômica das atividades ligadas à cultura e à criatividade tornou-se imperativa para os formuladores de política pública, uma vez que esses setores contribuem para a atividade produtiva nacional e para a geração de emprego.

Essas metodologias direcionam o enfoque para os setores de atividades econômicas que compõem a estrutura produtiva dos países. Há diversas publicações que também utilizam o recorte setorial para subsidiar análises e mensurações econômicas para a economia da cultura e economia criativa<sup>5</sup>, dado o caráter padronizado de verificar o impacto dos diferentes setores para a composição do produto nacional.

---

5. Citam-se, como exemplo, DCMS (2016) e Unctad (2010).

A ótica do mercado de trabalho, contudo, denota para um tipo de análise que não visa somente um setor agregado, mas que reflita a participação econômica dos trabalhadores, com base no trabalho desempenhado por estes no contexto produtivo em que estão inseridos. Dessa forma, procura-se delimitar o constructo conceitual para retratar a economia da cultura e a economia criativa diante da ótica ocupacional e não setorial. Tal delimitação, entretanto, deve evidenciar dois aspectos importantes: o primeiro refere-se à avaliação de como uma determinada ocupação, enquanto atividade e fruto do trabalho humano, designa aspectos que sejam culturais e/ou criativos. Em segundo lugar, está a questão da delimitação metodológica para se ter um recorte ocupacional que seja plausível para representar a conotação econômica e social da economia da cultura e da economia criativa.

De acordo com a Unctad (2010), o escopo da economia criativa determina-se diante do que é construído e produzido no âmbito das indústrias criativas. No entanto, tem-se que a definição dessas indústrias criativas é uma questão de constante debate e discordância na literatura econômica, especialmente em relação ao conceito paralelo de indústrias culturais. Por vezes, é feita uma distinção entre indústrias criativa e cultural, enquanto há autores e órgãos multilaterais que as usam de forma intercambiável.

Para Miguez (2011), ainda que a cultura esteja presente de forma relevante em várias esferas da vida social contemporânea, é nas suas interfaces com o campo da economia que de forma mais acentuada a cultura tem vindo a demandar a atenção do mundo científico-acadêmico, de instituições governamentais, de agências multilaterais, de bancos de desenvolvimento, e de organizações não governamentais. Negri e Cuocco (2006) discutem a relação entre economia, trabalho e cultura diante do modo de produção capitalista:

*O que é cultural no capitalismo globalizado das redes é o trabalho em geral. Ou seja, um trabalho que se torna intelectual, criativo, comunicativo – em uma palavra, imaterial. A cultura 'gera valor' porque o que é incorporado aos produtos são formas de vida: estilos, preferências, status, subjetividades, informações, normas de consumo e até a produção de opinião pública. A mercadoria precisa ser dotada de valor cultural. O trabalho se torna, assim, ação cultural. O trabalho da cultura e na cultura se torna cada vez mais o paradigma da produção em seu conjunto.*

É com base nessa conotação, que relaciona trabalho, cultura e economia juntamente com a proposição da Unctad em considerar a economia da cultura como parte integrante da economia criativa, que se criam formas para delimitar o recorte analítico das ocupações culturais e criativas. A principal justificativa para o recorte ocupacional é a possibilidade de analisar o mercado de trabalho da forma mais desagregada possível. Assim, a análise permite o dimensionamento fidedigno da economia da cultura e da economia criativa, uma vez que uma análise com o recorte setorial para o mercado de trabalho poderia vir a superestimar a realidade da participação econômica das ocupações inseridas em setores culturais e criativos. O olhar para as ocupações possibilita a análise do mercado de trabalho mais específica e direcionada, tendo como base definições conceituais capazes de caracterizar a economia criativa. Assim, para os fins deste estudo, o modelo adotado se baseia nos setores propostos



pela Unctad (2010) para direcionar o recorte analítico diante das ocupações.

Da mesma forma que a Unctad amplia a noção de criatividade e a relaciona diante da abrangência dos aspectos culturais, considera-se neste estudo que as ocupações culturais são, por si só, também criativas. O que diferencia uma ocupação cultural de criativa é a dimensão cultural que o trabalho individual reflete. A ocupação cultural reflete atividades em áreas diretamente ligadas às artes, ao conhecimento, às crenças, e às expressões culturais. Uma ocupação criativa, assim, envolve a atividade econômica baseada no conhecimento, criatividade, inovação, e agregação de valor simbólico. Outro fator que diferencia uma ocupação criativa de uma cultural é a inserção produtiva do trabalho direcionada ao mercado e atendimento de demanda. Assim, a análise do mercado de trabalho direciona-se para o recorte ocupacional, por mais que o constructo de ocupações ligadas à economia da cultura e economia criativa esteja baseado na metodologia da Unctad que utiliza o recorte setorial<sup>6</sup>.

### 3. Aspectos metodológicos

Este estudo busca analisar o comportamento do mercado de trabalho brasileiro em relação à economia da cultura e economia criativa. Para tanto, parte-se do conceito adotado de ocupação cultural e de ocupação criativa, atrelando-o à base de dados divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da sua Pesquisa Nacionais de Amostra Domiciliar Contínua<sup>7</sup> (Pnad Contínua). O período considerado na análise parte do primeiro trimestre de 2014 ao penúltimo trimestre de 2016. As análises consistem em estatísticas e medidas descritivas para retratar o comportamento do mercado de trabalho.

Foi estabelecido um conjunto padronizado de definições e um sistema comum de classificação para tratar as ocupações em termos analíticos. O recorte ocupacional é utilizado para não se incorrer em superestimação a partir do olhar setorial. Outra justificativa é o fato de a análise ocupacional, juntamente com a utilização dos dados da Pnad Contínua, possibilitar analisar a informalidade vista nos setores culturais e criativos. A proposta de analisar o mercado de trabalho com base em definições de ocupações possibilita que se evidenciem as atividades de trabalho específicas dos setores estudados, excluindo-se aquelas ocupações que não são, necessariamente, culturais e criativas de setores que são culturais e/ou criativos.

Da mesma forma, ao buscar as informações pelas ocupações e não pelos setores, consegue-se incorporar os dados referentes a essas ocupações específicas inseridas em outros setores da atividade econômica. O modelo adotado para este trabalho considera que as atividades econômicas culturais e criativas mantêm uma forte proximidade entre si. O recorte deu-se a partir da seleção de ocupações que sejam culturais e criativas, de acordo com a classificação utilizada na Pnad Contínua, tal como mostra o Quadro 1.

6. O modelo da Unctad é construído a partir de uma ampla discussão conceitual com vistas à criação de mecanismos metodológicos que permitam mensurar a ótica econômica dos setores criativos e culturais. Como o modelo preocupa-se diretamente com a possibilidade de mensuração e de comparação internacional, o recorte setorial é a forma mais padronizada e adotada pelos países para a construção de estatísticas nacionais.

7. A Pnad Contínua consiste-se em uma pesquisa que visa produzir informações contínuas sobre a inserção da população no mercado de trabalho associada a características demográficas e de educação, e, também, para o estudo do desenvolvimento socioeconômico. Sua periodicidade é trimestral.

## Quadro 1 - Ocupações culturais e criativas\* (Continua)

COD	DENOMINAÇÃO	ÁREA	SETOR	ECONOMIA
2621	Arquivologistas e curadores de museus	Área Cultural	Museus	Cultura
2622	Bibliotecários, documentaristas e afins	Área Cultural	Bibliotecas	Cultura
3433	Técnicos em galerias de arte, museus e bibliotecas	Área Cultural	Museus	Cultura
2652	Músicos, cantores e compositores	Artes Performativas	Música	Cultura
2653	Bailarinos e coreógrafos	Artes Performativas	Dança	Cultura
2654	Diretores de cinema, de teatro e afins	Artes Performativas	Teatro	Cultura
2655	Atores	Artes Performativas	Teatro	Cultura
2659	Artistas criativos e interpretativos não classificados anteriormente	Artes Performativas	Teatro	Cultura
7311	Mecânicos e reparadores de instrumentos de precisão	Artes Performativas	Música	Cultura
7312	Confeccionadores e afinadores de instrumentos musicais	Artes Performativas	Música	Cultura
2651	Artistas plásticos	Artes Visuais	Escultura	Cultura
3431	Fotógrafos	Artes Visuais	Fotografia	Cultura
7317	Artesãos de pedra, madeira, vime e materiais semelhantes	Artes Visuais	Escultura	Cultura
7319	Artesãos não classificados anteriormente	Artes Visuais		Cultura
2656	Locutores de rádio, televisão e outros meios de comunicação	Audiovisual	Rádio	Criativa
2163	Desenhistas de produtos e vestuário	<i>Design</i>	Moda	Criativa
2166	Desenhistas gráficos e de multimídia	<i>Design</i>	Gráfico	Criativa
3432	Desenhistas e decoradores de interiores	<i>Design</i>	Interiores	Criativa
5241	Modelos de moda, arte e publicidade	<i>Design</i>	Moda	Criativa
7313	Joalheiros e lapidadores de gemas, artesãos de metais preciosos e semipreciosos	<i>Design</i>	Jóias	Criativa
7314	Ceramistas e afins (preparação e fabricação)	<i>Design</i>	Interiores	Criativa
7315	Cortadores, polidores, jateadores e gravadores de vidros e afins	<i>Design</i>	Interiores	Criativa
7316	Redatores de cartazes, pintores decorativos e gravadores	<i>Design</i>	Gráfico	Criativa
7531	Alfaiates, modistas, chapelleiros e peleteiros	<i>Design</i>	Moda	Criativa
7532	Trabalhadores qualificados da preparação da confecção de roupas	<i>Design</i>	Moda	Criativa
7533	Costureiros, bordadeiros e afins	<i>Design</i>	Moda	Criativa
7534	Tapeceiros, colchoeiros e afins	<i>Design</i>	Moda	Criativa
5141	Cabeleireiros	<i>Design</i>	Moda	Criativa
7318	Artesãos de tecidos, couros e materiais semelhantes	Expressões Culturais Tradicionais	Artesanato	Cultura
7535	Trabalhadores qualificados do tratamento de couros e peles	Expressões Culturais Tradicionais	Artesanato	Cultura
7536	Sapateiros e afins	Expressões Culturais Tradicionais	Artesanato	Cultura
1222	Dirigentes de publicidade e relações públicas	Novas Mídias	Publicidade	Criativa
1330	Dirigentes de serviços de tecnologia da informação e comunicações	Novas Mídias	Digital	Criativa
2511	Analistas de sistemas	Novas Mídias	Digital	Criativa
2512	Desenvolvedores de programas e aplicativos ( <i>software</i> )	Novas Mídias	Digital	Criativa

**Quadro 1 - Ocupações culturais e criativas\* (Conclusão)**

COD	DENOMINAÇÃO	ÁREA	SETOR	ECONOMIA
2514	Programadores de aplicações	Novas Mídias	Digital	Criativa
2519	Desenvolvedores e analistas de programas e aplicativos ( <i>software</i> ) e multimídia não classificados anteriormente	Novas Mídias	Digital	Criativa
2521	Desenhistas e administradores de bases de dados	Novas Mídias	Digital	Criativa
2522	Administradores de sistemas	Novas Mídias	Digital	Criativa
2523	Profissionais em rede de computadores	Novas Mídias	Digital	Criativa
2529	Especialistas em base de dados e em redes de computadores não classificados anteriormente	Novas Mídias	Digital	Criativa
3511	Técnicos em operações de tecnologia da informação e das comunicações	Novas Mídias	Digital	Criativa
3512	Técnicos em assistência ao usuário de tecnologia da informação e das comunicações	Novas Mídias	Digital	Criativa
3513	Técnicos de redes e sistemas de computadores	Novas Mídias	Digital	Criativa
3514	Técnicos da web	Novas Mídias	Digital	Criativa
2641	Escritores	Publicação e Mídia impressa	Livros	Cultura
2642	Jornalistas	Publicação e Mídia impressa	Imprensa	Criativa
7321	Trabalhadores da pré-impressão gráfica	Publicação e Mídia impressa	Outras publicações	Criativa
7322	Impressores	Publicação e Mídia impressa	Outras publicações	Criativa
7323	Encadernadores e afins	Publicação e Mídia impressa	Outras publicações	Criativa
1223	Dirigentes de pesquisa e desenvolvimento	Serviços criativos	Outros Serviços Relacionados	Criativa
2356	Instrutores em tecnologias da informação	Serviços criativos	Digital	Criativa
2161	Arquitetos de edificações	Serviços criativos	Arquitetura	Criativa
2162	Arquitetos paisagistas	Serviços criativos	Arquitetura	Criativa
2164	Urbanistas e engenheiros de trânsito	Serviços criativos	Arquitetura	Criativa
2354	Outros professores de música	Serviços criativos	Ensino	Criativa
2355	Outros professores de artes	Serviços criativos	Ensino	Criativa
2643	Tradutores, intérpretes e linguistas	Serviços criativos	Outros Serviços Relacionados	Criativa
3434	Chefes de cozinha	Serviços Criativos	Outros Serviços Criativos	Criativa
3435	Outros profissionais de nível médio em atividades culturais e artísticas	Serviços criativos	Outros Serviços Relacionados	Criativa
3521	Técnicos de radiodifusão e gravação audiovisual	Serviços Criativos	Outros Serviços Relacionados	Criativa
3522	Técnicos de engenharia de telecomunicações	Serviços criativos	Outros Serviços Relacionados	Criativa

*Nota: \* A Pnad Contínua utiliza uma classificação diferente para as ocupações, se comparadas a outras pesquisas amostrais realizadas pelo IBGE. A Classificação de Ocupações para Pesquisas Domiciliares (COD) difere-se da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), sendo a primeira mais agregada.*

*Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).*

## 4. Resultados

Os resultados deste estudo estão organizados em duas subseções. Na primeira, busca-se analisar, de forma geral, a evolução do cenário macroeconômico brasileiro, com vistas a delimitar uma linha tênue característica do processo recessivo pelo qual a economia brasileira passa desde meados de 2015. Essa primeira análise possui caráter estrutural e abrangente, compreendendo o período 2003 a 2016, possibilitando, assim, a verificação da evolução do comportamento dos indicadores macroeconômicos. Na segunda parte, com base na discussão conceitual apresentada nas seções anteriores, pretende-se averiguar o comportamento do mercado de trabalho da economia da cultura, da economia criativa, bem como do mercado de trabalho geral. Essa segunda análise possui conotação conjuntural, compreendendo os quatro trimestres de 2014 e 2015 e os três primeiros de 2016, dada a disponibilidade de dados. Esses recortes permitem fazer o contraponto da forma como os setores culturais e criativos foram impactados diante da queda da atividade econômica nacional.

### 4.1. Panorama macroeconômico brasileiro (2003-2016)

A economia brasileira passou por mudanças nas esferas produtivas e mesmo de direcionamento das ações do Estado que foram marcantes ao longo dos anos 2000. Com um viés mais desenvolvimentista visto a partir de 2003, a lógica de atuação econômica dos agentes, bem como a dinâmica de atuação do governo na economia foram determinantes para os períodos de crescimento do PIB brasileiro ao longo da década. Esse crescimento e essa mudança de orientação governamental trouxeram consigo mudanças no comportamento dos agentes econômicos nas mais distintas áreas e setores.

Compreender as mudanças estruturais possibilita o entendimento da dinâmica e das alterações produtivas e econômicas do país. As transformações dos setores produtivos e a contribuição das diferentes atividades econômicas para o crescimento econômico e desenvolvimento social e territorial são fatores importantes para se ter uma ideia coerente sobre a situação econômica e de participação social na economia.

O mercado de trabalho, independente do setor ou ramo produtivo, é notadamente onde se concentra a força motriz dos agentes na geração de produto e riqueza nacional. As mudanças vistas na estrutura do mercado de trabalho das ocupações culturais e das ocupações criativas mostram-se um ferramental analítico interessante para dimensionar a capacidade de tais setores mobilizarem recursos econômicos e sociais em prol do crescimento e do desenvolvimento de um país.

A inserção econômica das atividades culturais e criativas se dá em meio a mudanças de orientação política e econômica no Brasil a partir dos anos 2000. O país passou por uma fase de crescimento contínuo nessa década, muito em função da fase favorável de exportação de *commodities* agrícolas, o que se atrelou a um momento de transformações nas estruturas creditícias, principalmente para o consumo final, o que fomentou a demanda nos mais distintos setores. A intervenção estatal nas atividades econômicas propulsionou a criação de universidades, o fomento à pesquisa e à inovação tecnológica, e a criação de secretarias ministeriais especiais que viriam

a colaborar para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das mais variadas formas de organização social em prol da produção e comercialização. Todo esse arcabouço institucional promoveu transformações estruturantes das atividades econômicas e, em consequência direta, do quadro ocupacional do país. Mostrar essas transformações é o grande foco deste estudo, evidenciando a capacidade de mobilização econômica e social dos setores culturais e criativos, que foi marcadamente crescente ao longo da década de 2000 (FIRJAN, 2014).

A presente subseção busca apresentar o panorama da economia brasileira no período de 2003 a 2016. Esse período marca muitas mudanças em termos de orientação econômica e também de variações relativas da participação dos diferentes setores produtivos para a produção nacional. Assim, essa contextualização da realidade brasileira permitirá embasar as discussões apresentadas nas seções seguintes que tratam de forma mais específica das mudanças vistas na economia da cultura e na economia criativa.

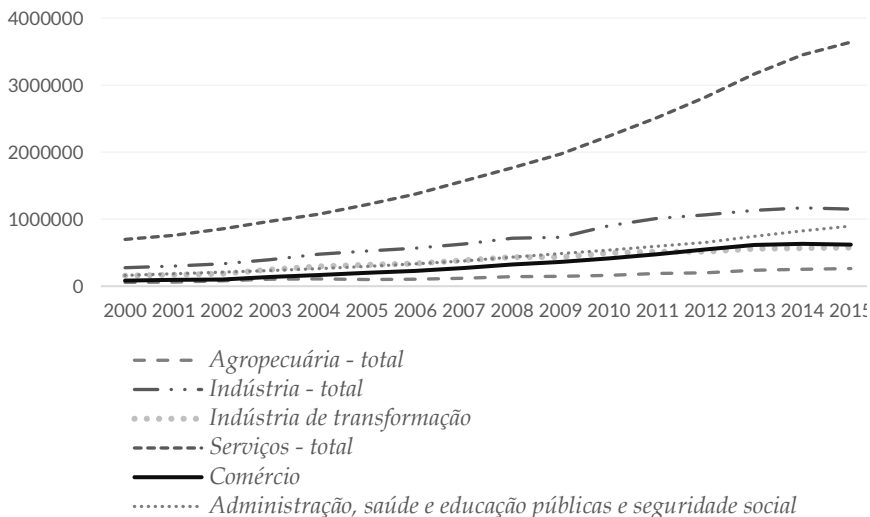
A estratégia de ajuste das contas públicas adotada pelo governo federal brasileiro iniciada em meados de 2014 afeta de distintas formas os fatores que condicionam o crescimento econômico no país. Um destes refere-se à perda de confiança das empresas e dos consumidores, refletindo-se na queda do volume de investimentos e do volume de vendas no atacado e no varejo. Nesse contexto, a taxa de inflação, principalmente em razão da desvalorização do câmbio, afeta o preço de produtos, serviços e insumos, assim como encarece o crédito.

As consequências sobre o mercado de trabalho já são perceptíveis, onde nota-se a queda gradual de empregos formais e o aumento das ocupações informais. O impacto tem sido maior em alguns ramos econômicos, como a indústria de transformação e a construção civil. O período recessivo pelo qual passa a economia afeta também o setor de serviços e o comércio, responsáveis por boa parte da geração de empregos formais nos últimos anos.

Em diversas regiões do país já se nota uma elevação da taxa de desemprego. Somado a isso, é projetado um aumento do subemprego, ou seja, o emprego em ocupações precárias. A queda dos salários reais também é consequência do processo em curso, tendo em vista a dificuldade de os trabalhadores conseguirem reposição salarial, uma vez que têm seu poder de barganha reduzido, pressionados pela alta da taxa de desemprego na economia.

Para se compreender a composição do produto da economia brasileira, apresentam-se na Figura 1 os valores em milhões de reais para a produção de cada setor. É notável que o setor de serviços é o mais relevante em termos de produto. Esse setor, ainda que acumule períodos de crescimento de 2000 a 2015, apresenta no intervalo 2014-2015 taxa de crescimento menor que nos períodos logo antes, indicando que também sofreu os impactos da conjuntura traçada anteriormente no texto.

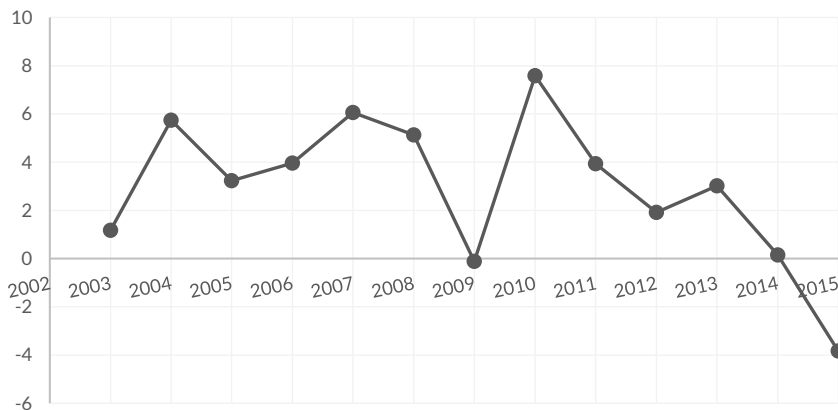
**Figura 1 – Setores produtivos e participação (em valores a preços correntes em milhões de reais) 2000-2015**



Fonte: Elaboração própria a partir de IpeaData (2017).

Na Figura 2 é possível que seja observada a variação do PIB real no período compreendido entre 2003 e 2015. É interessante notar que de 2010 até 2014, exceção feita ao período entre os anos de 2012 e 2013, o PIB real vem apresentando queda na sua taxa de variação, contudo, sempre com variação positiva ou pelo menos nula. No intervalo de tempo entre 2014 e 2015, pela primeira vez em toda a série observada, houve variação negativa do PIB real brasileiro.

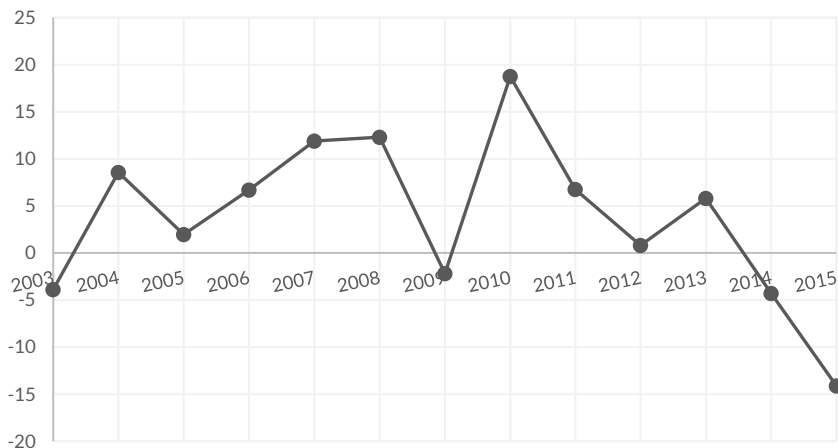
**Figura 2 – Variação do PIB Real (2003-2015)**



Fonte: Elaboração própria a partir de IpeaData (2017).

Observando-se a Figura 3, temos a taxa de investimento real para o mesmo período do observado na figura anterior. Mais oscilante que a variação do produto, a taxa de investimento apresentou-se negativa em apenas 3 momentos, no ano de 2003, no ano de 2009 e nos anos de 2014 e 2015. O último biênio de taxas negativas de investimento real reforça o contexto de recessão econômica.

*Figura 3 - Taxa de investimento real (2003-2015)*

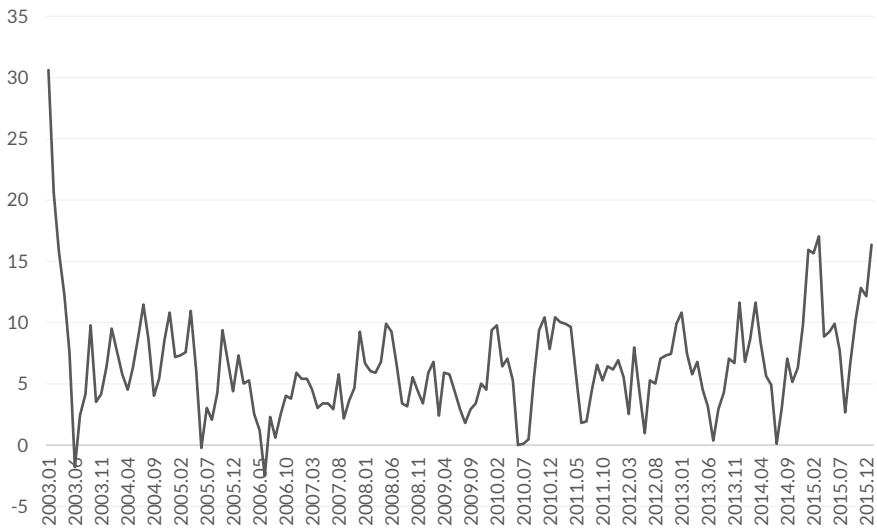


*Fonte: Elaboração própria a partir de IpeaData (2017).*

A queda no nível de investimentos reais na economia brasileira ocorre tanto sob a óptica pública quanto privada. Em relação à primeira, a queda no nível de arrecadação, atrelada às estratégias de redução do gasto público, incide sobre o nível de investimentos públicos mais amplo. Sobre o segundo, o contexto de mudanças políticas, de alteração da forma como o Estado organiza suas contas, faz com que seja reduzido o nível de confiança dos agentes na economia. É notável na Figura 3 que a partir de 2013 a taxa de investimentos cai vertiginosamente.

Outro fato que retrata o contexto macroeconômico é o nível de preços da economia, que reflete o processo inflacionário pelo qual passa a economia. A Figura 4 mostra a série histórica do IPCA de 2003 a 2016.

**Figura 4 - Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA) (%) - 2003 a 2016**



Fonte: Elaboração própria a partir de IpeaData (2017).

Nota-se que a partir de meados de 2014, o índice torna-se crescente, apresentado queda no início de 2015, sendo acompanhado de elevação a partir do fim de 2015, mantendo-se assim no ano de 2016. A taxa de inflação impacta o poder de compra dos agentes, encarece serviços e bens e afeta a confiança de investidores. Com base nessa rápida contextualização sobre o panorama macroeconômico brasileiro, a próxima seção retrata o comportamento do mercado trabalho a partir de 2014, momento que, pelo que foi visto nesta seção, inicia uma fase de piora do quadro econômico do país.

#### **4.2. O mercado de trabalho da economia da cultura e da economia criativa (2014-2016)**

Esta subseção analisa a evolução conjuntural do mercado de trabalho da economia da cultura e da economia criativa e também os compara com a evolução do mercado de trabalho geral. Investigam-se os principais indicadores do mercado de trabalho, sendo estes: população ocupada e características como gênero, nível dos rendimentos, contribuição previdenciária, formalidade das ocupações e nível de escolaridade.

Em relação à população ocupada, a trajetória da série pode ser vista na Tabela 1. Nota-se uma evolução no ano de 2014, quando a economia brasileira já apresentava sinais de desaquecimento, que chama atenção por contrastar com o ritmo da economia daquele ano e também quando comparada com a constante instabilidade e piora no quadro total de ocupados ao longo de 2015 e 2016.



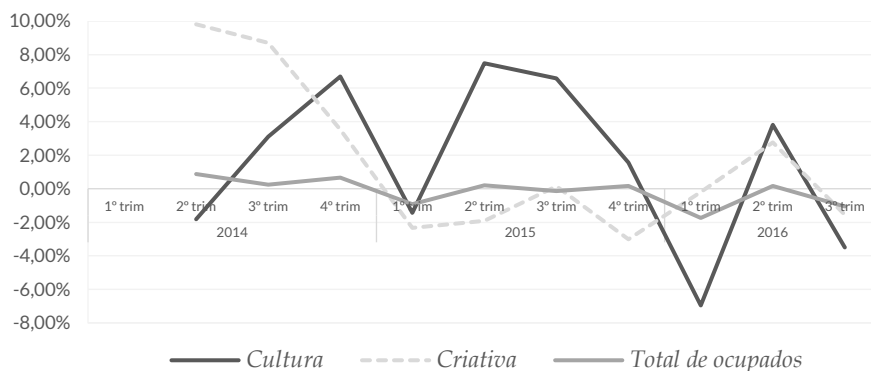
**Tabela 1 – Total de ocupados, ocupados criativos e ocupados culturais (2014-2016)**

ANO	CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS		
	N° ABS.	VAR. %	N° ABS.	VAR. %	N° ABS.	VAR. %	
2014	1º trim	1.077.260		4.407.766		91.251.589	
	2º trim	1.057.595	-1,83	4.839.965	9,81	92.051.939	0,88
	3º trim	1.090.395	3,10	5.261.137	8,70	92.269.100	0,24
	4º trim	1.163.419	6,70	5.446.229	3,52	92.874.532	0,66
2015	1º trim	1.146.623	-1,44	5.319.452	-2,33	92.023.103	-0,92
	2º trim	1.232.415	7,48	5.218.160	-1,90	92.211.336	0,20
	3º trim	1.313.404	6,57	5.225.430	0,14	92.089.928	-0,13
	4º trim	1.333.876	1,56	5.068.013	-3,01	92.244.835	0,17
2016	1º trim	1.241.085	-6,96	5.058.077	-0,20	90.639.074	-1,74
	2º trim	1.288.408	3,81	5.197.489	2,76	90.798.100	0,18
	3º trim	1.243.324	-3,45	5.116.744	-1,55	87.479.184	-3,66
Varição acumulada	166.148	15,42	708.978	16,08	-3.772.405	-4,13	

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

O somatório de postos de trabalho criados e fechados verificados ao longo dos quase três anos apresentou instabilidade, que pode ser verificada através dos percentuais de variação em cada período (Tabela 1) e melhor visualizada na Figura 5 abaixo. No entanto, quando analisado o período de forma acumulada, as ocupações culturais e criativas tiveram elevação, respectivamente, de 15,42% e 16,08%, enquanto o total de ocupações apresentou queda de 4,13%. Quando analisado separadamente o ano de 2016, as ocupações culturais tiveram significativa redução, em que o total de ocupações também teve redução, e as ocupações criativas tiveram um pequeno crescimento.

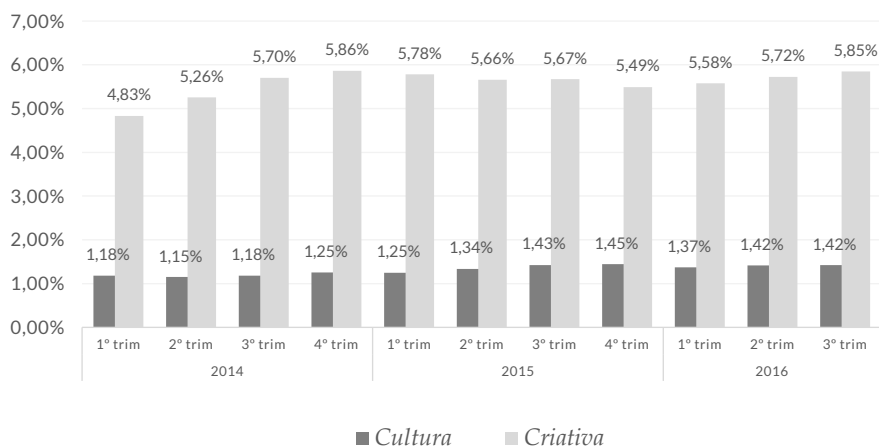
**Figura 5 – Variação percentual do número de ocupados culturais, criativos e total de ocupados (2014-2016)**



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

Quando analisado apenas o ano de 2016, percebe-se que os três tipos de ocupações (culturais, criativas e totais) tiveram movimentações semelhantes, apesar de apresentarem percentuais distintos. Houve uma diminuição de ocupados no primeiro trimestre, recuperação no segundo e queda no terceiro trimestre. A oscilação apresentada pelas ocupações culturais em 2016 apenas reduziu um pouco o crescimento verificado desde 2014, enquanto a oscilação das ocupações criativas manteve o crescimento das ocupações e a oscilação do total de ocupações manteve a tendência de diminuição. Na Figura 6 pode-se ver que a participação relativa das ocupações culturais e criativas no mercado de trabalho total cresceu durante o período analisado.

**Figura 6 – Participação de ocupações culturais e criativas e no total dos ocupados (2014-2016)**



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

Nos quatro trimestres de 2014, as ocupações criativas tiveram crescimento superior ao aumento do quadro total de ocupados, aumentando sua participação relativa de 4,83% para 5,86%. Nesse quadro, as ocupações culturais também acompanharam o aumento, mas em menor proporção. Em 2015, a instabilidade visível no quadro total de ocupados contrasta com o aumento dos ocupados culturais, que têm sua participação relativa aumentada de 1,25% para 1,45%. Nesse período, as ocupações criativas apresentaram uma queda na participação relativa, situação que se altera em 2016, em que a participação relativa aumenta como resultado da queda do total de ocupados combinado com o pequeno aumento dos ocupados criativos. Os ocupados culturais praticamente retomam sua participação em 2016 devido à maior diminuição do total de ocupados.

A crise que impactou de forma expressiva o mercado de trabalho geral a partir de 2015, com a redução do número de ocupados, e que continuou em 2016 não foi sentida com a mesma intensidade nas ocupações culturais e criativas. As ocupações criativas continuaram crescendo em 2016 enquanto as culturais tiveram queda, mas

que não foi suficiente para reverter o grande crescimento que experimentou desde 2014. No entanto, no quesito dos rendimentos, a crise se fez sentir com mais força nas ocupações culturais e criativas. Em ambos os casos a queda dos rendimentos é quase contínua desde o último trimestre de 2014. No caso das ocupações culturais, houve uma pequena melhora no primeiro trimestre do ano em parte em função do aumento do salário mínimo e em parte por um efeito estatístico do forte fechamento de postos de trabalho com menor remuneração.

Portanto, também nos setores culturais e criativos a crise se fez sentir. As decisões orçamentárias tomadas em 2015 levaram em consideração a redução das arrecadações dos municípios, dos estados e da união. Assim, o orçamento do setor público para a cultura sofreu cortes. No setor privado não foi diferente, com a diminuição de sua demanda, ele reduziu as verbas alocadas para o *marketing* cultural. O setor cultural também foi afetado pela redução de investimentos decorrentes da crise que afeta a Petrobrás, as mineradoras e as construtoras, tradicionais investidoras da cultura. O aumento do desemprego e a queda dos rendimentos gerais também impactam na compra de bens e serviços culturais.

Na Tabela 2 pode-se verificar de forma mais geral a deterioração do mercado de trabalho brasileiro. Ao longo do período analisado percebe-se queda do rendimento médio e forte aumento do total de desocupados. O mesmo cenário se repete no ano de 2016, a taxa de desocupação aumenta de forma contínua e acelerada, enquanto os rendimentos continuam caindo. Após uma breve estabilização nos rendimentos médios verificados no primeiro trimestre, em parte em função da reposição anual do salário mínimo, os rendimentos seguiram a sua tendência de queda.

***Tabela 2 – Evolução do Rendimento Médio do trabalho principal e do Total de Desocupados no Mercado Geral de Trabalho***

ANO		RENDIMENTO MÉDIO* (R\$)	TOTAL DE DESOCUPADOS (%)
2014	1º trimestre	2.069,20	7,2
	2º trimestre	2.018,44	6,8
	3º trimestre	2.021,13	6,8
	4º trimestre	2.047,44	6,6
2015	1º trimestre	2.069,98	7,9
	2º trimestre	2.050,73	8,3
	3º trimestre	2.006,59	8,9
	4º trimestre	2.002,33	9,0
2016	1º trimestre	2.005,70	10,9
	2º trimestre	1.972,85	11,3
	3º trimestre	1.983,28	11,8

Nota: \*Valores deflacionados pelo IPCA para 1º de novembro de 2016.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

O mercado geral de trabalho continuou o seu movimento de deterioração ao longo do ano de 2016 e também no terceiro trimestre do ano. O aumento da desocupação e o aumento do tempo de procura por uma nova ocupação pressionam os salários para baixo e levam ao aumento da informalidade. A continuidade da crise econômica e política atingem fortemente o mercado de trabalho. A variação de 0,5% dos rendimentos no último trimestre representa mais uma relativa estabilidade do que um real crescimento.

Os setores de economia da cultura e da economia criativa têm certas particularidades que os diferenciam dos demais setores no que concerne, por exemplo, a questões de inserção produtiva dos indivíduos. Como característica positiva, eles se mostram mais receptivos aos trabalhadores que normalmente se inserem no mercado de trabalho de forma mais precária (jovens, negros e mulheres) e, como característica negativa, tem-se que eles oferecem menor proteção aos seus ocupantes. A Tabela 3 traz a participação por sexo nas ocupações culturais, criativas e totais no Brasil.

*Tabela 3 –Evolução da participação de ocupados por gênero e por ocupação (%)*

ANO		CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS	
		MASCULINO	FEMININO	MASCULINO	FEMININO	MASCULINO	FEMININO
2014	1º trim	56,8	43,2	53,1	46,9	57,3	42,7
	2º trim	57,3	42,7	48,4	51,6	57,3	42,7
	3º trim	57,7	42,3	47,0	53,0	57,4	42,6
	4º trim	55,9	44,1	46,5	53,5	57,0	43,0
2015	1º trim	53,0	47,0	45,6	54,4	57,3	42,7
	2º trim	52,6	47,4	47,6	52,4	56,9	43,1
	3º trim	52,1	47,9	48,4	51,6	56,9	43,1
	4º trim	52,0	48,0	49,6	50,4	57,2	42,8
2016	1º trim	53,8	46,2	49,4	50,6	57,4	42,6
	1º trim	54,4	45,6	48,7	51,3	57,2	42,8
	2º trim	53,9	46,1	49,2	50,8	57,6	42,4

*Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).*

Antes da crise se instalar de forma mais visível em 2015 o percentual de mulheres nas ocupações culturais e no total de ocupações tinham o mesmo patamar. No entanto, quando a crise se fez mais presente, cresceu a participação das mulheres nas ocupações culturais, enquanto no mercado de trabalho geral ela praticamente não se alterou. No ano de 2016 o percentual de mulheres no total dos ocupados continuou no mesmo patamar enquanto nas ocupações culturais sofreu uma pequena retração. Dentre as ocupações criativas, o percentual de mulheres tem sido superior ao dos homens desde o segundo trimestre de 2014 e em 2015 sofreu uma diminuição relativa e manteve uma relativa estabilidade em 2016.

Ao analisarmos a Tabela 4, que traz dados sobre a contribuição previdenciária, percebe-se uma relativa estabilidade ao longo do período analisado para as ocupa-

ções culturais, criativas e totais, o mesmo valendo para o ano de 2016. As pequenas melhorias nas ocupações criativas e totais quando comparado o ano de 2016 com o segundo semestre de 2015 são resultado da evolução do fechamento de postos de trabalho. Nesse período, fecharam mais postos de trabalhos de não contribuintes do que de contribuintes. Cabe destacar o baixo percentual de contribuintes para a previdência nos três tipos de ocupações analisadas, que no terceiro trimestre de 2016 ficaram em 67,4% para o total de ocupados, 58,6% para os ocupados criativos e 47,2% para os ocupados culturais.

Esses baixos percentuais de contribuição para a previdência, particularmente dos ocupados culturais, apontam para a precarização e insegurança que os trabalhadores enfrentam nessas atividades. Sem a contribuição previdenciária, os trabalhadores não têm direito a aposentadoria, licença saúde, maternidade, acidente de trabalho, entre outros benefícios. Atualmente, quando se discute a reforma da previdência, esses percentuais devem ser levados em consideração. A Proposta de Emenda Constitucional 287<sup>8</sup> enviada ao Congresso em dezembro de 2016 não tem nenhum artigo que estimule o aumento do número de contribuintes, que diminuiria a insegurança dos trabalhadores e traria um reforço de caixa para a previdência no curto prazo e mais fôlego para as soluções dos problemas no longo prazo.

**Tabela 4 - Evolução do número de ocupados com e sem contribuição previdenciária por ocupação**

ANO		CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS	
		C/ CONTRIB.	S/ CONTRIB.	C/ CONTRIB.	S/ CONTRIB.	C/ CONTRIB.	S/ CONTRIB.
2014	1º trim.	47,5	52,5	60,3	39,7	64,3	35,7
	2º trim.	48,3	51,7	59,3	40,7	64,6	35,4
	3º trim.	49,1	50,9	59,5	40,5	64,7	35,3
	4º trim.	46,9	53,1	58,5	41,5	64,7	35,3
2015	1º trim.	49,1	50,9	58,6	41,4	64,8	35,2
	2º trim.	48,5	51,5	58,5	41,5	64,9	35,1
	3º trim.	45,3	54,7	57,4	42,6	64,6	35,4
	4º trim.	45,4	54,6	58,2	41,8	65,6	34,4
2016	1º trim.	46,9	53,1	58,8	41,2	65,7	34,3
	2º trim.	46,6	53,4	57,7	42,3	65,4	34,6
	3º trim.	47,2	52,8	58,6	41,4	67,4	32,6

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

As consequências do processo de queda da atividade econômica brasileira sobre o mercado de trabalho já são perceptíveis, onde nota-se a queda gradual de empregos formais e o aumento das ocupações informais. O impacto no total de empregos é maior em alguns ramos econômicos, tais como a indústria de transformação e a construção civil. O período recessivo pelo qual passa a economia afeta também o setor de serviços e o comércio, responsáveis por boa parte da geração de empregos formais

8. A proposta de emenda à Constituição (PEC) 287 dispõe sobre a seguridade social, estabelece regras de transição e dá outras providências.

nos últimos anos. A diminuição relativa da taxa de emprego em várias regiões do país projeta uma perspectiva de aumento de ocupações precárias, não formalizadas ou ainda categorizadas como de subemprego. A Tabela 5, nesse sentido, mostra a participação relativa das ocupações formais e informais.

**Tabela 5 – Participação de ocupações formais e informais\***

ANO	CULTURA				CRIATIVA				TOTAL OCUPADOS				
	FORMAL	VAR. %	INFORMAL	VAR. %	FORMAL	VAR. %	INFORMAL	VAR. %	FORMAL	VAR. %	INFORMAL	VAR. %	
2014	1º trim	35,75%		64,25%		47,74%		52,26%		55,99%		44,01%	
	2º trim	33,32%	-6,80%	66,68%	3,78%	44,64%	-6,49%	55,36%	5,93%	56,14%	0,27%	43,86%	-0,34%
	3º trim	33,15%	-0,51%	66,85%	0,25%	44,12%	-1,16%	55,88%	0,94%	55,88%	-0,46%	44,12%	0,59%
	4º trim	31,73%	-4,28%	68,27%	2,12%	43,06%	-2,40%	56,94%	1,90%	55,63%	-0,45%	44,37%	0,57%
2015	1º trim	34,35%	8,26%	65,65%	-3,84%	43,25%	0,44%	56,75%	-0,33%	55,75%	0,22%	44,25%	-0,27%
	2º trim	32,28%	-6,03%	67,72%	3,15%	41,73%	-3,51%	58,27%	2,68%	55,33%	-0,75%	44,67%	0,95%
	3º trim	29,71%	-7,96%	70,29%	3,80%	40,65%	-2,59%	59,35%	1,85%	54,91%	-0,76%	45,09%	0,94%
	4º trim	27,00%	-9,12%	73,00%	3,86%	40,07%	-1,43%	59,93%	0,98%	54,76%	-0,27%	45,24%	0,33%
2016	1º trim	28,23%	4,56%	71,77%	-1,68%	39,71%	-0,90%	60,29%	0,60%	54,61%	-0,27%	45,39%	0,33%
	2º trim	27,34%	-3,15%	72,66%	1,24%	38,54%	-2,95%	61,46%	1,94%	54,24%	-0,68%	45,76%	0,82%
	3º trim	26,25%	-3,99%	73,75%	1,50%	39,48%	2,44%	60,52%	-1,53%	54,92%	1,25%	45,08%	-1,49%

*Nota: \*As ocupações formais são formadas por trabalhadores domésticos com carteira, militares, empregadores, empregados no setor privado com carteira e funcionários públicos estatutários. Já as informais são formadas pelos trabalhadores domésticos sem carteira, empregados no setor privado sem carteira, conta própria e trabalhadores não remunerados.*

*Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).*

Nota-se uma piora no cenário das ocupações formais a partir de primeiro trimestre de 2014. O percentual de trabalhadores informais aumenta para todas as ocupações consideradas à exceção das ocupações culturais nos primeiros trimestres de 2015 e 2016. É possível verificar também que as ocupações criativas apresentaram consecutivas quedas na participação dos postos formais de trabalhos no período analisado, tal como se vê no total de ocupados. Para o caso das ocupações culturais, chama a atenção o aumento dos postos informais de trabalho, como consequência do cenário econômico mais amplo.

Outro fator que afeta diretamente os trabalhadores é a dificuldade em ter níveis remunerativos maiores, que possam suprir a perda do poder de compra restringido pela inflação acumulada. Quando analisados os rendimentos, os três tipos de ocupação apresentaram tendência de queda ao longo do período analisado. A redução

do poder aquisitivo dos rendimentos ocorreu, em parte, em função da aceleração da inflação no período e, em parte, em função da perda do poder de barganha dos trabalhadores que sempre ocorre em tempos de aumento da taxa de desocupação. Verificou-se queda acentuada no poder de compra dos rendimentos das ocupações criativas (17,34%) e dos ocupados culturais (11,29%), enquanto no total de ocupados a redução foi um pouco menor (4,15%), de acordo com a Tabela 6.

*Tabela 6 – Rendimento mensal médio das ocupações principais (2014-2016)\**

ANO	TRIMESTRE	CULTURA		CRIATIVA		TOTAL OCUPADOS	
		RENDIMENTOS	VAR. %	RENDIMENTOS	VAR. %	RENDIMENTOS	VAR. %
2014	1º Trim.	1.874,55	-	2.617,70	-	2.069,20	-
	2º Trim.	1.861,14	-0,72	2.408,04	-8,01	2.018,44	-2,45
	3º Trim.	1.818,88	-2,27	2.339,03	-2,87	2.021,13	0,13
	4º Trim.	1.757,15	-3,39	2.379,29	1,72	2.047,44	1,3
2015	1º Trim.	1.810,83	3,05	2.343,83	-1,49	2.069,98	1,1
	2º Trim.	1.705,31	-5,83	2.327,50	-0,7	2.050,73	-0,93
	3º Trim.	1.634,35	-4,16	2.279,59	-2,06	2.006,59	-2,15
	4º Trim.	1.613,35	-1,28	2.233,48	-2,02	2.002,33	-0,21
2016	1º Trim.	1.723,54	6,83	2.170,26	-2,83	2.005,70	0,17
	2º Trim.	1.686,59	-2,14	2.149,26	-0,97	1.972,85	-1,64
	3º Trim.	1.662,88	-1,41	2.163,77	0,68	1.983,28	0,53
	Var. Acum.	-211,67	-11,29	-453,93	-17,34	-85,92	-4,15

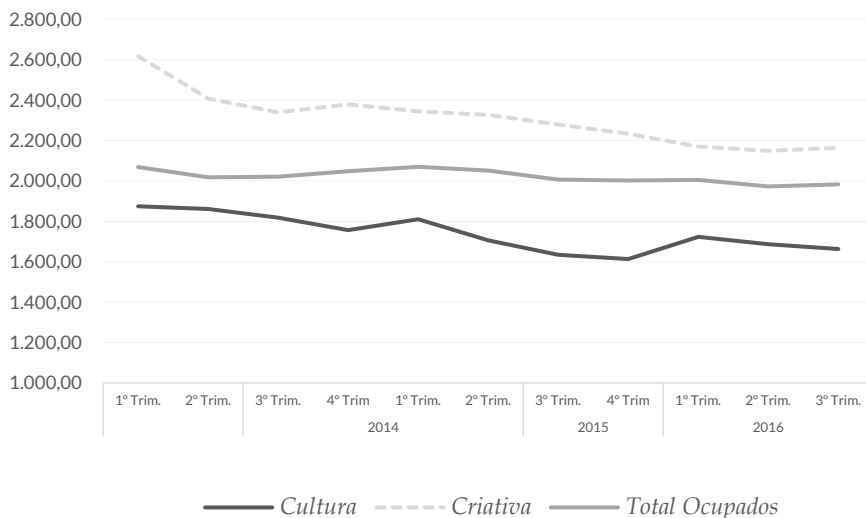
*Nota: \*Valores deflacionados pelo IPCA para 1º de novembro de 2016.*

*Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).*

Cabe destacar o significativo crescimento no rendimento médio dos ocupados culturais ocorrido no primeiro trimestre de 2016 (6,83%). Parte desse crescimento é devido ao reajuste do salário mínimo que se verificou no mês de janeiro, no entanto, outra parte é consequência do maior fechamento de postos de trabalho com remuneração abaixo da média em comparação com o fechamento de postos de trabalho com remuneração acima da média. Nos dois trimestres subsequentes o rendimento médio retornou ao seu movimento de queda.

A Figura 7 mostra de forma comparativa as variações nos rendimentos médios reais da economia da cultura, da economia criativa e do total da economia. É importante frisar que a comparação possível é apenas a da variação. Os valores absolutos dos rendimentos não podem ser comparados. Isso porque de acordo com os dados da Pnad anual de 2014 (IBGE, 2016b), os ocupados com atividade principal sendo cultural trabalharam, em média, 31 horas, enquanto o total de ocupados apresentou uma média 40 horas trabalhadas na ocupação principal. Tal diferença mostra que para que fosse possível comparar os valores absolutos das médias dos rendimentos, seria necessário saber quantas horas foram trabalhadas nas ocupações principais pelos ocupados, dado que não está disponível na Pnad Contínua.

**Figura 7 - Rendimento mensal médio das ocupações principais (2014-2016)\***



Nota: \*Valores deflacionados pelo IPCA para 1º de novembro de 2016.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).

Outra característica interessante de se analisar diante da ótica do mercado de trabalho é o nível de instrução dos ocupados envolvidos em atividades ligadas à economia da cultura, à economia criativa e ao mercado amplo de trabalho. A Tabela 7, a seguir, traz o nível de instrução dos ocupados na cultura, dos criativos e a média geral brasileira.

**Tabela 7 - Nível de instrução (3º trimestre de cada ano)  
(Continua)**

ANO	NÍVEL DE INSTRUÇÃO	CULTURA	CRITATIVA	TOTAL DE OCUPADOS
2014	Sem instrução	3,24%	1,95%	4,97%
	Fundamental incompleto ou equivalente	19,39%	17,42%	25,58%
	Fundamental completo ou equivalente	9,15%	9,69%	10,82%
	Médio incompleto ou equivalente	6,85%	5,95%	6,43%
	Médio completo ou equivalente	33,54%	33,41%	31,20%
	Superior incompleto ou equivalente	7,50%	7,47%	5,35%
	Superior completo	20,33%	24,11%	15,64%
2015	Sem instrução	3,36%	2,01%	4,62%
	Fundamental incompleto ou equivalente	17,54%	16,68%	24,97%
	Fundamental completo ou equivalente	9,79%	9,26%	10,45%



*Tabela 7 – Nível de instrução (3º trimestre de cada ano)  
(Conclusão)*

ANO	NÍVEL DE INSTRUÇÃO	CULTURA	CRIATIVA	TOTAL DE OCUPADOS
2015	Médio incompleto ou equivalente	5,22%	5,57%	6,20%
	Médio completo ou equivalente	32,31%	31,50%	31,09%
	Superior incompleto ou equivalente	8,07%	8,48%	5,63%
	Superior completo	23,70%	26,51%	17,05%
	Sem instrução	3,79%	3,21%	6,52%
2016	Fundamental incompleto ou equivalente	16,34%	14,79%	22,01%
	Fundamental completo ou equivalente	7,80%	8,42%	9,54%
	Médio incompleto ou equivalente	6,47%	5,84%	5,96%
	Médio completo ou equivalente	33,46%	32,70%	32,60%
	Superior incompleto ou equivalente	8,74%	7,59%	5,16%
	Superior completo	23,39%	27,46%	18,21%

*Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Pnad Contínua (IBGE, 2016a).*

Nota-se que os ocupados criativos têm um nível de escolaridade superior, seguido pelos culturais, e por último o total de ocupados. Considera-se que no período analisado houve um aumento na participação de ocupados criativos com maior nível de instrução em nível superior ao total de ocupados no país. De todo modo, percebe-se que é realidade da maioria dos ocupados o nível de instrução ensino médio completo. Essas dimensões e diferenças relativas praticamente se mantêm do terceiro trimestre de 2014 para o terceiro trimestre de 2016. No entanto, nos três tipos de ocupações ocorreu aumento da participação dos ocupados sem instrução e, paradoxalmente, também ocorreu elevação do percentual de ocupados com maior escolaridade.

## 5. Considerações finais

Este capítulo se propôs a retratar a realidade econômica e social das ocupações culturais e criativas no Brasil, a partir da análise do comportamento do mercado de trabalho brasileiro atualmente. Foi possível perceber que o cenário macroeconômico mais amplo não é dos mais positivos para a economia, com queda no nível de investimentos, produção e aumento relativo dos preços.

As ocupações culturais e criativas apresentaram, ao longo de todo o período analisado, movimentos bem particulares quando comparados com o do total de ocupados. Na questão da ocupação, elas tiveram grande crescimento, respectivamente 15,42% e 16,08%, apesar da profunda crise da economia brasileira, enquanto o total de ocupações sofreu um recuo de 4,13%. Com referência aos seus rendimentos, eles paradoxalmente tiveram grande queda, em movimento contrário ao esperado em função do crescimento das ocupações, no entanto, condizentes com o cenário mais geral da economia e particularmente com o mercado geral de trabalho. Apesar dessa sintonia com a tendência de queda geral dos rendimentos chama atenção a enorme

queda verificada nos dois tipos de ocupações quando comparados com a queda do rendimento do total de ocupados. A queda do poder aquisitivo dos rendimentos dos ocupados culturais foi de 11,29%, dos criativos, 17,34%, enquanto do total de ocupados foi de 4,15%.

Na análise dos três primeiros trimestres de 2016, as ocupações criativas ficaram relativamente estáveis enquanto as culturais e o total das ocupações apresentaram redução. Os rendimentos dos criativos e do total de ocupados apresentaram uma queda que condiz com o cenário de crise econômica e deterioração do mercado de trabalho, no entanto, os rendimentos dos ocupados culturais apresentou crescimento no acumulado dos três trimestres. O crescimento acumulado se explica principalmente pela majoração ocorrida no primeiro trimestre, que ocorreu principalmente pelo maior fechamento dos postos de trabalho de menor remuneração.

A crise econômica que impactou de forma expressiva o mercado de trabalho geral a partir de 2015, com a redução do número de ocupados, e que continuou em 2016 não foi sentida com a mesma intensidade nas ocupações culturais e criativas. Esse fato revela que os distintos ramos econômicos são afetados de forma variada diante do processo de recessão econômica. Os setores culturais e criativos possuem características que permitem o incremento produtivo mesmo diante de uma piora conjuntural, tal como se viu neste trabalho.

## 6. Referências

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa**. Dezembro de 2014. Rio de Janeiro: Firjan, 2014. Disponível em: <<http://www.abradi.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Mapeamento-2014.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2016.

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative Industries Economic Estimates**. Janeiro de 2016. Londres: DCMS, 2016. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-economic-estimates-january-2016>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar Contínua**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016a. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad\\_continua/](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad_continua/)>. Acesso em: 10 dez. 2016.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016b. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40)>. Acesso em: 24 out. 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Mercado de Trabalho: Conjuntura e Análise**. Ano 22, Out. Brasília: Ipea, 2016. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/161117\\_bmt\\_61.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/161117_bmt_61.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2017.

IPEADATA. **Base de dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. Brasília: Ipea, 2017. Disponível em: <[www.ipeadata.com.br](http://www.ipeadata.com.br)>. Acesso em: 15 jan. 2017.

MARKUSEN, A. et al. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. **Economic Development Quarterly**, v. 22, n. 1, p. 24-25, fev, 2008. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0891242407311862>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

MIGUEZ, P. **A economia da cultura como campo de estudos e a novidade da economia criativa**. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+-+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

NEGRI, A.; COCCO, G. O monstro e o poeta. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 3 de mar. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0303200609.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

UNCTAD. **Creative Economic Report 2010**. Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.



# Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil: os profissionais criativos no cenário de crise

Tatiana Sánchez<sup>1</sup>

Joana Siqueira<sup>2</sup>

Cesar Bedran<sup>3</sup>

Gabriel Bichara Santini Pinto<sup>4</sup>

## 1. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil

A criatividade é inerente à condição humana. A criatividade aliada a conhecimento técnico, quando utilizados como recursos produtivos, geram bens e serviços diferenciados e capazes de criar significados, oferecer experiências, despertar emoções, e gerar desejos. Essa diferenciação aumenta a competitividade e fideliza clientes, cada vez mais ávidos por desfrutar novas experiências e mais exigentes de sua qualidade de vida.

Inúmeras economias mundiais fortes já atribuem maior relevância à criatividade como diferencial competitivo e, portanto, investem em maior escala na capacitação e no estímulo ao desenvolvimento da inteligência criativa do indivíduo e, por consequência, de suas empresas. Nas formas de trabalho, para além do imediatismo resultante do ganho com base nos avanços tecnológicos, há a valorização de ganhos advindos de uma visão mais focada no mercado e orientada pelo e para o cliente. Cresce a importância e a demanda por novos processos, métodos de produção e de venda, por sistemas logísticos e de modelos de gestão e tudo mais que possa incorporar o pensamento criativo.

Nesse sentido, o conceito de criatividade no mundo corporativo já é reconhecido de maneira mais ampla (UNCTAD, 2010), se referindo a profissionais e empresas que trabalham com a aplicação do intangível no centro do negócio. A criação de novos processos produtivos dentro das fábricas, o desenvolvimento de novas formas de escoamento da produção e a implantação de novos modelos de negócio constituem exemplos saudáveis de inovação criativa. Dessa maneira, a criatividade aplicada ao negócio

1. Coordenadora de Pesquisa e Estatística do Sistema Firjan. E-mail: tsanchez@firjan.com.br

2. Especialista em Pesquisa e Estatística do Sistema Firjan. E-mail: jasiqueira@firjan.com.br

3. Gerente de Pesquisa e Estatística do Sistema Firjan. E-mail: cbedran@firjan.com.br

4. Gerente de Indústria Criativa do Sistema Firjan. E-mail: gspinto@firjan.com.br

tem caráter estratégico, sendo capaz de gerar inovação, desenvolver diferencial, criar estratégias de desenvolvimento e agregar valor – ou seja, a promoção do patrimônio intelectual e imaterial representa uma relevante estratégia de crescimento econômico.

Nesse contexto e compreendendo a importância do tema, o Sistema Firjan desde 2008 realiza bianualmente o Mapeamento da Indústria Criativa para acompanhar o desenvolvimento da área criativa no Brasil e nos estados e, assim, avaliar sua representatividade, evolução e relevância no decorrer dos tempos. Para o estudo é realizada segmentação que permite identificar vocações regionais e tendências ocupacionais. São considerados treze segmentos criativos, vide Figura 1, que, de acordo com suas afinidades, são agrupados em quatro grandes áreas: consumo (*design*, arquitetura, moda, e publicidade), mídias (editorial e audiovisual), cultura (patrimônio e artes, música, artes cênicas, e expressões culturais) e tecnologia (P&D, biotecnologia e TIC).

Vale dizer que a visão sobre a cadeia da indústria criativa se alinha à definição da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008, p. 4)<sup>5</sup>, que diz que “a cadeia produtiva é composta pelos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários”. Em consonância com esse entendimento, a cadeia da indústria criativa é formada por três grandes categorias:

- Indústria criativa (núcleo): é formada por atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor.
- Atividades relacionadas: constituída por profissionais e estabelecimentos que proveem bens e serviços à indústria criativa. Representadas, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços, fornecedoras de materiais e demais elementos, considerados fundamentais para o funcionamento do núcleo criativo.
- Apoio: constituída por ofertantes de bens e serviços, de forma indireta, à indústria criativa.

A metodologia do mapeamento joga luz exclusivamente na indústria criativa núcleo – com análise do Brasil e seus estados – e aborda o setor criativo sob duas ópticas: a óptica da produção, que define PIB criativo e estabelecimentos; e a óptica do mercado de trabalho, que identifica os profissionais criativos que atuam em todas as atividades econômicas – e não exclusivamente em empresas consideradas criativas.

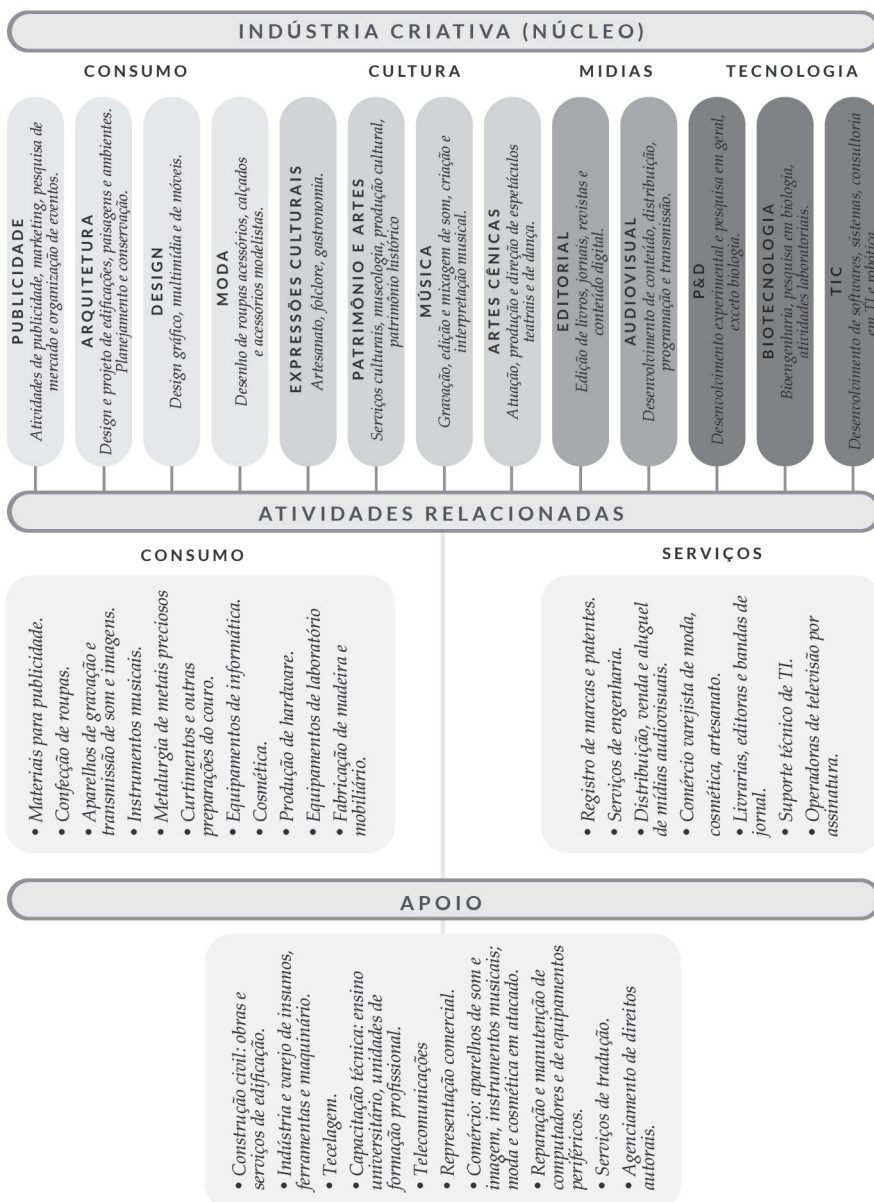
Para este artigo do “Atlas Econômico da Cultura Brasileira” foi realizado um recorte, tendo como foco o mercado de trabalho criativo e considerando apenas o agregado do Brasil. O mapeamento completo com dados estaduais e com informações sob a óptica da produção e, também, dados relativos aos empregos criativos por município estão disponíveis no endereço: <[www.firjan.com.br/economicriativa](http://www.firjan.com.br/economicriativa)>.

Foram utilizadas as bases de dados oficiais do Ministério do Trabalho (Rais). A identificação do quantitativo de empresas que oficialmente atuam nessa área é realizada com base na Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE). Por sua vez, a mão de obra criativa formalmente contratada na economia é identificada segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). O fluxograma a seguir

5. Com base em metodologias do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido (2011), de John Howkins (2007), e Richard Florida (2011), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (2008) publicou o primeiro estudo de abrangência internacional sobre o tema. Esse estudo é a base para o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Para mais informações, consulte a bibliografia desta publicação.

apresenta o detalhamento das atividades que compõem a cadeia da indústria criativa no Brasil e seus grupamentos:

**Figura 1 - Fluxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil**



Fonte: Firjan (2016).

## 2. Cenário: *Tempos Difíceis na Economia Brasileira*

A 5ª edição do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, lançado dezembro de 2016 pelo Sistema Firjan (FIRJAN, 2016), contempla a análise da indústria criativa entre 2013 e 2015, período marcado por profunda crise econômica nacional. Para entender os movimentos encontrados no mercado de trabalho, então, faz-se necessária a consideração desse cenário de incertezas político-econômicas.

Diante dessa conjuntura, descortinam-se grandes desafios até então adormecidos pela pujança dos anos anteriores. Questionam-se o preparo e as condições da força produtiva brasileira para sair da crise ou mesmo para passar por ela sem maiores danos. Os produtos nacionais precisam ser competitivos em um mercado internacional altamente acirrado e diferenciado; e a velocidade de resposta deve acompanhar as flutuações e constantes mudanças dos consumidores, desejosos de novas experiências, novos significados e novos sentidos para os mesmos produtos. É preciso refletir sobre os modelos de negócio, de produção e de diferenciação do produto, em consonância com os desejos do consumidor.

A certeza que se tem é de que será necessário fazer cada vez mais com cada vez menos, avançando nas agendas de eficiência e otimização de recursos, financeiros ou não. Este é o momento de renascimento e reorganização da economia, no qual a área criativa terá papel estratégico. Criativos buscam soluções para as questões que já existem e, mais importante, para aquelas que sequer estão totalmente formuladas.

Tendo como pano de fundo esse cenário de múltiplas restrições, o presente estudo propõe-se não apenas a atualizar as estatísticas sobre a classe criativa, mas também a responder aos seguintes questionamentos: Como se comportou a indústria criativa no Brasil durante o período de crise? Seriam de fato profissionais criativos estratégicos à atividade econômica em um momento de necessária diferenciação de produtos e serviços?

## 3. Mercado de Trabalho Criativo

### 3.1. Empregos criativos

Em 2015, o Brasil tinha 851,2 mil profissionais criativos formalmente empregados, frente aos 850,4 mil, registrados em 2013. Uma leitura inicial desse número poderia sugerir certa decepção, na medida em que foram gerados pouco menos de mil empregos em um período de dois anos – uma expansão de somente 0,1% (Tabela 1).

No entanto, como já destacado, a economia brasileira passava por desafios no biênio analisado. No mesmo período, no total do mercado de trabalho, foram extintos 900 mil postos formais, que representam redução de 1,8% no estoque total de trabalhadores formais.

Diante desse cenário, a expansão da classe criativa, mesmo que acanhada, evidencia o papel estratégico dos criativos na atividade produtiva. Como consequência desses



movimentos, o mercado de trabalho criativo avançou não somente em termos absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa alcançou 1,8% do total de trabalhadores formais brasileiros em 2015, ante 1,7%, observado em 2013.

**Tabela 1 – Número de Empregados na Economia e na Indústria Criativa no Brasil, por Áreas e Segmentos Criativos (2013 e 2015)**

SEGMENTO	EMPREGOS		
	2013	2015	VAR. %
Total Mercado de Trabalho	48.948.433	48.060.807	-1,8%
Indústria Criativa	850.404	851.244	0,1%
Consumo	380.797	376.275	-1,2%
Publicidade	112.667	131.717	16,9%
Arquitetura	124.470	113.499	-8,8%
Design	86.984	81.863	-5,9%
Moda	56.676	49.196	-13,2%
Cultura	62.115	66.527	7,1%
Expressões Culturais	22.491	26.815	19,2%
Patrimônio e Artes	16.423	16.005	-2,5%
Música	12.022	11.989	-0,3%
Artes Cênicas	11.179	11.718	4,8%
Mídias	101.388	95.099	-6,2%
Editorial	50.816	48.930	-3,7%
Audiovisual	50.572	46.169	-8,7%
Tecnologia	306.104	313.343	2,4%
P&D	166.300	164.346	-1,2%
TIC	112.942	120.601	6,8%
Biotecnologia	26.862	28.396	5,7%

Fonte: Firjan (2016).

Entre as quatro grandes áreas criativas, consumo e tecnologia respondem por mais de 80% dos trabalhadores criativos na economia brasileira em 2015, em grande medida conservando os resultados observados em 2013. Na tecnologia, manteve-se a tendência de crescimento já apresentada nos últimos anos, com a expansão de 2,4% entre 2013 e 2015, apesar da moderada redução no número de trabalhadores empregados em pesquisa e desenvolvimento (P&D) no período.

Cultura também apresentou aumento dos empregos formais entre 2013 e 2015. Destaca-se o segmento de expressões culturais – que apresentou a maior expansão entre todos os segmentos criativos, sobrepondo-se à redução do número de profissionais em segmentos mais dependentes de financiamento público, como, por exemplo, música e patrimônio e artes. Mais especificamente, a consolidação da gastronomia como expressão cultural e área de interesse da sociedade foi o principal fator por trás desse resultado.

Em sentido contrário, as áreas de mídias e consumo registraram recuo no número de trabalhadores formais entre 2013 e 2015: -6,2% e -1,2% respectivamente. Dentro da área de consumo, o segmento de publicidade manteve a tendência de crescimento, com expansão de dois dígitos nas vagas formais no curto período entre 2013 e 2015: foram 19 mil novos postos de trabalho criados, o que representa um incremento de 16,9% dessa mão de obra qualificada.

A despeito da estabilidade dos empregos criativos frente a um mercado de trabalho em contração, foram observadas mudanças importantes no rol de profissionais que compõem os segmentos e áreas criativas, fenômeno identificado, em maior ou menor grau, em toda a economia criativa. Além de apontarem para a maior exigência de qualificação profissional – dada a ascensão de ocupações de maior complexidade técnica – os números observados evidenciam um claro movimento direcionado pela urgência em conhecer, ou melhor, reconhecer, o consumidor final e suas expectativas e comportamentos.

Nesse sentido, na área de consumo, os segmentos de *design* e moda registraram importante mudança no perfil dos empregos gerados, com aumento das contratações em profissões específicas, que indicam a maior preocupação das empresas com a agregação de valor e a valorização da experiência de consumo, em contraposição ao resultado agregado negativo da área. O segmento de publicidade, para além do avanço registrado, também vivenciou importantes mudanças no seu perfil ocupacional. Houve o avanço de profissões voltadas tanto à compreensão e avaliação das necessidades do mercado consumidor quanto à obtenção de melhorias na experiência de consumo.

No segmento audiovisual, as mudanças no perfil são associadas a novas tecnologias e formas de difusão de conteúdo. A evolução de *softwares* para tratamento e edição de imagens (sejam fotos ou vídeos) afeta a contratação formal de determinados profissionais. Além disso, algumas profissões relacionadas ao cinema perdem parte de seu protagonismo, dando lugar a atividades voltadas à criação de conteúdo televisivo, processo no qual a Lei da TV Paga<sup>6</sup> teve papel central.

Ainda na área de mídias, no segmento editorial parece estar em curso uma transformação do jornalismo, vinculada à ascensão de novos formatos de consumo e transmissão de conteúdo, com destaque especial para as mídias eletrônicas. Estes e outros movimentos serão mais detalhados nas seções das áreas criativas.

### **3.2. Remuneração dos trabalhadores criativos**

Em relação à remuneração média, os trabalhadores criativos apresentam salários significativamente superiores à média da economia, o que é uma tendência observada também em outras edições do mapeamento. Enquanto o rendimento médio mensal do trabalhador brasileiro foi de R\$ 2.451 em 2015 (RAIS, 2015), o dos profissionais criativos atingiu R\$ 6.270. Mesmo com pequeno recuo em relação ao observado em 2013, os trabalhadores criativos continuaram recebendo vencimentos pouco mais de duas vezes e meia superiores aos empregados formais brasileiros. Inclusive, todas as quatro áreas criativas apresentaram remuneração acima da média dos trabalhadores

---

6. A lei nº 12.485/2012, mais conhecida como Lei da TV Paga, mudou as regras de produção de conteúdo nos canais de televisão por assinatura, exigindo a veiculação de quantidade crescente de produção nacional para TV.

formais do Brasil<sup>7</sup>. Essa remuneração mais elevada tem relação direta com o nível de qualificação e a especificidade do trabalho criativo. A indústria criativa demanda trabalhadores com grau de formação e especialização cada vez mais elevado. Criativos gostam de desafios e são remunerados por isso.

Vale observar que houve crescimento da renda acima do resultado total do mercado de trabalho brasileiro nos segmentos de moda, música, expressões culturais e audiovisual. Sendo estes os segmentos com menor remuneração dentro da classe criativa, nota-se a tendência de redução da desigualdade da renda do trabalho entre os segmentos criativos, já observada em mapeamentos anteriores. Esse movimento justifica-se tanto pela própria formalização do trabalho nesses segmentos como pelo progressivo aumento da exigência de profissionais mais qualificados.

*Tabela 2 – Remuneração Média na Economia e na Indústria Criativa no Brasil, por Áreas e Segmentos Criativos – 2013 e 2015*

SEGMENTO	SALÁRIOS*		
	2013	2015	VAR. %
Total Mercado de Trabalho	R\$ 2.442	R\$ 2.451	0,4%
Indústria Criativa	R\$ 6.493	R\$ 6.270	-3,4%
Consumo	R\$ 5.620	R\$ 5.411	-3,7%
Publicidade	R\$ 6.638	R\$ 6.276	-5,4%
Arquitetura	R\$ 8.157	R\$ 7.736	-5,2%
Design	R\$ 3.250	R\$ 3.010	-7,4%
Moda	R\$ 1.663	R\$ 1.724	3,7%
Cultura	R\$ 2.976	R\$ 2.898	-2,6%
Expressões Culturais	R\$ 1.776	R\$ 1.852	4,3%
Patrimônio e Artes	R\$ 4.381	R\$ 4.383	0,0%
Música	R\$ 2.609	R\$ 2.860	9,6%
Artes Cênicas	R\$ 3.717	R\$ 3.304	-11,1%
Mídias	R\$ 3.628	R\$ 3.590	-1,0%
Editorial	R\$ 4.468	R\$ 4.332	-3,0%
Audiovisual	R\$ 2.784	R\$ 2.805	0,8%
Tecnologia	R\$ 9.242	R\$ 8.831	-4,5%
P&D	R\$ 11.765	R\$ 11.205	-4,8%
TIC	R\$ 6.351	R\$ 6.386	0,6%
Biotecnologia	R\$ 5.784	R\$ 5.471	-5,4%

*Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).*

*Fonte: Firjan (2016).*

7. Somente dois segmentos criativos registraram remuneração média mais baixa do que a da economia em 2015, a saber moda e expressões culturais. Cabe notar, entretanto, que o crescimento da remuneração observado para ambos entre 2013 e 2015 (respectivamente 3,7% e 4,3%) foi muito maior do que ocorrido em toda a economia (0,4%) no mesmo período.

## 4. Áreas Criativas

### 4.1. Consumo: publicidade, arquitetura, design e moda

Entre as quatro grandes áreas criativas analisadas, a área do consumo é a mais numerosa, respondendo por pouco menos da metade dos profissionais criativos brasileiros (44,2% do total).

*Tabela 3 – Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Consumo – 2013 e 2015*

SEGMENTO	EMPREGOS (EM MILHARES)			SALÁRIOS*		
	2013	2015	VAR. %	2013	2015	VAR. %
Publicidade	112,7	131,7	16,9%	R\$ 6.638	R\$ 6.276	-5,4%
Arquitetura	124,5	113,5	-8,8%	R\$ 8.157	R\$ 7.736	-5,2%
Design	87,0	81,9	-5,9%	R\$ 3.250	R\$ 3.010	-7,4%
Moda	56,7	49,2	-13,2%	R\$ 1.663	R\$ 1.724	3,7%
Consumo	380,8	376,3	-1,2%	R\$ 5.620	R\$ 5.411	-3,7%

Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).

Fonte: Firjan (2016).

São 376,3 mil trabalhadores formais, divididos entre os segmentos de publicidade (131,7 mil), arquitetura (113,5 mil), design (81,9 mil), e moda (49,2 mil), com salário médio de R\$ 5.411, valor 121% maior do que o rendimento médio do trabalhador brasileiro (R\$ 2.451). Em comparação a 2013, houve recuo no número de trabalhadores em todos os segmentos avaliados, à exceção de publicidade (+16,9%). Como já citado, esse foi um dos setores no qual houve importante mudança no perfil ocupacional da profissão, com a diminuição do número de publicitários (-28,2%) e o aumento de ocupações voltadas à compreensão e avaliação das necessidades do mercado consumidor, tais como analista de pesquisa de mercado (+36,4%), analista de negócios (+5,1%), e gerente de marketing (+2,1%).

Além disso, houve expansão das profissões voltadas a melhorias na experiência de consumo evidenciadas tanto pelo crescimento de contratações de *visual merchandiser*<sup>8</sup> – com crescimento de 93% no período – como pelo surgimento formal de estatísticas oficiais de novas ocupações, com destaque para diretores de criação e diretores de arte. Já os segmentos de design e de moda registraram diminuição das vagas formais, porém, como visto, também estão dentre os setores com mudanças nas ocupações, voltadas para maior conhecimento do consumidor. Detalhando as movimentações, dentro do design, entram em cena decoradores de eventos (+31,7%), designers gráficos (+4,3%), e designers de produto (+23,7%), e saem desenhistas técnicos (-13,1%) ou projetistas (-8,0%), designers de interiores (-9,5%), e designers de vitrines (-10,5%), movimento que indica maior preocupação das empresas com a agregação de valor e a valorização da experiência de consumo.

8. Aparentemente, esses profissionais tomam o lugar de vitrinistas, que apresentam contração de 10,5% dos postos de trabalho no período.

Comportamento equivalente é observado em moda, com o crescimento de profissões de maior valor agregado como relojoeiros (54,9%), *designers* de moda (+34,9%), e perfumistas (+9,8%), insuficiente, no entanto, para compensar as quedas registradas em profissões mais artesanais (e de menor valor adicionado) como confecção de calçados e artefatos de couro (-23,1%) e tecelagem manual (-19,4%). Cabe ressaltar que as mudanças no perfil ocupacional ocorridas em publicidade e *design* devem ser entendidas em um mesmo contexto. Nos dias atuais, é cada vez maior a necessidade de entender e servir o consumidor de forma eficiente, com produtos mais exclusivos e que propiciem maior satisfação, razão pela qual o conhecimento do mercado e a adequação dos produtos aos desejos dos consumidores são essenciais.

Na arquitetura, o desempenho negativo não pode ser dissociado da desafiadora conjuntura econômica, em especial no setor de construção civil, ao qual a imensa maioria das profissões do segmento está associada. Ainda que tenham ocorrido expansões relevantes em ocupações como urbanistas e tecnólogos em construção civil, o forte desempenho negativo de engenheiros civis (nas mais diversas especialidades) acabou dominando o resultado.

Por fim, no que concerne a salários, houve recuo de 3,7% na remuneração média real entre os anos de 2013 e 2015, mantendo-se o ordenamento de remunerações dos mapeamentos anteriores, ou seja, arquitetura (R\$ 7.736) apresentou o maior salário entre os segmentos de consumo, seguida por publicidade (R\$ 6.276), *design* (R\$ 3.010), e moda (R\$ 1.724). Somente o último segmento mostrou crescimento do salário real no período (+3,7%). Na medida em que a remuneração média foi a mais baixa dessa área criativa, é possível afirmar que houve melhora na distribuição dos rendimentos na área de consumo entre 2013 e 2015.

Tal processo foi impulsionado principalmente pela mudança do perfil ocupacional, devido à substituição de trabalhadores menos qualificados por trabalhadores mais qualificados/especializados e, portanto, com remuneração mais elevada. Um resumo das profissões mais abundantes e mais bem remuneradas da área de consumo pode ser observado no conjunto de tabelas a seguir.

*Tabelas 4 e 5 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de consumo – 2015 (Continua)*

	PROFISSÕES MAIS NUMEROSAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	EMPREGADOS (EM MILHARES)
1º	Arquitetos, Engenheiros Civis e afins	Arquitetura	93,8
2º	Desenhista técnico	Arquitetura/ <i>Design</i> /Moda	37,0
3º	Analista de negócios	Publicidade	32,4
4º	Desenhista projetista	Arquitetura/ <i>Design</i>	31,4
5º	Gerente de <i>marketing</i>	Publicidade	25,9
6º	Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	22,3
7º	<i>Designer</i> gráfico	<i>Design</i>	19,3
8º	Artesãos de calçados e artefatos de couros e peles	Moda	14,3
9º	Publicitário	Publicidade	14,0
10º	Gerente de comunicação	Publicidade	9,2

*Tabelas 4 e 5 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de consumo – 2015 (Conclusão)*

	PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	SALÁRIO MÉDIO*
1º	Diretor de <i>marketing</i>	Publicidade	R\$ 21.904
2º	Diretor de contas	Publicidade	R\$ 10.964
3º	Arquitetos, Engenheiros Civis e afins	Arquitetura	R\$ 8.753
4º	Gerente de <i>marketing</i>	Publicidade	R\$ 8.739
5º	Diretor de criação	Publicidade	R\$ 7.421
6º	Gerente de comunicação	Publicidade	R\$ 7.298
7º	Analista de negócios	Publicidade	R\$ 5.998
8º	Diretor de mídia	Publicidade	R\$ 5.842
9º	Diretor de arte (publicidade)	Publicidade	R\$ 5.097
10º	Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	R\$ 4.689

Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).

Fonte: Firjan (2016).

#### **4.2. Cultura: expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas**

A área de cultura possui o menor número de trabalhadores formais da indústria criativa. Em 2015, a cultura contava com 66,5 mil profissionais (7,8% do total de criativos no Brasil) distribuídos nos segmentos de expressões culturais (26,8 mil), patrimônio e artes (16,0 mil), música (12,0 mil), e artes cênicas (11,7 mil). Ainda que possua o menor salário médio (R\$ 2.898) entre as quatro áreas criativas, cultura registra remuneração 18,3% superior à média dos trabalhadores formais brasileiros.

Na comparação com 2013, o número de trabalhadores na cultura avançou 7,1%, impulsionado pelo alto crescimento de expressões culturais (+19,2%, o maior entre todos os segmentos analisados) e também pelo avanço de artes cênicas (+4,8%). No caso do primeiro segmento, houve grande influência da gastronomia, cada vez mais consolidada como expressão cultural e área de interesse da sociedade brasileira evidenciada pelo crescimento de profissões como chefes de cozinha (+43,2%), enólogos (+28,7%), chefes de bar (+7,9%), e chefes de confeitaria (+7,6%). Destaca-se também o crescimento de artesãos, o oitavo maior (48,6%) entre as profissões analisadas. No que concerne a artes cênicas, houve expansão dos profissionais ocupados, alavancada principalmente por professores de dança (+19,4%).

**Tabela 6 – Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Cultura (2013 e 2015)**

SEGMENTO	EMPREGOS (EM MILHARES)			SALÁRIOS*		
	2013	2015	VAR. %	2013	2015	VAR. %
Expressões Culturais	22,5	26,8	19,2%	R\$ 1.776	R\$ 1.852	4,3%
Patrimônio e Artes	16,4	16,0	-2,5%	R\$ 4.381	R\$ 4.383	0,0%
Música	12,0	12,0	-0,3%	R\$ 2.609	R\$ 2.860	9,6%
Artes Cênicas	11,2	11,7	4,8%	R\$ 3.717	R\$ 3.304	-11,1%
Cultura	62,1	66,5	7,1%	R\$ 2.976	R\$ 2.898	-2,6%

Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).

Fonte: Firjan (2016).

Tais expansões compensaram os recuos das ocupações em patrimônio e artes (-2,5%) e música (-0,3%)<sup>9</sup>. Em ambos os casos, a diminuição de aportes e financiamentos públicos, devido à conjuntura econômica desfavorável, parece ter sido fator determinante para o desempenho registrado. Em termos de remuneração, houve recuo dos salários pagos em cultura (-2,6% em termos reais), que manteve a posição de área criativa com remuneração mais baixa. Interessante notar que o resultado agregado negativo foi exclusivamente devido à forte queda na remuneração de um dos segmentos que mais contratou no período, artes cênicas (-11,1%, o pior resultado entre todos os segmentos analisados).

Cabe destacar ainda que expressões culturais (R\$ 1.852), junto à moda, são os únicos segmentos entre os treze cujas remunerações médias estão abaixo da remuneração média dos trabalhadores formais brasileiros (R\$ 2.451) (RAIS, 2015) Para ilustrar, um resumo das profissões mais abundantes e mais bem remuneradas da área de cultura pode ser observado no conjunto de tabelas a seguir.

**Tabelas 7 e 8 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de cultura - 2015 (Continua)**

	PROFISSÕES MAIS NUMEROSAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	EMPREGADOS (EM MILHARES)
1º	Chefe de cozinha	Expressões Culturais	13,5
2º	Gerente de serviços culturais	Patrimônio & Artes	8,0
3º	Chefe de bar	Expressões Culturais	6,2
4º	Músico intérprete instrumentista	Música	5,5
5º	Professor de dança	Artes Cênicas	4,9
6º	Artista (artes visuais)	Patrimônio & Artes	3,9
7º	Músico regente	Música	2,6
8º	Diretor de serviços culturais	Patrimônio & Artes	2,1
9º	Chefe de confeitaria	Expressões Culturais	1,8
10º	Músico arranjador	Música	1,4

9. As duas profissões com maior crescimento percentual entre 2013 e 2015 estão na área de cultura, a saber, DJs (119,0%) e tecnólogos em produção fonográfica (117,9%).

*Tabelas 7 e 8 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de cultura - 2015 (Conclusão)*

	PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	SALÁRIO MÉDIO*
1º	Ator	Artes Cênicas	R\$ 14.887
2º	Diretor teatral	Artes Cênicas	R\$ 8.824
3º	Diretor de serviços culturais	Patrimônio & Artes	R\$ 7.257
4º	Enólogo	Expressões Culturais	R\$ 5.773
5º	Gerente de serviços culturais	Patrimônio & Artes	R\$ 4.910
6º	Museólogo	Patrimônio & Artes	R\$ 4.550
7º	Compositor	Música	R\$ 4.049
8º	Produtor cultural	Patrimônio & Artes	R\$ 3.786
9º	Bailarino (exceto danças populares)	Artes Cênicas	R\$ 3.672
10º	Músico arranjador	Música	R\$ 3.650

*Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).*

*Fonte: Firjan (2016).*

### **4.3. Mídias: editorial e audiovisual**

A área de mídias englobava 95,1 mil profissionais criativos em 2015, equivalente a 11,1% do total de empregados na indústria criativa. Esses profissionais se distribuem de forma quase equânime entre os segmentos editorial (48,9 mil empregados) e audiovisual (46,2 mil empregados). O salário médio da área criativa é de R\$ 3.590 em 2015. Ainda que seja o segundo mais baixo das áreas criativas (maior apenas que cultura), é 46,5% maior do que a média de remuneração de toda a economia formal brasileira (R\$ 2.451) (RAIS, 2015).

Na comparação com 2013, o número de trabalhadores na área de mídias recuou 6,2%, com desempenho relativo mais fraco do segmento audiovisual. Grande parte dessa queda esteve associada às mudanças no perfil ocupacional do segmento já introduzidas na primeira seção de empregos criativos. Essas transformações no perfil foram induzidas tanto por inovações tecnológicas, como por mudanças regulatórias. No caso das inovações tecnológicas, o surgimento de novos *softwares* de edição e manipulação de imagens e vídeos trazem recuo na contratação formal de fotógrafos profissionais (-9,2%), e montadores (-28,4%) e finalizadores de filmes (-50,5%). Já as mudanças regulatórias advindas da Lei da TV Paga deslocam profissionais dos segmentos voltados ao cinema para a produção de conteúdo televisivo, com a redução de produtores cinematográficos (-12,7%) e cenógrafos de cinema (-20,0%) frente ao crescimento de produtores de televisão (+9,8%) e diretores de programas de televisão (+5,7%).



**Tabela 9 – Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Mídias – 2013 e 2015**

SEGMENTO	EMPREGOS (EM MILHARES)			SALÁRIOS*		
	2013	2015	VAR. %	2013	2015	VAR. %
Editorial	50,8	48,9	-3,7%	R\$ 4.468	R\$ 4.332	-3,0%
Audiovisual	50,6	46,2	-8,7%	R\$ 2.784	R\$ 2.805	0,8%
Mídias	101,4	95,1	-6,2%	R\$ 3.628	R\$ 3.590	-1,0%

Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).

Fonte: Firjan (2016).

Entretanto, há de se ressaltar que nem todas as notícias foram ruins. Algumas profissões do segmento estiveram entre aquelas de maior crescimento entre 2013 e 2015, com destaque para tecnólogo em produção audiovisual (+73,1%). Infelizmente tal resultado não foi suficiente para tornar o resultado agregado do segmento positivo.

Já no caso do segmento editorial, houve importante mudança no perfil do jornalismo, cujo crescimento resultou da migração de conteúdo para novos meios (em especial os eletrônicos) em detrimento do jornal impresso. Tal tendência pode ser facilmente constatada se atentarmos para o importante crescimento observado em editores de mídias eletrônicas (+12,6%) e jornalistas (+4,0%).

A despeito de outras notícias positivas – como, por exemplo, a expansão de escritores de não ficção (+61,5%), uma das profissões com maior crescimento nesse mapeamento – o desempenho agregado do segmento editorial foi negativo, principalmente em função das contrações observadas em editores de imagem e texto (-4,1%), programador visual gráfico (-6,8%), repórter (-11,7%), e redator de textos técnicos (-25,4%). Para finalizar, em termos de remuneração, houve recuo dos salários pagos no segmento editorial (-3,0%), o que foi parcialmente compensado pelo desempenho positivo da remuneração em audiovisual (+0,8%). Como resultado, o rendimento na área criativa de mídias sofreu leve recuo entre 2013 e 2015 (-1,0%). Um resumo das profissões mais abundantes e mais bem remuneradas da área de mídias pode ser observado no conjunto de tabelas a seguir.

**Tabelas 10 e 11 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de mídias – 2015 (Continua)**

	PROFISSÕES MAIS NUMEROSAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	EMPREGADOS (EM MILHARES)
1º	Locutor de rádio e televisão	Audiovisual	11,8
2º	Jornalista	Editorial	11,7
3º	Editor de texto e imagem	Editorial	11,0
4º	Editor	Editorial	9,9
5º	Montador de filmes	Audiovisual	8,5
6º	Repórter (exclusive rádio e televisão)	Editorial	6,2
7º	Fotógrafo profissional	Audiovisual	5,0
8º	Diretor de arte	Audiovisual	3,4
9º	Repórter de rádio e televisão	Audiovisual	3,4
10º	Editor de tv e vídeo	Audiovisual	3,3

*Tabelas 10 e 11 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de mídias – 2015 (Continua)*

	PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	SALÁRIO MÉDIO*
1º	Diretor de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 15.366
2º	Autor-roteirista	Audiovisual	R\$ 11.913
3º	Diretor de redação	Editorial	R\$ 10.283
4º	Editor de revista	Editorial	R\$ 8.649
5º	Editor de livro	Editorial	R\$ 6.861
6º	Editor de revista científica	Editorial	R\$ 6.741
7º	Editor de jornal	Editorial	R\$ 6.168
8º	Cenógrafo de tv	Audiovisual	R\$ 5.871
9º	Apresentador de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 5.544
10º	Jornalista	Editorial	R\$ 5.333

*Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).*

*Fonte: Firjan (2016).*

#### **4.4. Tecnologia: P&D, TIC e biotecnologia**

Respondendo por 313,3 mil dos trabalhadores criativos formais, tecnologia constitui a segunda área criativa com mais vínculos (36,8% do total), atrás apenas da área de consumo. É dividida entre os segmentos de pesquisa & desenvolvimento (164,3 mil), TIC (120,6 mil) e biotecnologia (28,4 mil). A remuneração dessa grande área é a mais elevada da indústria criativa, com vencimento médio de R\$ 8.831 em 2015, três vezes e meia o rendimento médio brasileiro no mesmo ano (R\$ 2.451) (RAIS, 2015).

*Tabela 12 – Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Tecnologia – 2013 e 2015*

SEGMENTO	EMPREGOS (EM MILHARES)			SALÁRIOS*		
	2013	2015	VAR. %	2013	2015	VAR. %
P&D	166,3	164,3	-1,2%	R\$ 11.765	R\$ 11.205	-4,8%
TIC	112,9	120,6	6,8%	R\$ 6.351	R\$ 6.386	0,6%
Biotecnologia	26,9	28,4	5,7%	R\$ 5.784	R\$ 5.471	-5,4%
Tecnologia	306,1	313,3	2,4%	R\$ 9.242	R\$ 8.831	-4,5%

*Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).*

*Fonte: FIRJAN (2016).*

Em comparação a 2013, o número de trabalhadores em tecnologia aumentou 2,4%, com destaque para os segmentos de TIC (+6,8%) e biotecnologia (+5,7%). No que concerne a TIC, a tendência advém do avanço da informática e de novas tecnologias. Além disso, conjuntamente o segmento teve seu papel estratégico reforçado, reconhecido como ferramenta de ampliação do conhecimento, da penetração no mercado consumidor e da geração de novos produtos distribuídos em meio digital. No caso da biotecnologia, o aumento do número de trabalhadores decorre do esforço de aproveitamento das

riquezas naturais do país, que se reflete no crescimento da procura por geneticistas (+60,0%) biomédicos (+44,0%), e tecnólogos em sistemas biomédicos (+19,8%).

Mesmo apresentando pequena retração (-1,2%) nos seus quadros entre 2013 e 2015, pesquisa & desenvolvimento continuou sendo o maior segmento da área de tecnologia. A queda pode ser explicada pela conjuntura econômica adversa, que ceifou postos de trabalho, principalmente entre os engenheiros da área de P&D (-2,4%). Cabe ressaltar que, mesmo diante desse quadro, houve expansão no número de pesquisadores em geral (+5,4%), o que reforça a relevância da pesquisa e da inovação em meio a um cenário econômico adverso.

Já em termos de remuneração, houve recuo do rendimento médio real de 4,5% entre 2013 e 2015, puxado principalmente pelos segmentos de biotecnologia (R\$ 5.471) e pesquisa & desenvolvimento (R\$ 11.205, o maior entre todos os segmentos criativos). Os salários em TIC (R\$ 6.386) registraram pequeno crescimento, insuficiente para impulsionar os rendimentos em toda a área criativa. Informações adicionais sobre as profissões mais numerosas e aquelas com remuneração mais elevada podem ser observadas no conjunto de tabelas abaixo.

*Tabelas 13 e 14 – Principais profissões e remunerações mais elevadas na área de tecnologia – 2015*

	PROFISSÕES MAIS NUMEROSAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	EMPREGADOS (EM MILHARES)
1º	Engenheiros	P&D	121,1
2º	Programadores	TIC	69,9
3º	Gerentes de TI	TIC	38,9
4º	Pesquisadores em geral	Biotecnologia   P&D	23,1
5º	Gerentes de P&D e afins	P&D	16,9
6º	Biólogo	Biotecnologia	13,7
7º	Engenheiros	TIC	11,8
8º	Biomédico	Biotecnologia	8,7
9º	Geólogos e geofísicos	P&D	5,8
10º	Biotecnologista	Biotecnologia	2,2

	PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS NA CATEGORIA	SEGMENTOS	SALÁRIO MÉDIO*
1º	Geólogos e geofísicos	P&D	R\$ 15.720
2º	Gerentes de P&D e afins	P&D	R\$ 12.741
3º	Engenheiros	P&D	R\$ 11.054
4º	Biotecnologista	Biotecnologia	R\$ 10.238
5º	Gerentes de TI	TIC	R\$ 10.122
6º	Cientistas espaciais e de astronomia	P&D	R\$ 9.870
7º	Pesquisadores em geral	Biotecnologia   P&D	R\$ 9.590
8º	Engenheiros	TIC	R\$ 9.497
9º	Filósofo	P&D	R\$ 6.228
10º	Bioengenheiro	Biotecnologia	R\$ 6.065

*Nota: \*valores de 2013 a preços de 2015 (deflator: IPCA/IBGE).*

*Fonte: Firjan (2016).*

## 5. Os Criativos na Indústria Clássica

Profissionais criativos estão presentes em quase todos os setores da economia e, inclusive, em sua maioria, estão fora dos setores considerados estritamente criativos (como escritórios de arquitetura e agências de publicidade). Em 2015, quatro em cada cinco profissionais criativos trabalhavam em outras empresas que não as usualmente associadas ao setor criativo, o que ratifica a importância e a geração de valor obtidas por meio de um diferencial criativo.

Esses profissionais têm posição estratégica, inclusive, dentro da indústria clássica: em 2015, dos 851 mil trabalhadores criativos mapeados, 199 mil atuavam na indústria de transformação, e, em que pese a crise econômica e o recuo de quadros no período analisado (-9,0%), a mão de obra criativa empregada no setor registrou queda menos abrupta (-6,3%). Dessa forma, ainda que tenha ocorrido uma contração em termos absolutos, a participação dos criativos na indústria de transformação avançou em termos relativos, saindo de 2,7% do total em 2013 para 2,8% do total em 2015.

Essa participação é 1,0 ponto percentual maior do que a observada no mercado de trabalho formal de toda a economia, o que reforça a afirmação de que os profissionais criativos da indústria clássica são essenciais na atual conjuntura econômica. Entre as áreas e segmentos criativos, o desempenho dos profissionais clássico-criativos se destacou nos segmentos publicidade, *design*, expressões culturais, editorial, e em toda a área de tecnologia, com destaque para P&D e biotecnologia – segmentos nos quais os criativos apresentaram evoluções ou quedas menos abruptas do que o total da indústria de transformação.

A busca pela diferenciação através da inovação do produto e desenvolvimento de patentes, a ampliação da inteligência de mercado e a maior adequação dos produtos aos anseios do consumidor impulsionaram os movimentos dessas áreas, refletindo o esforço da indústria para otimizar seus processos e obter vantagens competitivas em um cenário econômico adverso, seja pela mudança na composição dos profissionais existentes nas áreas criativas, seja pela contratação de novos profissionais.

*Tabela 15 – Número de Empregados Criativos na Indústria de Transformação, por Áreas Criativas e Segmentos (2013 e 2015) (Continua)*

SEGMENTO	EMPREGOS		
	2013	2015	VAR. %
TOTAL INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	7.900.136	7.185.512	-9,0%
CRIATIVOS NA TRANSFORMAÇÃO	212.528	199.046	-6,3%
CONSUMO	106.664	98.205	-7,9%
Publicidade	17.716	19.290	8,9%
Arquitetura	8.528	7.661	-10,2%
<i>Design</i>	37.673	35.332	-6,2%
Moda	42.747	35.922	-16,0%

*Tabela 15 - Número de Empregados Criativos na Indústria de Transformação, por Áreas Criativas e Segmentos (2013 e 2015) (Conclusão)*

SEGMENTO	EMPREGOS		
	2013	2015	VAR. %
<b>CULTURA</b>	<b>6.978</b>	<b>6.194</b>	<b>-11,2%</b>
Expressões Culturais	4.313	4.166	-3,4%
Patrimônio e Artes	1.947	1.514	-22,2%
Música	144	122	-15,3%
Artes Cênicas	574	392	-31,7%
<b>MÍDIAS</b>	<b>10.615</b>	<b>8.957</b>	<b>-15,6%</b>
Editorial	4.768	4.891	2,6%
Audiovisual	5.847	4.066	-30,5%
<b>TECNOLOGIA</b>	<b>88.271</b>	<b>85.690</b>	<b>-2,9%</b>
P&D	73.556	71.631	-2,6%
TIC	14.092	13.445	-4,6%
Biotecnologia	623	614	-1,4%

Fonte: Firjan (2016).

Em expressões culturais, por exemplo, é evidente o aumento de chefes de cozinha nas indústrias clássicas (+29,3%) como resultante da busca pelo diferencial através da experiência do consumidor. Já nos segmentos *design* e moda, os aumentos de, respectivamente, *designers* de produto (+14,5%) e *designers* de moda (+33,0%) apontam para maior preocupação com agregação de valor. Nesse mesmo sentido, a publicidade dentro da indústria clássica registra crescimento de analistas de pesquisa de mercado (+20,0%) e *visual merchandisers* (+18,8%).

Para prosperar é preciso inovar, evoluir e criar. Nesse sentido, o profissional criativo continuará sendo estratégico: há enorme espaço para que sua participação na indústria clássica continue a avançar nos próximos anos.

## 6. Referências

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). **Creative Industries Economic Estimates**: Full Statistical Release. Londres: DCMS, 2011.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2016.

FLORIDA, R. **A Ascensão da Classe Criativa**: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade do cotidiano. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

HOWKINS, J. **The Creative Economy**: How People Make Money from Ideas. Londres: Penguin Books, 2007.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2008**: Creative Economy: A Feasible Development Option. Genebra: Unctad, 2008.

\_\_\_\_\_. **Creative Economy Report 2010** – Creative Economy: A Feasible Development Option. Genebra: Unctad, 2010.

# Os Dispêndios Culturais no Federalismo Brasileiro

*Frederico Augusto Barbosa da Silva<sup>1</sup>*

## 1. Introdução

O setor cultural no Brasil apresenta uma autonomia e delimitação crescente em relação à lógica de outras políticas setoriais. A construção dessa setorialidade caminha a velocidades diferenciadas nas esferas de governo federativo e em cada região brasileira.

Uma das medidas que permite perceber o grau da autonomização é a organização de orçamentos claros diante das políticas direcionadas ao setor. Tal organização permite o direcionamento de aportes de recursos entre União, estados, Distrito Federal e municípios de forma racional e planejada. Por outro lado, as medidas do esforço de gasto do setor público e privado, na forma de custeio e investimento cultural são imprescindíveis para acompanhar a construção das institucionalidades na área.

O pacto federativo e as assimetrias de capacidades fiscais das esferas de governo fazem com que as transferências (negociadas, conveniais, automáticas, ou na forma investimentos diretos) entre esferas de governos ainda sejam relativamente importantes. Essas características apontam para possibilidades de ações intergovernamentais integradas e também para movimentos com vistas à descentralização.

Assim, nesse quadro, é preciso apontar para o fato de que os papéis e competências da União, dos estados e Distrito Federal, municípios e sociedade civil no campo constitucional da cultura ainda têm limites deslizantes a depender do tipo de ação empreendida. Organizar informações que permitam acompanhar essas relações e os padrões de ação é de grande relevância estratégica. Nesse sentido, oferecer informações que permitam dar visibilidade e transparência para a ação pública é de fundamental importância para subsidiar a tomada de decisões e para o compartilhamento de estratégias.

O presente capítulo está estruturado em cinco seções, a contar esta introdutória. Na segunda, abordamos a questão da alocação de recursos para a política cultural no Brasil. A terceira discute elementos de base metodológica para a composição orçamentária das políticas para a cultura, enquanto a quarta apresenta uma análise descritiva dos orçamentos destinados à cultura. A quinta, e última, mostra as principais considerações deste capítulo.

1. Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília. Professor do Mestrado em Direito e Políticas Públicas no Centro Universitário de Brasília e Pesquisador no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). E-mail: frederico.barbosa@ipea.gov.br

## *2. O problema da alocação de recursos para a cultura no Brasil*

As opções de alocação de recursos para as políticas setoriais por parte do governo dependem de uma série de fatores relacionados com o histórico das ações direcionadas a um determinado setor, das relações de força e dos interesses investidos nas políticas. Mesmo os conceitos que definem o que é ou não cultural dependem dessa historicidade. A assunção da cultura como direito cultural a ser garantido não pode depender das flutuações e coalizões de força conjunturais. Se essas existem, e é normal que existam, não podem ficar à mercê da vontade de majorias ou minorias provisórias e pressões casuísticas.

Há alguns anos a análise dos dispêndios culturais estava comprometida com posições normativas. Em nome da valorização da área e com o objetivo de aumentar-lhes os recursos, a demonstração do tamanho dos dispêndios culturais no componente do financiamento público permitia apontar os níveis de esforço de gasto, suas relações com opções e padrões de desenvolvimentos dos mercados de bens simbólicos, mercados de trabalho cultural, a geração de renda, e o consumo cultural (BARBOSA DA SILVA, 2007).

Todos esses elementos dizem algo sobre a economia da cultura e justificam com argumentos normativos – afinal, a decisão de alocação é uma decisão política e não deriva dos dados, e estes apenas justificam ou conferem racionalidade às decisões de aumento do esforço de gasto –, a estabilização ou diminuição dos aportes de recursos para o orçamento cultural. Ainda que aqueles argumentos e levantamentos a respeito da economia cultural não justificassem os orçamentos, pois deve-se comparar e estabelecer padrões decisórios para áreas que são estruturalmente diferentes como cultura, meio-ambiente, esportes, lazer, turismo etc., essas áreas oferecem elementos empíricos capazes de organizar os argumentos.

Mesmo que concordemos com as justificativas políticas e morais para aumentar os recursos do orçamento da cultura, também temos que concordar a respeito do que falamos quando nos referimos aos orçamentos culturais, cabendo a necessidade de se promover discussões mais precisas a esse respeito.

É sempre interessante, a cada ano e a cada novo estudo, comparar o que se diz e o que é, efetivamente, o orçamento público focado para a cultura. Analisar o orçamento na óptica da cultura impõe muitos cuidados no nível da construção dos dados, mas também na interpretação e nos argumentos que podem ser utilizadas para justificar o padrão alocativo e o direcionamento dos recursos. Pequenos montantes de recursos nem sempre implicam a interpretação de ações como sendo de baixa prioridade em muitas situações da área – a exemplo de grupos cênicos, de dança, de grupos comunitários e mesmo dos pontos de cultura, entre outros –, dadas as características dos grupos que se movimentam no setor. Da mesma forma como acontece em outras áreas da cultura, grandes orçamentos podem significar, ainda assim, insuficiência de recursos, como em certas produções do cinema, da preservação patrimonial, de bibliotecas, de centros culturais, e de museus.

O mesmo problema aparece em outras áreas das políticas públicas, o que chama a atenção para efeitos de composição, para as características e objetivos específicos de



cada área temática, para ritmos, intensidades, proporções, relações, ciclos temporais para o comportamento dos recursos.

Não existe um sistema de informação orçamentária com conceitos e procedimentos harmonizados. Por essa razão é um desafio organizar reflexões e construir bancos de dados de tal forma a podermos acompanhar e comparar os dispêndios públicos com cultura em diferentes agregações e dimensões. Nesse sentido, começamos aqui a descrever o que nos oferecem as bases de dados oficiais do governo federal, não sem antes discutir a metodologia para a alocação dos recursos, o papel dos indicadores de esforço de gasto e algumas de suas possibilidades.

### 3. Metodologia

Os dispêndios culturais federais (DCF) neste trabalho serão construídos e analisados a partir do conceito de setorialidade<sup>2</sup>. As bases de dados do orçamento federal contém informações detalhadas e em diferentes níveis de agregação. Antes de descrevê-los e as suas tendências detenhamo-nos mais um pouco no perfil de gastos culturais na última década e início da atual (2002-2011)<sup>3</sup>.

O objetivo desse esforço é demarcar características que levem não apenas a descrever o arcabouço institucional do Estado, mas que permitam apoiar decisões metodológicas para a construção do orçamento da cultura. Os recursos públicos diretos (não serão aqui trabalhados os gastos tributários indiretos)<sup>4</sup> para cultura são pequenos relativamente às outras áreas e não atacam sistematicamente os problemas estruturais do trabalho, do desenvolvimento e da institucionalização de capacidades das instituições culturais na federação, problemas que têm alcances políticos e fortes impactos socioeconômicos.

Diagnósticos mais precisos a respeito da atuação direta e indireta do Estado na cultura, a aferição de resultados econômicos e simbólicos da área ou setor cultural e a verificação de suas potencialidades possivelmente apoiariam aumentos de recursos para a cultura. A posição secundária da cultura no espaço das políticas públicas pode ser visualizada nos momentos de ajustes fiscais, quando a necessidade de reequilibrar as contas públicas e redefinir as prioridades alocativas, para se tomar um argumento, quase sempre se fizeram em detrimento dessa área, dada sua fragilidade estrutural e seu fraco poder de influência sobre recursos.

---

2. Os dispêndios da União são construídos pelo critério institucional, os dos Estados pelo critério funcional e, em relação aos municípios, embora a opacidade conceitual seja muito grande, optamos por apresentar os dispêndios informados pela Secretaria do Tesouro Nacional com considerações metodológicas e ressalvas.

3. Há trabalhos que apresentam a análise dos recursos alocados para a cultura no Brasil, como Barbosa da Silva (2007).

4. Os dispêndios culturais do governo federal abrangem o orçamento do Sistema Federal de Cultura (SFC) e os recursos dos incentivos fiscais da Lei Rouanet (lei no 8.313 de 1991), da Lei do Audiovisual (lei no 8.685 de 1993), e da Lei do Vale Cultura (lei nº 12.761, de 2012, que instituiu o Programa de Cultura do Trabalhador). A Lei Rouanet instituiu três mecanismos de financiamento: o FNC, que compõe os recursos do SFC, os Fundos de Investimento Culturais e Artísticos (Ficart), e os incentivos fiscais. A MP nº 2.228-1, de 2001, criou o Funcine.

### **3.1. Quadros interpretativos e os indicadores**

As práticas interpretativas constituem caso particular das práticas sociais. Assim, envolvem habilidades técnicas, capacidades reflexivas e deliberativas relativamente ordenadas, recorrentes e sistemáticas. Entretanto, o mais comum é que as práticas se situem no espaço de comportamentos tácitos, isto é, não totalmente deliberados conscientemente, mas capazes de mobilizar níveis diversos de valores, crenças, classificações, modos de fazer, e técnicas internalizadas sem uma completa e sistemática formalização.

Os processos interpretativos podem ser descritos como resultado da hibridização dos muitos recursos cognitivos, normativos, instrumentais e operacionais disponibilizados pelos campos sociais, sendo que cada um desses recursos pode ser mobilizado em diferentes graus de intensidade, ordem de precedência, interesse e coerência interna. Da mesma forma, pode-se dizer que muitas práticas se situam na ordem dos automatismos, em estado de pré-reflexividades e que se atualizam em relação de dependência a contextos específicos.

O uso de modelos, tipologias e a formulação controlada de conjuntos de assertivas descritivas ajudam na interpretação e no controle do pensamento selvagem que envolve a interpretação ideológica e interessada da realidade social e institucional. A pressuposição da necessidade de controles metódicos da interpretação, que envolvem a relação entre teoria formalizada (modelo, tipologias, e assertivas descritivas), com os fatos históricos e indicadores, pressupõe a discussão permanente das assertivas teóricas que permitem a interpretação empírica. A prática é um dado ontológico, a interpretação das práticas também é uma prática e envolve múltiplos procedimentos racionais e empíricos. A análise envolve a exposição organizada de suas premissas. É o que oferece a possibilidade de discussão racional e controlada do raciocínio interpretativo.

Na próxima seção apresentamos as características do nosso objeto e suas propriedades, o financiamento federal à cultura, sua composição interna, sequência temporal e algumas relações com esferas subnacionais de governo.

## **4. Dispêndios Culturais Federais**

As informações apresentadas nas seções seguintes foram construídas a partir do conceito de dispêndio setorial ou institucional e estão disponíveis nos sistemas de informações do governo federal. A discussão sobre o orçamento cultural poderia ser um ponto de partida para a organização de informações orçamentário-financeiras dos demais entes federativos.

A apresentação a seguir tem como objetivo, além do dimensionamento do esforço de gasto do governo federal na área cultural, discutir a respeito das informações necessárias para organização de um sistema de informações orçamentárias culturais.

### **4.1. O sistema federal de cultura**

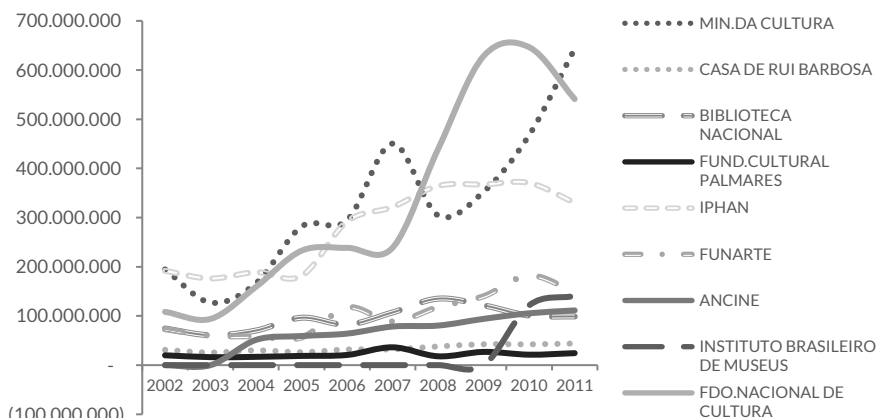
Os dispêndios federais com cultura se relacionam com as políticas culturais do MinC ou mais precisamente do Sistema Federal de Cultura (SFC). Envolvem políticas para o patrimônio histórico e artístico nacional, políticas relacionadas às artes, aos

museus, bibliotecas e leitura, às questões étnicas do negro e regulação do cinema e do audiovisual.

O sistema federal de financiamento à cultura envolve diferentes mecanismos. Em primeiro lugar, é composto de dispêndios financeiros organizados nos orçamentos anuais e gastos tributários indiretos. No primeiro rol estão os dispêndios do Ministério da Cultura (MinC) ou do que podemos chamar de Sistema Federal de Cultura (SFC) e de suas unidades orçamentárias: MinC, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Fundação Nacional de Artes (Funarte), Fundação Biblioteca Nacional (FBN), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural do Pará (FCP), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), e, finalmente, do Fundo Nacional de Cultura (FNC), que contempla o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Nos gastos tributários indiretos, que envolvem algum tipo de renúncia ou incentivo fiscal, estão a lei no 8.313 de 1991 (Lei Rouanet), a lei 8.685 de 1993 (Lei do Audiovisual), e a lei 12.761 de 2012 (Lei do Vale Cultura). A Lei Rouanet instituiu três mecanismos: o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), os Incentivos Fiscais, e o Fundo Nacional de Cultura (FNC).

Evidentemente, essas políticas se relacionam intimamente com a questão do desenvolvimento cultural, da diversidade cultural, da economia da cultura, e dos direitos de propriedade intelectual, além de inúmeros programas específicos<sup>5</sup>. O MinC também encabeça a construção e a coordenação do sistema nacional de Cultura (SNC) e sua pilotagem através do Plano Nacional de Cultura (PNC). Para retratar a composição do dispêndio federal para a cultura, os Gráficos 1a e 1b mostram a evolução em termos absolutos para cada uma das instituições do SFC e do seu total.

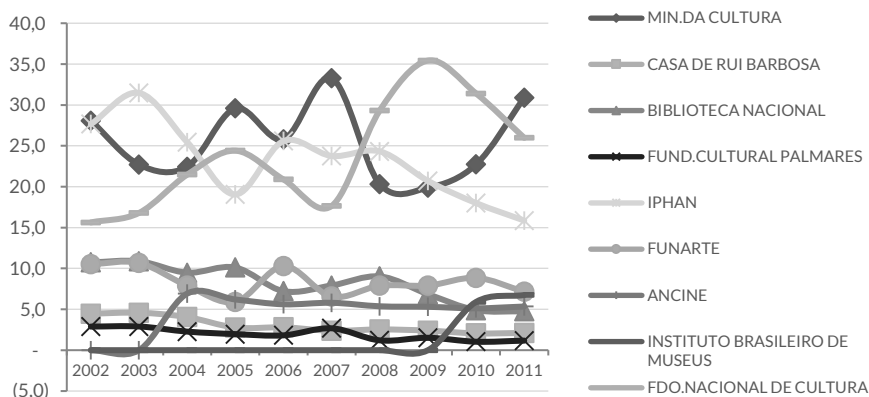
**Gráfico 1a – Composição dos dispêndios do orçamento do SFC (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

5. Até 2011, podem ser citados os seguintes programas: Brasil Patrimônio Cultural, Livro Aberto, Cinema, Som e Vídeo; Museu Memória e Cidadania, Cultura Afro-Brasileira, Cultura, Identidade e Cidadania, Monumenta: Preservação do Patrimônio Histórico, Engenho das Artes, Esporte e Lazer na Cidade, Revitalização de Bacias Hidrográficas em Situação de Vulnerabilidade e Degradação Ambiental, Identidade e Diversidade Cultural – Brasil Plural, Desenvolvimento da Economia da Cultura – Prodec. A partir de 2012, podem ser citados: Cultura: Preservação, Promoção e Acesso e Programa de Gestão e Manutenção do Ministério da Cultura.

**Gráfico 1b - Evolução dos dispêndios do orçamento do SFC (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

A unidade central do SFC é a orçamentária do próprio MinC, responsável pela gerência do FNC, com a participação de órgãos colegiados como, por exemplo, a Comissão do FNC e o Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC). Essa composição orçamentária ganhou importância no período, passando de R\$ 194 milhões em 2002, uma participação no SFC de 28%, para R\$ 643 milhões, participação de 30,9% em 2011. O FNC, por sua vez, tinha participação de 15,6% (R\$ 108,3 milhões) no início do período e vai para uma participação superior a 30% em 2009 e 2010, caindo para 26% em 2011, com um montante expressivo de R\$ 541 milhões.

Destaque-se a queda da participação relativa da Funarte, de 10,5% para 7,2% (com aumento absoluto de R\$ 72,9 milhões para R\$ 149 milhões) e do Iphan, de 27,7% para 15,9%, o que significou um aumento em termos absolutos de R\$ 191,7 para R\$ 330,3 milhões. Também é importante destacar a criação do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), por cissiparidade do Iphan, com um orçamento executado de R\$ 121,5 e R\$ 140,5 milhões em 2010 e 2011, respectivamente. A Agência Nacional do Cinema (Ancine) começa com um orçamento de R\$ 51,3 milhões em 2004 (participação de quase 7% no total do SFC) e vai para R\$ 111 milhões (5,3%) no final do período em análise.

Os orçamentos trazem diferentes tipos gastos. Entre estes, estão os gastos finalísticos e gastos-meio. O Quadro 1 organiza os conceitos de Grupos de Natureza de Despesa (GND), que trazem os dispêndios de pessoal e encargos sociais, despesas correntes e outras categorias de despesa.

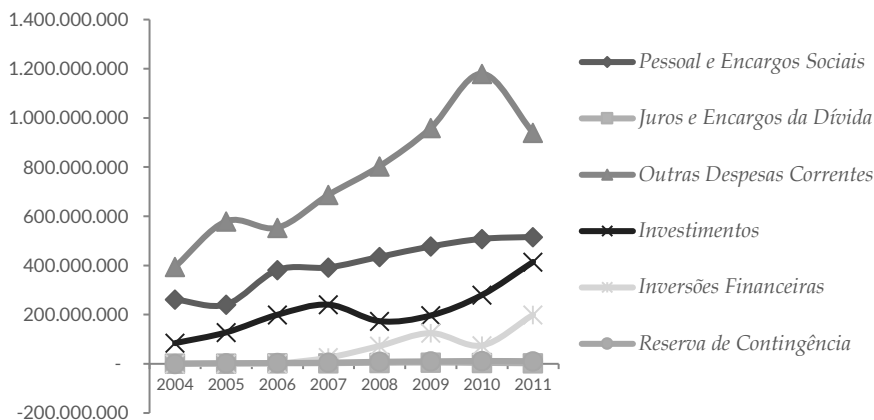
## Quadro 1 – Itens que compõem os grupos de natureza da despesa

ITEM	DESCRIÇÃO
1 - Pessoal e Encargos Sociais	Despesas de natureza remuneratória decorrentes do efetivo exercício de cargo, emprego ou função de confiança no setor público, do pagamento dos proventos de aposentadorias, reformas e pensões, das obrigações trabalhistas de responsabilidade do empregador, incidentes sobre a folha de salários, contribuição a entidades fechadas de previdência, outros benefícios assistenciais classificáveis neste grupo de despesa, bem como soldo, gratificações, adicionais e outros direitos remuneratórios, pertinentes a este grupo de despesa, previstos na estrutura remuneratória dos militares e, ainda, despesas com o ressarcimento de pessoal requisitado, despesas com a contratação temporária para atender a necessidade de excepcional interesse público e despesas com contratos de terceirização de mão de obra que se refiram à substituição de servidores e empregados públicos, em atendimento ao disposto no art. 18, § 1º, da lei complementar nº 101, de 2000. Apresentar as despesas com o funcionalismo envolvido na gestão e prestação de serviços sociais, mas também pelas despesas com os benefícios previdenciários do servidor público.
2 - Juros e Encargos da Dívida	Despesas com o pagamento de juros, comissões e outros encargos de operações de crédito internas e externas contratadas, bem como da dívida pública mobiliária. Pouco significativa como um todo, assume relevância devido aos encargos da dívida contratual contraída em operações junto a organismos internacionais de fomento como, por exemplo, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), e Banco Mundial.
3 - Outras Despesas Correntes	Despesas com aquisição de material de consumo, pagamento de diárias, contribuições, subvenções, auxílio-alimentação, auxílio-transporte, além de outras despesas da categoria econômica “Despesas Correntes” não classificáveis nos demais grupos de natureza de despesa.
4 - Investimentos	Despesas com o planejamento e a execução de obras, inclusive com a aquisição de imóveis considerados necessários à realização destas, e com a aquisição de instalações, equipamentos e material permanente. É o item que demonstra, ou não, os esforços de expansão na capacidade de produção de serviços.
5 - Inversões Financeiras	Despesas com a aquisição de imóveis ou bens de capital já em utilização; aquisição de títulos representativos do capital de empresas ou entidades de qualquer espécie, já constituídas, quando a operação não importe aumento do capital; e com a constituição ou aumento do capital de empresas.
6 - Amortização da Dívida	Despesas com o pagamento e/ou refinanciamento do principal e da atualização monetária ou cambial da dívida pública interna e externa, contratual ou mobiliária. Pode ser relevante a depender da importância que assumem, em cada área, as operações contraídas junto a organismos internacionais de fomento como, por exemplo, Pnud, BID, e Banco Mundial.

*Fonte: Elaboração própria.*

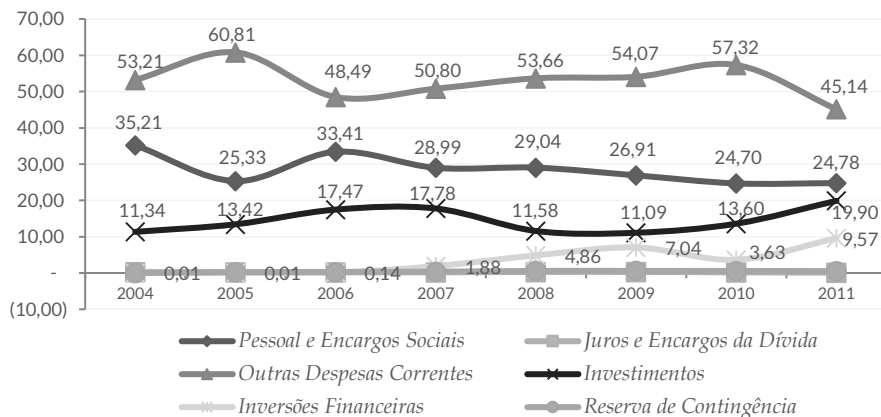
Os Gráficos 2a e 2b apresentam as tendências dos dispêndios do SFC pelos grupos de natureza de despesa para o período de 2004 a 2011. Os valores absolutos poderão ser encontrados nos anexos. Destacaremos apenas a queda da participação de dispêndios com pessoal e encargos, de 35,2% em 2004 para 24,7% em 2011. Mesmo com essa queda nas participações relativas, em parte explicada pelo aumento de investimentos (que aumenta a participação de 11,3% para 19,3%), pessoal e encargos sociais tinha um valor de R\$ 261,3 milhões em 2004 e vai para R\$ 516 milhões em 2011.

**Gráfico 2a - Evolução dos dispêndios do orçamento do SFC por GND (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

**Gráfico 2b - Composição dos dispêndios do orçamento do SFC por GNS (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

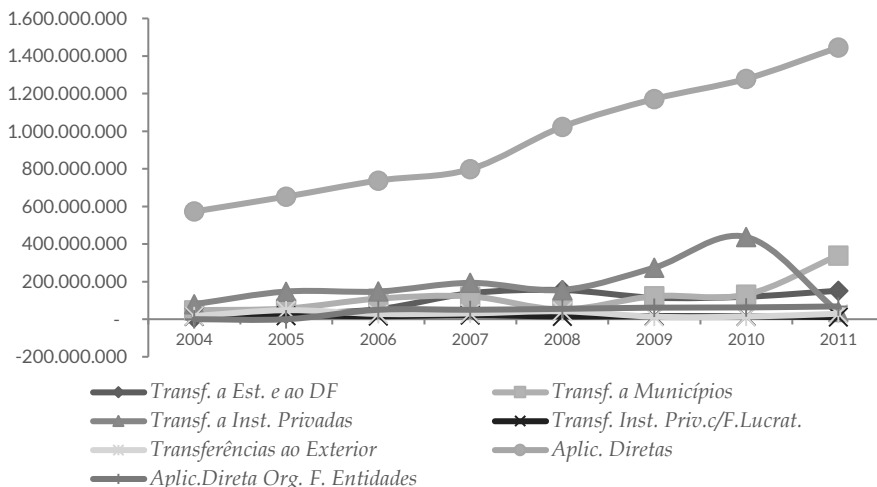
#### 4.2. Governo federal, esferas de governo e sociedade civil

As relações entre SFC e os estados e Distrito Federal e municípios se transformaram muito ao longo das últimas décadas. Mesmo que se considere que a cultura não seja vivida na União ou nos estados, mas no município, que é considerado o espaço em que as ações culturais de fato se desenrolam, temos que lembrar que o pacto federativo dispõe de instâncias administrativas diferenciadas para a organização

da ação pública, e que a estrutura de arrecadação dispõe as esferas de governo de diferentes capacidades tributárias, fiscais e institucionais e, assim, exige diferentes arranjos e relações entre eles de forma a compensar dificuldades e potencializar a realização de direitos culturais.

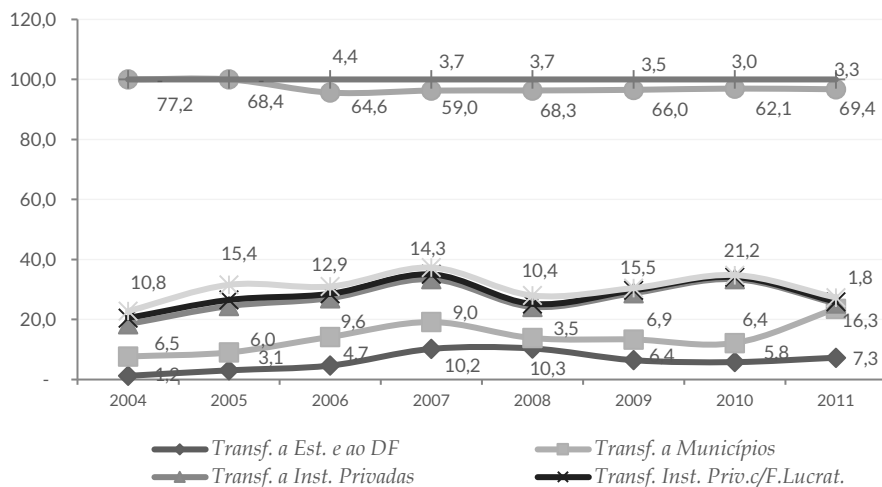
Os Gráficos 3a e 3b mostram os dispêndios do SFC por modalidade de aplicação, com as aplicações diretas e as transferências para as esferas de governo e sociedade civil. O peso das aplicações diretas é evidente. As aplicações diretas são feitas em algum município ou no DF, especialmente porque alguns órgãos importantes do SFC estão em situados tanto no DF (Iphan e Funarte) quanto em municípios importantes como Rio de Janeiro (Casa de Rui Barbosa, Biblioteca Nacional, Iphan, e Funarte) e São Paulo (com equipamentos culturais do governo federal como a Cinemateca Nacional e estruturas da Funarte).

**Gráfico 3a - Evolução dos dispêndios do orçamento do SFC por modalidade de aplicação (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

**Gráfico 3b - Composição dos dispêndios do orçamento do SFC por modalidade de aplicação (2002-2011)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

Nota-se que as aplicações diretas eram da ordem de 77,2% em 2004 (R\$ 573 milhões) e caem para 69,4%, embora maiores em termos absolutos, quando giravam em torno de R\$ 1,4 bilhão. Em alguns anos, as transferências para as instituições privadas chegaram a ser de 21,2% (R\$ 437 milhões), como em 2010. As transferências para estados e Distrito Federal e municípios oscilam muito. As transferências para estados e DF foram de 1,2% em 2004 e chegam a 7,4% em 2011 (R\$ 151 milhões), com participações que ultrapassam a casa dos 10% em alguns anos (2007 e 2008, como se pode ver no Anexo 6). As transferências para os municípios foram de 6,5% em 2004 e atingiram 16,3% (R\$ 389 milhões) em 2011. Em 2011, 73,9% das fontes do MinC eram constituídas por recursos ordinários, 9,5% por recursos vinculados das loterias e 3,8% de taxas e multas pelo poder de polícia da Ancine.

Se enfocamos o FNC, vemos que este é composto pela contribuição proveniente de concursos de prognóstico (loterias), 36,6%, por recursos ordinários (24%), por recursos de concessão e permissão (14,7%), Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Codecine), 10,6%, Recursos sobre Concessões e Permissões (RCP), com 9,36%. As fontes vinculadas ao FSA se aproximam de 40% dos recursos do FNC em 2011.

Quanto à organização da execução do orçamento, é necessário apresentar algumas informações adicionais. O ciclo orçamentário é bastante complexo e vamos nos deter nos seus últimos momentos (liquidação, empenho, pagamento, e restos a pagar) e depois apresentaremos algumas características da sua execução. Sabe-se, nesse limiar, que os restos a pagar impactam o desempenho financeiro por condicionarem os fluxos financeiros. É especificamente desse ponto que a próxima subseção trata.



### 4.3. Restos a pagar e os indicadores de esforço de gasto

Precisamos tocar em mais duas questões importantes, sendo que cada uma delas impõe limites e desafios na organização de informações e indicadores de esforço de gasto. Em primeiro lugar, é necessário um olhar crítico para a sequência de procedimentos orçamentários até o pagamento de bens e serviços. A questão envolve o uso dos agregados de empenho, pagamento e como considerar o conjunto de restos a pagar. A segunda questão é a escolha dos agregados a serem comparados. Informações que subsidiem a decisão e a ação devem ser claras, mas também devem ser compreendidas nos seus significados. A construção de indicadores pressupõe escolhas, e estas têm consequências, tais como se discute nesta subseção.

Em primeiro lugar, é importante destacar o desenho do processo simplificado de execução do orçamento. Há dois momentos que são de execução orçamentária: empenho e liquidação. O terceiro momento é considerado de execução financeira e pagamento da despesa. No pagamento se faz a emissão da ordem de pagamento, o que apenas é feito após ser emitida a liquidação da despesa.

Os restos a pagar, assim, são despesas empenhadas e não pagas até o dia 31 de dezembro. Os restos a pagar processados ocorrem quando os bens e serviços já foram entregues e aceitos (liquidados), mas não ocorreu o pagamento ao credor. Os restos a pagar não processados (RPNP) ocorrem quando há apenas empenho ao final do exercício financeiro. Para melhor expor esses pontos, o Quadro 2 apresenta alguns conceitos importantes relacionados à composição orçamentária.

#### *Quadro 2 – Conceitos dos estágios que compõem a execução dos orçamentos públicos*

ITEM	DESCRIÇÃO
1. Empenho de despesa	É uma reserva, ou seja, uma garantia que se faz ao fornecedor ou prestador de serviços se há dotação necessária para honrar o pagamento. Quando há empenho, significa que a despesa foi enquadrada no crédito orçamentário adequado e que a administração dispõe de recursos.
2. Liquidação	Ocorre após a entrega do bem ou prestação do serviço, quando se verifica o direito adquirido pelo credor, determinando a origem e objeto do que se deve pagar, a importância e a quem é preciso fazer o pagamento, segundo condições estipuladas.
3. Pagamento	É a última fase, na qual se faz emissão de ordem de pagamento, que só pode ser emitida após a liquidação da despesa.
4. Restos a pagar	Despesas empenhadas, mas não pagas até o dia 31 de dezembro (RP). Distinguindo-se entre processadas (quando os bens e serviços já foram entregues e aceitos, portanto, liquidados, mas o pagamento não foi feito – RPP) e não processadas – RPNP (quando as despesas foram apenas empenhadas e não liquidadas, ainda não foi reconhecido o direito do credor). Causa estranheza a possibilidade de cancelamento de RPP, pois implica um credor já reconhecido em seu direito.
5. Despesa executada	Soma de despesas liquidadas e RPNP.

*Fonte: Elaboração própria a partir de Ipea (2016).*

A Tabela 1 mostra alguns agregados importantes: a dotação total de R\$ 15 bilhões no período, com R\$ 11,5 bilhões liquidados, R\$ 7,2 bilhões pagos (na de referência), R\$ 4,4 bilhões de RP inscritos, R\$ 569 milhões de RP de exercícios anteriores, R\$ 686,9 milhões de restos a pagar anulados, R\$ 1,3 bilhões de restos a pagar pagos, e R\$ 2,4 bilhões de restos a pagar.

*Tabela 1 - Restos a pagar (2004-2011)*

ANO	DOTAÇÃO INICIAL	LIQUIDADO	PAGO	RP INSCRITO	RP EX. ANT.	RP ANULADO	RP PAGO	RP A PAGAR
2004	974.822.766	742.221.139	574.165.482	168.988.457	-	26.860.326	135.735.506	6.392.625
2005	1.178.462.319	953.268.801	708.452.620	250.399.324	8.513	578.399	29.391.990	220.437.448
2006	1.360.050.846	1.141.741.212	818.697.285	329.700.049	1.059	4.644.052	99.967.321	225.069.586
2007	1.770.955.901	1.353.812.880	817.470.099	553.061.820	33.516.269	3.217.725	59.407.897	523.952.466
2008	2.034.715.566	1.498.081.006	962.256.297	535.839.234	46.886.861	4.171.417	79.763.317	498.792.359
2009	2.017.047.115	1.773.747.538	1.154.820.456	628.175.002	104.005.838	43.970.225	377.499.100	310.711.516
2010	3.150.731.336	2.058.165.572	1.265.062.989	815.854.340	191.251.829	294.704.657	470.866.749	241.534.762
2011	2.746.237.584	2.082.908.116	961.838.869	1.149.725.267	193.403.435	308.786.265	571.405.976	462.936.462
Totais	15.233.023.433	11.603.946.263	7.262.764.096	4.431.743.493	569.073.803	686.933.067	1.824.037.856	2.489.827.224

*Fonte: Elaboração própria a partir de Ipea (2016).*

A fórmula dos restos a pagar não é negativa em si, mas envolve e cria consideráveis problemas de programação orçamentária e para a aferição de dispêndios anuais. A Tabela 1 evidencia a alta inscrição em restos a pagar no período entre 2004 e 2011<sup>6</sup>. Globalmente essa situação se inscreveu nas estratégias do governo federal de realização de superávits primários<sup>7</sup>.

Em valores absolutos corrigidos para 2015 (IPCA médio), os restos a pagar inscritos de 2004 eram maiores do que R\$ 168 milhões e passaram a R\$ 1 bilhão e 149 milhões em 2011. Os restos a pagar de exercícios anteriores aumentaram, acrescentando valores ao já inscritos em cada ano. Em 2011, os restos a pagar dos exercícios anteriores eram de R\$ 193,4 milhões. Para a gestão e aferição tem-se de considerar os restos a pagar anulados, que atingem a casa R\$ 26,8 milhões e saltam para R\$ 308,7 milhões em 2011. Em 2011 os RP pagos atingem a casa de R\$ 571 milhões, enquanto os RP a pagar são de R\$ 462 milhões.

6. O Programa Arte Cultura e Cidadania - Cultura Viva (CV), um dos programas de maior visibilidade e marca do MinC, se constituiu em média em 21,5% dos RP inscritos pelo MinC, sendo que em 2007 essa participação foi de 36,1%. Da mesma forma, 40,1% do RP de exercícios anteriores é do CV, que ainda tem 30,4% dos RP anulados, 13% dos pagos (em 2007 foram 24,3%), e, finalmente, 28,4% dos RP a pagar foram do CV. As consequências foram desastrosas em termos da consistência e da legitimidade do programa enquanto política pública. Mais dados a respeito podem ser vistos em Barbosa da Silva e Lábrea (2014).

7. Ver Golbetti e Almeida (2016) e Rezende e Cunha (2005).

*Tabela 2 - Restos a pagar (2004-2011)\**

A N O	DOT. INICIAL	EMPE- NHADO	PAGO/ EMPENHO	RP INSCRITO EMPENHO	TOTAL RP/ EMPENHO	RP ANULADO/ TOTAL RP	RP PAGO/ TOTAL RP	RP A PAGAR/ TOTAL RP
2004	-	76,14	77,4	22,8	22,8	15,9	80,3	3,8
2005	-	80,89	74,3	26,3	26,3	0,2	11,7	88,0
2006	-	83,95	71,7	28,9	28,9	1,4	30,3	68,3
2007	-	76,45	60,4	40,9	43,3	0,5	10,1	89,3
2008	-	73,63	64,2	35,8	38,9	0,7	13,7	85,6
2009	-	87,94	65,1	35,4	41,3	6,0	51,6	42,4
2010	-	65,32	61,5	39,6	48,9	29,3	46,8	24,0
2011	-	75,85	46,2	55,2	64,5	23,0	42,5	34,5
Totais	-	76,18	62,6	38,2	43,1	13,7	36,5	49,8

*Nota: \*Valores corrigidos para dez/2015 pelo IPCA médio.*

*Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).*

O percentual de recursos liquidados foi de 76,18%, e o de valores pagos foi de 62,6%, sendo que em 2011 esse percentual era de 46%. No caso específico do MinC, os restos a pagar inscritos foram, em média, 38,2% do empenhado, sendo que em 2007 essa relação ultrapassou os 40%, em 2010 era próximo (39,6%) e em 2011 já eram de 55,2% do liquidado. A partir de 2007, a diferença de percentuais entre restos a pagar inscritos e liquidados aumenta em função de liquidação de restos a pagar de exercícios anteriores. Também aumentam os restos a pagar anulados, que chegam a ser 29,3% em 2010 e 23% em 2011. Estes foram na média do período de 13,7%.

Os restos a pagar pagos no total dos restos a pagar (inscritos, somados aos restos a pagar dos exercícios anteriores) eram de 80% em 2004 e de 42,5% em 2011, sendo que a média do período foi de 34,2%. Os impactos da existência dos restos a pagar, atrelados aos cancelamentos dos pagamentos para a gestão orçamentária são evidentes, mas os procedimentos de registro nos orçamentos não são muito claros<sup>8</sup>.

## 5. Considerações finais

Partimos de uma discussão simples, em que destacamos que as políticas culturais brasileiras têm como característica o fato de serem federativas, mas que não dispõem de um sistema organizado de orçamento cultural ou de monitoramento de dispêndios culturais na federação. Disso deriva uma consequência: não há uma atuação pública sistêmica no âmbito das diversas atividades culturais na federação, embora a cultura seja uma área de forte dinamismo na geração de empregos e renda e como recurso de consumo, lazer, entretenimento, usos do tempo livre, e formação.

As informações de que dispomos para a União permitiram-nos a descrição do perfil dos dispêndios públicos e de possibilidades de organização de informações em nível federativo. Mostramos a organização do orçamento federal e a gradual

8. Vieira e Piola (2016) apontam as dificuldades de identificação do ano de liquidação de restos a pagar e do procedimento de liquidação forçada.

importância do FNC. Dentro desse quadro mostramos a importância das aplicações diretas e da incipiente descentralização de recursos.

Além disso, também formulamos hipóteses restringidas ao nível da União, mas certamente, extensíveis às demais esferas de governo. A primeira, de que a lógica de gestão do orçamento pode ser isolada dos seus contextos institucionais. Na verdade, manteve relações com as estratégias fiscais e macroeconômicas do governo federal no período, não podendo o MinC ser responsabilizado de forma unilateral pela gestão orçamentária. A segunda, de que tanto a gestão orçamentária quanto o planejamento e as relações do MinC com os terceiros que receberiam recursos para a entrega de bens e serviços foram impactados de forma negativa, em decorrência das incertezas geradas pela lógica de execução orçamentária.

Finalmente, o ponto que nos interessa de perto se relaciona à transparência do orçamento, que, caso ainda não tenha perdido totalmente, mostra pontos opacos em relação às dificuldades de apropriação adequada dos dispêndios culturais (liquidação efetiva) em cada ano. Com certeza essa questão, além de complexa, conceitual e operacional, coloca em foco a mensuração e compatibilização da contabilidade de dispêndios e a obtenção de dados em toda a federação. É necessário avaliar as possibilidades dos sistemas de informação atuais em todas as esferas de governo e suas formas de apropriação e gestão dos dispêndios culturais.

Nesse caso, são necessários melhores indicadores, mas a relação entre os agregados de restos a pagar com o porte dos programas e com os recursos empenhados é reveladora das características (e dos problemas) da execução orçamentária do governo federal no âmbito do MinC. Provavelmente, os mesmos problemas serão encontrados nas demais esferas de governo, mas é necessário organizar os orçamentos culturais com a finalidade de dar visibilidade a composições, prioridades e desafios. O momento é de sair das discussões genéricas a respeito das complexidades da cultura; é hora de olhar para os instrumentos que dão materialidade aos discursos e ir gradualmente ajustando-os aos objetivos de democratização e democracia cultural.

## 6. Referências

BARBOSA DA SILVA, F. A. **Economia e política cultural**: Acesso, emprego e financiamento. Cadernos de Políticas Culturais, v. 1. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2007.

BARBOSA DA SILVA, F. A.; LABREA, V. V. **Linhas gerais de um planejamento participativo para o Programa Cultura Viva**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2014. Disponível em: <[http://semanaculturaviva.cultura.gov.br/linhado-tempo/pdf/publicacoes/SCDC/Linhas\\_Gerais\\_Planejamento\\_Cultura\\_Viva\\_2014.pdf](http://semanaculturaviva.cultura.gov.br/linhado-tempo/pdf/publicacoes/SCDC/Linhas_Gerais_Planejamento_Cultura_Viva_2014.pdf)>. Acesso em: 12 set. 2016.

GOLBETTI, S. W.; ALMEIDA, V. L. Uma radiografia do gasto público federal entre 2001 e 2015. **Texto para Discussão Ipea**, n. 2191, Rio de Janeiro, 2016.

REZENDE, F.; CUNHA, A. **Disciplina fiscal e qualidade do gasto público** - fundamentos da reforma orçamentária. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

SISTEMA INTEGRADO DE DADOS ORÇAMENTÁRIOS (SIDOR). **Base de dados SIDOR**. Brasília: Ministério da Fazenda, 2016. Disponível em: <<http://www.orcamentofederal.gov.br/glossario-1/sistema-integrado-de-dados-orcamentarios-2013-sidor>>. Acesso em: 10 out. 2016.

SISTEMA INTEGRADO DE ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA (SIAFI). **Base de dados SIAFI**. Brasília: Ministério da Fazenda, 2016. Disponível em: <<http://www.tesouro.fazenda.gov.br/siafi>>. Acesso em: 10 out. 2016.

VIEIRA, F. S.; PIOLA, S. F. Restos a pagar de despesas com ações e serviços públicos de saúde da união: impactos para o financiamento federal do sistema único de saúde e para a elaboração das contas de saúde. **Textos para Discussão Ipea**, Brasília, n. 2225, 2016.

## 7. Anexos

*Tabela 1 - Dispendios do sistema federal de cultura - valores absolutos (2002-2011)\**

SFC	2002	2003	2004	2005	2006
MIN.DA CULTURA	194.718.928	127.090.773	166.599.757	281.938.262	294.625.161
CASA DE RUI BARBOSA	30.969.332	25.637.943	30.096.895	26.382.677	31.903.057
BIBLIOTECA NACIONAL	74.478.264	60.905.056	70.395.608	96.421.792	82.442.827
FUND.CULTURAL PALMARES	20.021.327	16.231.184	16.870.904	18.755.622	20.714.757
IPHAN	191.790.828	176.187.791	188.925.038	181.590.380	292.089.819
FUNARTE	72.969.728	59.742.011	58.572.882	56.330.440	117.408.384
ANCINE	-	-	51.385.779	59.157.984	64.091.646
INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS	-	-	-	-	-
FDO.NACIONAL DE CULTURA	108.385.149	93.995.805	159.374.275	232.691.646	238.465.562
TOTAL	693.333.556	559.790.563	742.221.137	953.268.803	1.141.741.213
SFC	2007	2008	2009	2010	2011
MIN.DA CULTURA	450.529.856	304.458.430	352.497.891	467.732.198	643.330.259
CASA DE RUI BARBOSA	32.126.620	37.999.068	42.509.531	42.330.240	43.999.305
BIBLIOTECA NACIONAL	107.204.401	135.196.469	121.604.549	100.795.441	98.934.687
FUND.CULTURAL PALMARES	36.245.258	17.965.449	26.915.736	21.265.549	24.370.511
IPHAN	321.660.063	364.392.700	367.410.632	370.464.011	330.323.310
FUNARTE	88.714.020	118.173.221	140.233.446	182.161.651	149.043.560
ANCINE	78.482.629	80.459.509	94.104.459	105.427.644	111.273.547
INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS	-	-	-	121.512.622	140.541.718
FDO.NACIONAL DE CULTURA	238.854.453	439.449.880	628.471.295	646.476.216	541.091.218
TOTAL	1.353.817.301	1.498.094.726	1.773.747.539	2.058.165.571	2.082.908.116

*Nota: \*Valores corrigidos para dez/2015 pelo IPCA médio.*

*Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).*

*Tabela 2 - Composição percentual dos dispêndios do sistema federal de cultura (2002-2011)*

SFC	2002	2003	2004	2005	2006
MIN.DA CULTURA	28,1	22,7	22,4	29,6	25,8
CASA DE RUI BARBOSA	4,5	4,6	4,1	2,8	2,8
BIBLIOTECA NACIONAL	10,7	10,9	9,5	10,1	7,2
FUND.CULTURAL PALMARES	2,9	2,9	2,3	2,0	1,8
IPHAN	27,7	31,5	25,5	19,0	25,6
FUNARTE	10,5	10,7	7,9	5,9	10,3
ANCINE	-	-	6,9	6,2	5,6
INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS	-	-	-	-	-
FDO.NACIONAL DE CULTURA	15,6	16,8	21,5	24,4	20,9
TOTAL	100	100	100	100	100

SFC	2007	2008	2009	2010	2011
MIN.DA CULTURA	33,3	20,3	19,9	22,7	30,9
CASA DE RUI BARBOSA	2,4	2,5	2,4	2,1	2,1
BIBLIOTECA NACIONAL	7,9	9,0	6,9	4,9	4,7
FUND.CULTURAL PALMARES	2,7	1,2	1,5	1,0	1,2
IPHAN	23,8	24,3	20,7	18,0	15,9
FUNARTE	6,6	7,9	7,9	8,9	7,2
ANCINE	5,8	5,4	5,3	5,1	5,3
INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS	-	-	-	5,9	6,7
FDO.NACIONAL DE CULTURA	17,6	29,3	35,4	31,4	26,0
TOTAL	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

*Tabela 3 - Dispêndios do SFC por GNC, em valores absolutos (2002 - 2011)\* (Continua)*

NATUREZA DE DESPESA (GND)	2004	2005	2006	2007
PESSOAL E ENCARGOS SOCIAIS	261.307.177	241.455.266	381.510.030	392.272.692
JUROS E ENCARGOS DA DÍVIDA	1.736.277	1.854.358	2.171.769	2.576.845
OUTRAS DESPESAS CORRENTES	394.946.998	579.669.250	553.612.506	687.376.092
INVESTIMENTOS	84.174.477	127.953.792	199.470.434	240.611.280
INVERSÕES FINANCEIRAS	56.208	85.378	1.639.520	25.501.736
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	-	2.250.758	3.336.953	4.830.604
TOTAL	742.221.137	953.268.801	1.141.741.212	1.353.169.248

**Tabela 3 - Dispêndios do SFC por GNC,  
em valores absolutos (2002 - 2011)\* (Conclusão)**

NATUREZA DE DESPESA (GND)	2008	2009	2010	2011
PESSOAL E ENCARGOS SOCIAIS	435.002.432	477.326.380	508.270.344	516.095.239
JUROS E ENCARGOS DA DÍVIDA	4.395.480	5.394.750	3.762.314	2.007.715
OUTRAS DESPESAS CORRENTES	803.806.758	959.142.261	1.179.834.199	940.231.313
INVESTIMENTOS	173.459.493	196.757.937	279.820.612	414.398.745
INVERSÕES FINANCEIRAS	72.818.723	124.917.346	74.798.171	199.328.471
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	8.598.119	10.208.862	11.679.931	10.846.633
<b>TOTAL</b>	<b>1.498.081.004</b>	<b>1.773.747.536</b>	<b>2.058.165.571</b>	<b>2.082.908.116</b>

*Nota: \*Valores corrigidos para dez/2015 pelo IPCA médio.*

*Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).*

**Tabela 4 - Composição do percentual dos dispêndios  
do SFC por GNC (2002-2011)**

NATUREZA DE DESPESA (GND)	2004	2005	2006	2007
PESSOAL E ENCARGOS SOCIAIS	35,21	25,33	33,41	28,99
JUROS E ENCARGOS DA DÍVIDA	0,23	0,19	0,19	0,19
OUTRAS DESPESAS CORRENTES	53,21	60,81	48,49	50,80
INVESTIMENTOS	11,34	13,42	17,47	17,78
INVERSÕES FINANCEIRAS	0,01	0,01	0,14	1,88
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	-	0,24	0,29	0,36
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

NATUREZA DE DESPESA (GND)	2008	2009	2010	2011
PESSOAL E ENCARGOS SOCIAIS	29,04	26,91	24,70	24,78
JUROS E ENCARGOS DA DÍVIDA	0,29	0,30	0,18	0,10
OUTRAS DESPESAS CORRENTES	53,66	54,07	57,32	45,14
INVESTIMENTOS	11,58	11,09	13,60	19,90
INVERSÕES FINANCEIRAS	4,86	7,04	3,63	9,57
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	0,57	0,58	0,57	0,52
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).*

**Tabela 5 - Dispêndios do SFC por modalidade de aplicação, em valores absolutos (2004-2011)<sup>1\*</sup>**

MODALIDADE DE APLICAÇÃO	2004	2005	2006	2007
TRANSF. A EST. E AO DF	9.124.132	29.273.090	53.161.230	138.051.754
TRANSF. A MUNICÍPIOS	47.927.277	56.928.801	109.251.650	121.132.935
TRANSF. A INST. PRIVADAS	80.057.831	147.154.597	147.333.880	193.301.462
TRANSF. INST. PRIV.C/F.LUCRAT.	15.070.896	19.531.112	16.280.460	21.522.311
TRANSFERÊNCIAS AO EXTERIOR	16.952.587	48.007.984	27.947.097	30.759.453
APLIC. DIRETAS	573.088.418	652.373.215	737.655.765	798.182.628
APLIC.DIRETA ORG. F. ENTIDADES	-	-	50.111.131	50.218.702
TOTAL	742.221.141	953.268.799	1.141.741.213	1.353.169.245

MODALIDADE DE APLICAÇÃO	2008	2009	2010	2011
TRANSF. A EST. E AO DF	154.920.245	114.297.498	119.549.669	151.450.849
TRANSF. A MUNICÍPIOS	52.143.884	122.337.469	131.381.164	339.248.626
TRANSF. A INST. PRIVADAS	155.789.796	274.485.036	437.265.518	38.372.380
TRANSF. INST. PRIV.C/F.LUCRAT.	14.700.827	16.252.636	14.492.569	11.099.209
TRANSFERÊNCIAS AO EXTERIOR	41.809.229	13.455.502	13.743.591	29.063.774
APLIC. DIRETAS	1.023.651.070	1.171.546.285	1.279.051.337	1.445.561.366
APLIC.DIRETA ORG. F. ENTIDADES	55.065.955	61.373.113	62.681.725	68.111.910
TOTAL	1.498.081.006	1.773.747.538	2.058.165.572	2.082.908.116

Nota: \*Valores corrigidos para dez/2015 pelo IPCA médio.

Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).

**Tabela 6 - Composição percentual dos dispêndios do SFC por modalidade de aplicação (2004-2011) (Continua)**

MODALIDADE DE APLICAÇÃO	2004	2005	2006	2007
TRANSF. A EST. E AO DF	1,2	3,1	4,7	10,2
TRANSF. A MUNICÍPIOS	6,5	6,0	9,6	9,0
TRANSF. A INST. PRIVADAS	10,8	15,4	12,9	14,3
TRANSF. INST. PRIV.C/F.LUCRAT.	2,0	2,0	1,4	1,6
TRANSFERÊNCIAS AO EXTERIOR	2,3	5,0	2,4	2,3
APLIC. DIRETAS	77,2	68,4	64,6	59,0
APLIC.DIRETA ORG. F. ENTIDADES	-	-	4,4	3,7
	100	100	100	100



*Tabela 6 - Composição percentual dos dispêndios do SFC por modalidade de aplicação (2004-2011) (Conclusão)*

MODALIDADE DE APLICAÇÃO	2008	2009	2010	2011
TRANSF. A EST. E AO DF	10,3	6,4	5,8	7,3
TRANSF. A MUNICÍPIOS	3,5	6,9	6,4	16,3
TRANSF. A INST. PRIVADAS	10,4	15,5	21,2	1,8
TRANSF. INST. PRIV.C/F.LUCRAT.	1,0	0,9	0,7	0,5
TRANSFERÊNCIAS AO EXTERIOR	2,8	0,8	0,7	1,4
APLIC. DIRETAS	68,3	66,0	62,1	69,4
APLIC.DIRETA ORG. F. ENTIDADES	3,7	3,5	3,0	3,3
	100	100	100	100

*Fonte: Elaboração própria a partir de Siafi (2016)/Sidor (2016).*



# O Microcrédito e a Economia Criativa no Brasil<sup>1</sup>

Gláucia Angélica Campregher<sup>2</sup>  
Marcelo Milan<sup>3</sup>

## 1. Introdução

O presente capítulo pretende contribuir com a discussão do microcrédito para a economia criativa. Para tal, organizou-se este em 4 seções, além desta introdução. Na primeira, discorre-se sobre a história do crédito e do microcrédito no Brasil, chamando-se atenção para o papel das instituições de crédito nesses processos e dando atenção especial ao microcrédito e a suas especificidades.

Na segunda seção, discute-se a relação do microcrédito com a economia criativa no Brasil. A partir de indicadores conjunturais, procura-se desenhar o cenário no qual está inserida a economia criativa na economia brasileira, bem como têm se comportado o crédito e o microcrédito nesse setor da economia no último período.

A terceira seção deste capítulo traz um apanhado de propostas para o microcrédito para empreendimentos de economia criativa. Discutindo cada uma brevemente, busca-se trazer à tona mais possibilidades que as já existentes para pensar como pode se dar o fomento via crédito às atividades econômicas criativas.

A quarta e última seção traz as considerações finais do presente capítulo. Lá retomam-se brevemente as discussões apresentadas nas seções anteriores, e discorre-se sobre algumas das perspectivas para a economia criativa e as políticas de crédito para o próximo período.

---

1. Elaborado com base nos relatórios “Estágio Atual do Microcrédito no Brasil, Particularmente o Produtivo Orientado” e “Propostas Fomentadoras de Microcrédito para Empreendimentos Culturais” do projeto Estudos e Pesquisas em Economia Criativa – Desenvolvimento Territorial e Fortalecimento da Economia Criativa.

2. Doutora em Economia pela Universidade Estadual de Campinas. Professora do Departamento de Economia e Relações Internacionais e Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: glaucia@campregher.com

3. Doutor em Economia pela Universidade de Massachusetts Amherst. Professor no Departamento de Economia e Relações Internacionais e Coordenador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: marcelo.milan@ufrgs.br

## 2. *Histórico do Microcrédito no Brasil*

A inexistência de um sistema de crédito de acesso amplo e democrático no Brasil é consenso quase absoluto entre pesquisadores da área. Nosso país tem poucos e grandes bancos emprestando para poucos e grandes clientes. Além disso, predomina o crédito de curto prazo e para consumo. Considerando o volume total de créditos concedidos pelo conjunto de instituições financeiras, apenas recentemente transpusemos a marca dos 50% em relação ao PIB (2012), e hoje essa relação está em torno de 54%, ainda longe dos ditos países desenvolvidos, onde essa relação não raro ultrapassa 100% (BCB, 2017).

Isso significou que, historicamente, os governos tivessem que compensar o sistema, oferecendo: crédito de longo prazo (mesmo para grandes empresas) via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), crédito agrícola (devido às suas exigências de maior risco) via Banco do Brasil (BB), e crédito para moradia via CEF. Entretanto, essa compensação deixou, ao longo dos anos, a descoberto as micro e pequenas empresas e os inúmeros trabalhadores informais. Apenas dos anos 1980 em diante começaram a ganhar atenção as iniciativas da sociedade civil no intuito de cobrir essa lacuna.

A partir dos anos 2000 as iniciativas públicas se juntaram a estas: os programas federais de geração de trabalho e renda (Proger rural e urbano), as iniciativas municipais de criação e/ou fortalecimento de instituições locais (os bancos do povo), e a própria regulamentação por leis federais das ONGs de microcrédito em Oscips operando com recursos do BNDES. Mais recentemente, a destinação de 2% dos depósitos à vista nos bancos comerciais para microcrédito deu sinais de que ia trazer definitivamente os bancos privados para o mercado; e a flexibilização das regras para uso de recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) por bancos públicos e agências de desenvolvimento deu fôlego extra para os bancos públicos (ALVES; NEDER, 2014).

Tomando, com a exceção do quadro de 2008 em diante, o quadro mais geral dos últimos 20 ou 30 anos, pode-se dizer que, no Brasil e no mundo, as microfinanças continuam sua trajetória de crescimento. Há tempos a experiência mundial de microcrédito deixou de ser o caso isolado do Grameen Bank em Bangladesh para significar uma ampla gama de instituições atuantes em diversos países na América do Norte, na América do Sul, na Ásia, e na África<sup>4</sup>. Segundo o Microscópio Global 2014 da Rede Ibero Americana de Garantias – que apresenta um panorama integral dos serviços microfinanceiros em 55 países – as instituições microfinanceiras mais fortes têm aproveitado sua experiência, métodos e estruturas do microcrédito e expandido sua oferta de serviços financeiros a uma população cada vez maior (THE ECONOMIST, 2013). Em diversos desses países, se somam a essas instituições, ou competem com elas, desde bancos tradicionais a empresas de telefonia móvel. Isso significa que está algo superada a controvérsia entre ser o microcrédito a solução final da pobreza ou a corda no pescoço que faltava para enforcar os pobres (via sua insolvência financeira). O que se vê é que a organização social, maior em algumas iniciativas, indica que, nesses casos, se vai mais longe que a mera bancarização dos pobres. Porém, mesmo onde há apenas a inclusão de parcelas da população antes excluídas do mercado de crédito (e outros serviços financeiros), vê-se o quanto esta contribui para viabilizar negócios e melhorar as condições de vida.

4. Como o mostra uma ampla bibliografia. A título de exemplo, ver Lapenu e Zeller (2002), e Ledgewood (1999).

Entre o que não está superado estão dois aspectos principais: o alto custo das operações, principalmente das instituições que efetivamente prestam assistência ao crédito, e o custo da não captação direta de recursos. Em primeiro lugar, há que notarmos que aqui e ali esse alto custo significa altos juros para o tomador, o que em parte não é problema, dado o diagnóstico principal de que o pequeno tomador carece de acessibilidade mais que tudo. Porém, isso pode ser um problema, tendo em vista aspectos de concorrência. Por exemplo, bancos (que podem captar recursos direto do público e que frequentemente abrem mão de um acompanhamento mais meticuloso do tomador) podem praticar taxas de juros menores e acabar tomando o mercado de instituições não bancárias. Também pode ser que essas altas taxas (acompanhadas de baixa inadimplência) atraiam bancos privados ou motivem instituições de início não afeitas ao lucro a almejá-lo acima de tudo (vide a controvérsia em torno do Banco Compartamos no México [MALKIN, 2008]). Em segundo lugar, esses altos custos tendem hoje em dia a serem reduzidos pela terceirização de agentes de crédito. A contratação destes por fora dos quadros de carreira dos bancos – já utilizada no Brasil há anos pela maior instituição de microcrédito do país, o Banco do Nordeste (BNB) – está motivando a entrada mais agressiva no mercado de outros bancos, públicos e privados, por vezes associados entre si<sup>5</sup>. Também há acordos que tornam instituições não bancárias de microcrédito em correspondentes bancários (via acordos com bancos comerciais), o que viabiliza economicamente muitas dessas instituições. Por fim, há queda nos custos de operação do microcrédito, viabilizada pelas novas tecnologias de comunicação – sendo que estas tanto podem ser somadas ao modelo tradicional dos agentes de crédito facilitando/barateando entrevistas, visitas e pagamentos, como podem ser utilizadas num modelo mais radical.

O segundo caso muito deve interessar àqueles que, como nós, estão pensando no microcrédito como forma de financiar empreendimentos de economia criativa, mas percebem que certas iniciativas são elas próprias empreendimentos criativos, só que no campo das finanças. Particularmente criativos são os experimentos que criam moedas sociais e toda uma rede de organização de círculos de troca que muito se expandem quando se baseiam no seu uso. Esses experimentos, bancos comunitários e congêneres, conquistaram legalmente o direito de emitir moedas sociais via compreensão do órgão regulador superior do sistema financeiro, o Banco Central, dado que essas não concorrem com a moeda nacional, mas suas complementares – desde que guardem conversibilidade e tenham circulação apenas local. As moedas sociais virtuais colocam, no entanto, em risco esse requisito da circulação meramente local, e os conflitos com a legislação só não surgiram ainda porque esses desenvolvimentos são incipientes.

Há que destacarmos esse aspecto, inclusive por se tratar de um segmento de economia criativa e voltado ainda à inclusão social e ao desenvolvimento regional. Há hoje, em diversos países e regiões, inovações que usando Internet e celulares estão provocando, por vezes, uma quebra dos monopólios dos bancos, e por vezes ainda mais: uma experimentação de novos modelos de produção, consumo e comércio, além do crédito.

Bancos móveis e moedas sociais virtuais (ou moedas inteligentes [FREIRE, 2011]), estão se generalizando. No Brasil, se o número das moedas sociais já passa de 100 a

---

5. Vide o caso recente da empresa Movera, uma associação do Banco do Brasil com o Bradesco (PACETE, 2015).

experiência de virtualização dessas moedas é recente, mas já começou. O uso dessas novas tecnologias aliado à construção de moedas próprias cria elos sociais mais amplos que os da garantia solidária para as operações de microcrédito, e nada obriga que esses elos se limitem às comunidades de um mesmo espaço geográfico.

Essas inovações são particularmente importantes num momento em que, no Brasil, se faz um ajuste fiscal e uma política de juros altos que já mostra estar afetando o segmento do microcrédito. Se os recursos que alimentam o sistema provêm do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e dos compulsórios sobre os depósitos dos bancos privados (cujo uso para microcrédito não é obrigatório) podemos esperar, no caso do primeiro, uma redução dos volumes, devido ao aumento da demanda para o Programa do Seguro-Desemprego e, no segundo caso, um recuo devido ao aumento dos riscos para empréstimo. Nesse cenário, é importante ter em mente que se quisermos direcionar recursos para o público da economia criativa, melhor do que disputarmos os recursos existentes seria aportarmos novos e/ou atuarmos de forma indireta, constituindo, por exemplo, um fundo de aval que estimule empréstimos nas instituições existentes, na medida em que complementa garantias dos tomadores e até mesmo uma moeda social para a cultura.

## 2.1. O Microcrédito no Brasil

Microcrédito não é só um crédito pequeno, de valores módicos. É um crédito concedido em situações especiais – fundamentalmente dirigido a um público que não acessa a rede bancária, um público carente de garantias reais (bens e ou ativos financeiros), mas também um público cujos laços sociais-territoriais o obriga à manutenção desses laços (pois é só o que tem) transformando-o em ativo. É assim que a solidariedade entre membros de comunidades se transforma em garantia de crédito. Não por outro motivo, as instituições que foram se dedicando ao microcrédito no mundo inteiro não são necessariamente bancos, indo de igrejas, associações de classe e ONGs a organismos públicos de fomento à geração de trabalho e renda. A despeito de a baixa inadimplência ser um atrativo, o alto custo das operações – que envolvem via de regra ir ao cliente e estabelecer relações com este e a comunidade à qual pertence – afasta as instituições financeiras tradicionais, ou os bancos, que, diferentemente das instituições não financeiras, podem emprestar recursos monetários porque os podem captar. As instituições não financeiras que se dedicam ao microcrédito têm além dos altos custos de operação os custos de terem elas próprias de tomar emprestado para emprestar.

Uma das experiências mais bem-sucedidas no mundo do microcrédito envolveu a criação de um banco: o Grameen Bank de Bangladesh, que inovou enormemente no modo de organizar a demanda sobre si e ainda de fazer de seus clientes seus principais acionistas. Na América Latina destacam-se o Banco Caja Social da Colômbia e o Banco do Nordeste do Brasil<sup>6</sup>, pelo volume de operações alcançado e sua regularidade e sustentabilidade (FORTE, 2006).

Além dos bancos, uma atuação importante no microcrédito, e na qual o Brasil é pioneiro, é a das instituições ligadas à igreja, sindicatos e ONGs apoiadas por

---

6. O BNB opera o Programa Crediamigo desde 1998, via contratação de uma ONG – o Instituto Nordeste Cidadania (INEC) –, que operacionaliza, na prática contrata, o trabalho dos agentes de crédito.

organismos internacionais, que operam desde os anos 70. Ao longo dos anos, essas instituições foram conquistando parcerias com os poderes públicos (principalmente municipal no início), que passaram a apoiá-las de diversas maneiras, quando não a criar outras das quais participavam direta ou indiretamente (DANTAS, 2005). No cenário de atuação dessas instituições no Brasil, foi-se consolidando também o crédito para fins de produção (e não consumo) e orientado. Essa orientação funciona tanto como um serviço prestado aos tomadores como a viabilização de alguma garantia aos emprestadores. Na falta das garantias reais, alienação de bens e avalistas, estes contam com o trabalho do agente de crédito que avalia o perfil do cliente e a viabilidade do negócio.

No geral, tem-se, portanto, no Brasil a atuação no microcrédito de bancos públicos (os bancos privados tendo, via de regra, limitações para lidar com este). De fato, essa situação tem mudado, ainda que vagarosamente, desde que o governo Lula em 2003 aprovou exigência de aplicação de 2% dos depósitos à vista nessa modalidade de crédito (voltaremos a isso na seção 2 acerca da oferta de microcrédito hoje no Brasil e de instituições repassadoras de recursos oriundos de fontes públicas, privadas e mesmo de ajuda internacional). Essas instituições não bancárias são assim bastante dependentes, pois não dispõem do principal atributo dos bancos, que podem usar sua captação direta do público para multiplicar recursos (o que ocorre quando se fideliza depositantes e se conhece seus *timings* de retiradas, pois permite a realização de empréstimos, que criam depósitos, que criam novos empréstimos, e assim sucessivamente). Para organizar e fortalecer sua atuação, essas instituições, em suas novas formulações legais, criaram em 2001 a Associação Brasileira de Entidades Operadoras de Microcrédito e Microfinanças (Abcred), cujo papel tem sido de representação, mas também de formulação de políticas para a expansão e consolidação do microcrédito no país. Sua atuação foi importante para o desenho da modalidade de microcrédito produtivo orientado, distinto dos demais produtos de microfinanças para populares.

Nos anos 2000, toda uma série de definições foi alcançada a partir dos debates sobre o que já vinha sendo estabelecido. A mais importante delas é a normatização via Banco Central e Conselho Monetário Nacional sobre a ampla gama de instituições operantes institucionalizando-as nas formas de sociedades de crédito ao microempreendedor (SCM) e organizações da sociedade civil de interesse público (Oscip), que não seriam (nem poderiam usar o nome) bancos<sup>7</sup>, não poderiam ter atuação nacional e nem participação estatal no seu capital (COSTA, 2010). Foi então criado o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo e Orientado (PNMPO), o que correspondia, na prática, a uma divisão de mercados na qual o trabalho que vinha sendo feito por essas instituições, basicamente o crédito com orientação, seria distinguido do microcrédito de uso livre que ficaria a cargo dos bancos e cooperativas de crédito. Importa salientar ainda que o governo instituiu a obrigatoriedade aos bancos de aplicarem 2% dos seus depósitos à vista em linhas para o microcrédito<sup>8</sup>. Ocorre que as diferenças de origem dos recursos e metodologias de trabalho das instituições – bancárias e não bancárias – por vezes podem dificultar a sobrevivência dos programas de microcrédito em ambas. Assim é que o diferencial de taxas de juros – no início do PNMPO, 4% ao mês nas SCMs e Oscips (considerada alta, mas necessária

7. Há que se ressaltar que bancos do povo como nome fantasia existem vários.

8. Os bancos privados, contudo, durante anos preferiram cumprir a pena pelo descumprimento da norma – que é a de manter os recursos não aplicados como depósitos obrigatórios não remunerados no Banco Central – do que emprestar.

para custear a cara metodologia de acesso, seleção e orientação e mais os custos de repasses de recursos), e 2% ao mês em bancos como a CEF e o BB (nos empréstimos voltados ao consumo) – por vezes inviabiliza a própria existência de SCMs e Oscips em mercados de grandes centros urbanos principalmente (onde é mais difícil o contato diário com as comunidades e a constituição de grupos de aval solidário). Ao mesmo tempo, a desatenção para com a importância do nome limpo nos cadastros do SPC e Serasa, que ocorre nos bancos, bem como a menor impessoalidade em geral, acaba por elevar a inadimplência nestes, o que pode levar à descontinuidade do oferecimento. Além disso, os agentes de crédito das instituições não bancárias têm custo salarial menor que funcionários de carreiras dos bancos (fora diferenças de perfil e treinamento), fazendo com que estes acabem por descumprir ou cumprir parcialmente a norma de aplicação dos recursos<sup>9</sup>.

Nos anos recentes houve alterações nos limites a serem emprestados, nas taxas de juros e nas taxas de abertura de crédito, tudo isso visando expandir o alcance do PNMPO. O BNDES chegou a tornar um produto regular seus aportes para as instituições. Os bancos públicos, como o BB e a CEF, criaram empresas subsidiárias para lidar com o tema, e alguns bancos privados fizeram associações com instituições existentes ou criaram as suas próprias. Ainda assim, o microcrédito no país não soma mais que 0,2% do valor e 0,4% das operações do Sistema Financeiro Nacional como um todo (BCB, 2014). O que significa que o microcrédito ainda não se universalizou de fato, se concentrando em certas regiões e em certas instituições (caso do BNB no Nordeste), os bancos privados e as cooperativas de crédito ainda pouco participam, e as Oscips e SCMs, mais experientes, são pouco autossuficientes (CARNEIRO, 2007). Contudo, alguns analistas (ARAÚJO; LIMA, 2014) já antecipam que se pode esperar uma nova configuração do microcrédito para os próximos anos devido a três fatores: i) inovações institucionais; ii) ampliação da atuação do setor bancário privado; iii) mudanças econômicas representadas por novas atividades, e relacionadas com novas tecnologias informáticas, particularmente a Internet.

### 3. O Microcrédito e a Economia Criativa

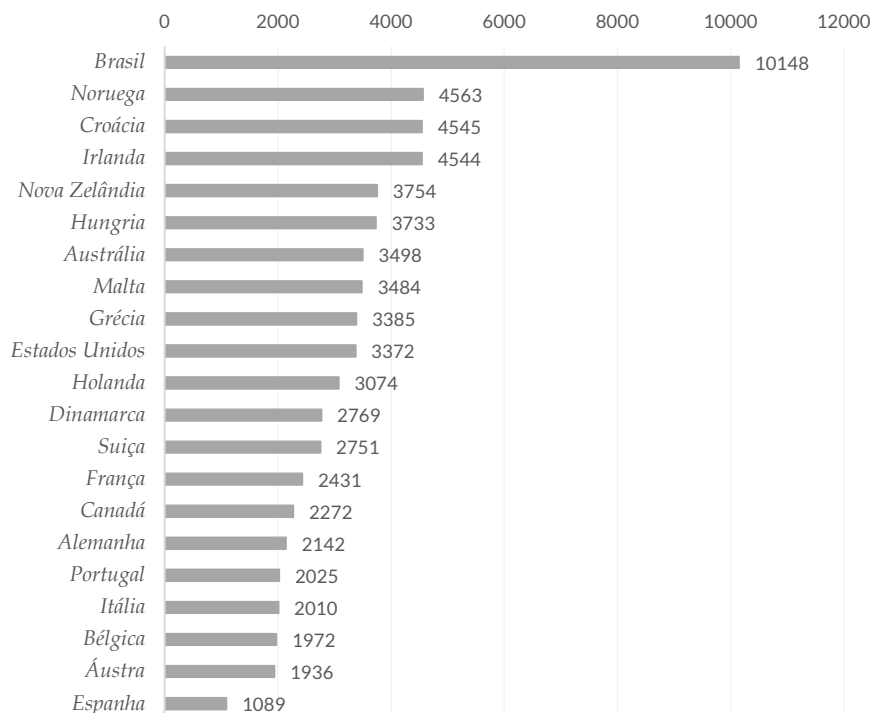
O volume de crédito no Brasil é historicamente baixo comparado a economias capitalistas desenvolvidas, cuja parcela costuma ficar próxima ou mesmo acima de seus PIBs. No Brasil, apenas recentemente, o volume de crédito concedido superou os 50% do PIB (ANEFAC, 2013). O sistema de crédito montado no Brasil atende, assim, a uma pequena parte das demandas existentes, sendo que coube historicamente aos bancos públicos o crédito de mais longo prazo a taxas subsidiadas, enquanto ficava a cargo dos bancos privados o crédito de curto prazo e com altos *spreads* bancários. Tudo se passa de modo a poder ser resumido na seguinte fórmula: poucos e grandes bancos atendem poucos cidadãos ricos. Como ilustrado no Gráfico 1 por Márcio Pochmann, em Cacciamali, Matos e Macambira (2014), ainda hoje a parcela da população que tem acesso à rede bancária é das menores do mundo capitalista desenvolvido.

---

9. Grande parte do sucesso do BNB é explicado em parte pela contratação de agentes de crédito de fora dos bancos, via um instituto criado para isso, o Inec, pela sua fidelidade ao aval solidário. Para se ter uma ideia, em 2010, 94% das operações contratadas pelo Crediamigo foram garantidas por grupos solidários.



**Gráfico 1 – Indicador de Acesso Bancário em Países Selecionados em 2005 (Quantidade Média de Pessoas por Agência)**



Fonte: Cacciamali, M. C; Matos, F; Macambira, J (2014).

Podemos acrescentar, ainda, que os que acessam o crédito moram nas regiões mais ricas do país, nos maiores centros urbanos (FREITAS; PAULA, 2009) e, conhecidas as exigências de garantias que o sistema exige, são os que mais têm bens (legalmente titulados) e dinheiro; caracterizando o que os profissionais da economia chamam de exclusão bancária. Essa exclusão de grande parte da população concentrada nas regiões de menor dinamismo econômico tem originado muitos estudos nos anos recentes (CROCCO; SANTOS; FIGUEIREDO, 2013), em geral apontando o seu papel de causa, mais que de consequência, daquela falta de dinamismo. Pode-se pensar, contudo, que, nos anos recentes, tenha havido um crescimento do acesso aos serviços financeiros por parte das populações excluídas, uma vez que o número de cidadãos com acesso a conta bancária, de 2001 a 2007, teve um aumento de 57,5%, e o número de contas poupança tenha crescido 39%.

Se pensarmos que as camadas excluídas do sistema financeiro tradicional são potenciais tomadores de microcrédito, uma vez que são empreendedores forçados, os números da população potencial tomadora de microcrédito são muito grandes. No início dos 2000 havia quase 14 milhões de pequenas unidades produtivas no Brasil, a grande maioria delas formada por trabalhadores por conta própria. Já segundo a

última edição da Pesquisa sobre Economia Informal (ECINF, 2003)<sup>10</sup>, que compõe a sua amostra com os setores (informais) com atividade não agrícola, das 9.399.153 pessoas que se declaram trabalhadores por conta própria, 1.467.407 não realizam nenhuma transação bancária (em torno de 15%). Nesse mesmo universo, os que tomaram empréstimos pra iniciar o negócio não passam de 1,7%.

Pesquisa recentemente lançada pela UnB (2015) faz uma previsão de demanda potencial para o microcrédito a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad) limitados pelos valores limites do PNMPO (R\$120 mil ano), o que resulta num total de 21.873.189 indivíduos. 85,7% destes sendo trabalhadores por conta própria, e 80,9% destes, pertencentes a áreas urbanas. Pode-se pensar a partir daí num universo potencial para o microcrédito urbano envolvendo algo em torno de 17 milhões de pessoas.

Um dado interessante da pesquisa da UnB é que, para aferir com mais precisão o público potencial do PNMPO, ela separa os dados da Pnad em dois grupos, os 50% mais ricos e os 50% mais pobres dentro da população dos empreendedores, e, assim, ela pode tecer algumas descrições importantes. Por exemplo, podemos saber que a renda média dos empreendedores do grupo mais pobre situava-se próxima do salário mínimo de 2012 (R\$622,00), ou que nesse grupo, mesmo sendo baixo o nível de escolaridade (em média no ensino fundamental incompleto), ainda assim 37,9% dos homens e 59,4% das mulheres tenham ingressado ao menos no ensino superior (UNB, 2015, p. 2). Essa informação é relevante para pensarmos alguma ação dirigida ao público da economia criativa, que, em tese, deve ter algum acesso a conhecimentos mais sofisticados.

Em vez de tomarmos a demanda potencial, pode-se observar a atendida até aqui. Quando a observamos e atentamos ainda para o perfil dos tomadores, podemos identificar nos dados do MTE para 2014, conforme a Tabela 1, que entre estes há a seguinte divisão por gênero:

*Tabela 1 – Clientes do PNMPO por gênero no ano de 2014*

GÊNERO	CLIENTES ATIVOS EM 31/12		CLIENTES ATENDIDOS		VALOR CONCEDIDO	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Valor	Porcentagem
MULHER	2.191.311	61,31%	3.513.501	63,92%	7.043.538.809,53	61,11%
HOMEM	1.382.653	38,69%	1.983.463	36,08%	4.482.106.906,88	38,89%
TOTAL	3.573.964	100,00%	5.796.964	100,00%	11.525.645.716,41	100,00%

*Fonte: Elaboração própria.*

De fato, do total de clientes atendidos em 2014, 63,92% foram mulheres, as quais receberam o valor de R\$ 7,043 bilhões (61,11% do total). De acordo com os relatórios anteriores do Ministério do Trabalho e Emprego, em 2012 foram 2.522.646 mulheres

10. “Ecinf é uma pesquisa por amostra de domicílios, situados em áreas urbanas, onde se busca identificar os trabalhadores por conta própria e empregadores com até cinco empregados em pelo menos uma situação de trabalho. Estes indivíduos, proprietários de unidades econômicas pertencentes ao âmbito da economia informal, devem prestar informações detalhadas sobre as características de organização e funcionamento de seus empreendimentos” (ECINF, 2003).

atendidas (63,81% do total), cujo valor de microcrédito recebido foi de R\$ 3,976 bilhões (61,14% do total). Já em 2013 foram 3.288.322 mulheres atendidas (62,99% do total), com um volume de microcrédito concedido de R\$ 5,732 bilhões (60,96% do total). Portanto, entre 2013 e 2014 houve um crescimento de 6,84% no número de mulheres atendidas no PNMPO e uma expansão de 22,87% no volume total concedido às mulheres.

Já atentando para a situação jurídica, do total de clientes atendidos em 2014, mais de 95% são informais, enquanto apenas 5% são formais. Em geral são pessoas físicas das classes D e E que possuem pequenos negócios. Quanto à distribuição por ramo de atividade, conforme a tabela do MTE abaixo, 74,25% dos clientes atendidos no último trimestre de 2014 eram do comércio (com ampla distância com relação aos ramos da agricultura, indústria e serviços). No agregado de 2014, tem-se o mesmo domínio do comércio, com 68,36% dos clientes atendidos.

**Tabela 2 – Clientes do PNMPO por Ramos de Atividade (4º Trimestre de 2014)**

RAMO DE ATIVIDADE	CLIENTES ATIVOS EM 31/12/2014		CLIENTES ATENDIDOS NO 4º TRIMESTRE DE 2014		VALOR CONCEDIDO (EM R\$)	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Valor	Porcentagem
AGRICULTURA	12.241	0,34%	2.356	0,17%	11.819.087,04	0,37%
COMÉRCIO	1.915.111	53,59%	1.044.981	74,24%	2.091.879.531,34	66,24%
INDÚSTRIA	64.141	1,79%	25.520	1,81%	69.197.051,40	2,19%
SERVIÇOS	231.516	6,48%	88.342	6,28%	273.279.831,03	8,65%
OUTROS	1.350.955	37,80%	246.282	17,50%	711.626.368,23	22,54%
<b>TOTAL</b>	<b>3.573.964</b>	<b>100%</b>	<b>1.407.481</b>	<b>100,00%</b>	<b>3.157.801.869,04</b>	<b>100,00%</b>

*Fonte: Relatório Gerencial do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado do 2º trimestre de 2014.*

Quanto à finalidade do crédito, no último trimestre de 2014, cerca de 90% dos clientes demandaram o microcrédito para capital de giro, enquanto apenas 7,70% demandaram para investimento, representando percentuais semelhantes aos observados durante todo o ano de 2014.

Voltando aos números potenciais, mas agora tentando uma maior aproximação com o que seria o público da economia criativa, um dos maiores problemas que devemos enfrentar para a focalização desse público dentro do PNMPO é o fato de que grande parte deste, entre os de mais baixa renda e que enfrenta maiores dificuldades para acessar o sistema de crédito tradicional, está dentro das camadas ditas na informalidade, onde a ausência de informação mais detalhada regular sobre a natureza das atividades da população é maior.

Nesse caso, como já comentado, a importância da pesquisa Ecinf (2003) é grande, mesmo que já algo antiga, seja porque retrata uma realidade estrutural (ou seja, o quadro não se alterou tanto assim nos últimos anos), seja por focar todo o país<sup>11</sup>,

11. A amostra foi construída a partir da seleção estatisticamente relevante para cada uma das Unidades da Federação e, também, para as Regiões Metropolitanas de Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, e Goiânia.

os segmentos urbanos, por retirar da amostra os empregados domésticos e, por fim, por perguntar aos entrevistados quais as atividades que estes desenvolvem no setor informal<sup>12</sup>. Na Tabela 3, podem-se ver os resultados da pesquisa referida.

*Tabela 3 – Empresas do setor informal, por número de pessoas ocupadas, segundo os grupos de atividade e o tipo de empresa – Brasil, 2003 (Continua)*

GRUPOS DE ATIVIDADES E TIPO DE EMPRESA	EMPRESAS DO SETOR INFORMAL						
	TOTAL	NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS					
		1	2	3	4	5	MELH DA 5
<b>TOTAL</b>	<b>10 335 962</b>	<b>8 281 263</b>	<b>1 264 095</b>	<b>400 267</b>	<b>208 153</b>	<b>103 985</b>	<b>78 199</b>
Indústrias de Transformação e Extrativa	1 630 560	1 295 130	198 716	61 271	36 415	23 882	15 167
Construção Civil	1 808 840	1 611 579	140 445	31 629	10 413	6 265	8 509
Comércio e Reparação	3 403 804	2 577 104	494 749	169 691	96 244	35 577	30 439
Serviços de Alojamento a Alimentação	719 107	474 532	150 389	52 652	25 179	10 063	6 293
Transporte, Armazenagem e Comunicações	831 421	756 041	53 148	11 920	4 878	3 382	2 052
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados as Empresas	655 457	501 284	89 227	31 449	16 270	11 336	5 902
Educação, Saúde e Serviços Sociais	341 135	237 530	63 681	18 396	6 754	8 977	5 797
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	823 751	718 846	65 709	19 580	11 520	4 429	3 668
Outras Atividades	34 036	27 758	4 059	1 343	428	74	373
Atividades mal definidas	87 821	81 457	3 972	2 337	54	-	•
<b>CONTA PRÓPRIA</b>	<b>9 096 912</b>	<b>8 281 263</b>	<b>671 990</b>	<b>96 919</b>	<b>37 035</b>	<b>6 554</b>	<b>3 152</b>
Indústrias de Transformação e Extrativa	1 441 103	1 295 130	118 353	18 517	7 361	1 505	238
Construção Civil	1 638 037	1 611 579	24 307	2 016	135	-	•
Comércio e Reparação	2 950 813	2 577 104	304 048	44 592	20 022	3 310	1 736
Serviços de Alojamento a Alimentação	607 332	474 532	108 860	17 221	5 774	574	340
Transporte, Armazenagem e Comunicações	776 774	756 041	18 513	1 091	1 117	11	•
Atividades Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados as Empresas	551 585	501 284	42 229	6 126	1 283	155	SOS
Educação, Saúde e Serviços Sociais	252 017	237 530	11 033	2 639	153	632	31

12. O detalhamento dessas atividades só vai até onde permite a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), mas é esta a única fonte desse tipo de informação. Trata-se de fato de uma adaptação da CNAE chamada CNAE-Domiciliar, que é uma adaptação da CNAE utilizada em empresas para os domicílios. "A CNAE-Domiciliar que equivale à CNAE nos níveis mais agregados – seção e divisão, com exceção das divisões do comércio em que não se distinguem o varejo e atacado – reagrupa classes onde o detalhamento foi considerado inadequado para as pesquisas domiciliares e desagrega algumas atividades de serviços que têm nessas pesquisas sua única fonte de cobertura" (ECINF, 2003).

*Tabela 3 – Empresas do setor informal, por número de pessoas ocupadas, segundo os grupos de atividade e o tipo de empresa – Brasil, 2003 (Conclusão)*

GRUPOS DE ATIVIDADES E TIPO DE EMPRESA	EMPRESAS DO SETOR INFORMAL						
	TOTAL	NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS					
		1	2	3	4	5	MEL DA 5
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	762 815	718 846	39 835	2 279	1 191	366	298
Outras Atividades	29 658	27 759	1787	111	-	-	•
Atividades mal definidas	86 807	81 457	3024	2 326	•	-	*
<b>EMPREGADOR</b>	<b>12 39 050</b>		<b>592 105</b>	<b>303 348</b>	<b>171 118</b>	<b>97 431</b>	<b>75 048</b>
Indústrias de Transformação e Extrativa	189 477		80 363	42 754	29 054	22 377	14 929
Construção Civil	170 933		116 138	29612	10 278	6 265	8 509
Comércio e Reparação	452 991		190 700	125 099	76 222	32 267	28 702
Serviços de Alojamento a Alimentação	111 805		41 529	35 431	19 405	9488	5952
Transporte, Armazenagem e Comunicações	54 647		34 635	10828	3 761	3 371	2052
Atividades Imobiliárias. Aluguéis e Serviços Prestados as Empresas	103 882		46998	25323	14 987	11 181	5394
Educação, Saúde e Serviços Sociais	89 118		52 648	15757	6 601	8 345	5 766
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais	60 936		25 873	17 301	10 329	4 063	3 370
Outras Atividades	4 378		2 272	1231	428	74	373
Atividades mal definidas	1014		949	11	54	•	•

Fonte: Ecinf (2003).

Assim, se tomarmos na Tabela 3 os itens outras atividades e atividades mal definidas, podemos imaginar, por exclusão, que devem estar aí uma série de atividades (como artesanato, moda, música, marcenaria etc.) que compõe a economia criativa das camadas mais populares e com difícil acesso ao crédito dentro do sistema financeiro tradicional. Pode-se observar que, somando os números de empreendimentos das duas alíneas finais da tabela, temos quase 122 mil empreendimentos (note-se que mais de 109 mil com apenas um empregado) nas atividades que podemos considerar próximas da economia criativa.

Uma pesquisa interessante para nos aproximar do público potencial da economia criativa, agora dentro do setor formal da economia nacional, é o Panorama da Economia Criativa no Brasil feito por Oliveira, Araújo e Silva (2013), em que há toda uma contabilização de pessoal empregado (diretamente e de apoio) formalmente nos setores ditos de economia criativa que somam 575.000 pessoas, 1,89% do total dos trabalhadores formais, para o ano de 2010. Já Caiado (2011), baseando-se nos dados de ocupação da Rais-MTE, calcula que dos 41 milhões de vínculos formais registrados em 2009, 1,3 milhão referem-se a profissionais exercendo ocupações criativas (3,2% do total); e em relação ao número de trabalhadores formais vinculados a atividades criativas um total de 753.178 pessoas.

Contudo, dadas as especificidades do microcrédito e também a própria estrutura econômica brasileira, o público informal é aqui o que mais importa. Na pesquisa do Ipea citada acima (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013), somando-se os ocupados, formal e informalmente, chega-se a um número próximo de 4 milhões de trabalhadores (para o ano de 2009). Tomando esses números, das pesquisas do Ipea e de Caiado, mesmo para anos distintos e dados os problemas metodológicos, podemos pensar que algo em torno de 2,5 milhões de pessoas no mercado informal brasileiro estão envolvidos com ocupações criativas.

Outra pesquisa a ser notada é a Pesquisa de Informações Básicas Municipais – Perfil dos Municípios Brasileiro: Cultura de 2006 do IBGE (IBGE, 2006). Ali, se não se identificam ou se quantificam pessoas envolvidas, podemos identificar os municípios com maior demanda potencial naqueles com maior variedade de atividades criativas. Esse tipo de informação pode ser relevante, por exemplo, para a escolha de localidades para a realização de projetos piloto; além disso, informações do tipo que municípios têm o que são importantes para desenhar conteúdos dentro de processos de treinamento de agentes de microcrédito.

Há ainda cadastros de profissionais de algumas atividades importantes dentro do rol da economia criativa que perfazem grandes grupos populacionais, como é o caso dos artesãos, que podem ser de grande interesse para o desenvolvimento de ações de microcrédito. O grupo dos artesãos nos chama a atenção por dois motivos principais. O primeiro é que nos estudos já iniciados no âmbito do Projeto MinC/CEGOV no macroeixo sobre os arranjos produtivos locais que envolvem economia criativa, os APLs urbanos metropolitanos e urbanos não metropolitanos moda e artesanato, somam 13 e 5, respectivamente, dos 27 APLs. O segundo é o cadastramento dos artesãos brasileiros feito pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (SMPE). Sobre este vamos tecer alguns comentários que consideramos importantes, pois pode significar fonte qualificada para o estabelecimento de futuras demandas.

Trata-se do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), criado em 1995 dentro da Secretaria de Comércio e Serviços do MDIC, mas desde 2013 gerido pelo Núcleo de Apoio ao Artesanato dentro da SMPE. O programa é desenvolvido junto a coordenações estaduais do artesanato, presentes em cada uma das 27 unidades da federação, as quais executam as atividades de desenvolvimento do setor. Essas coordenações estaduais trabalharam em conjunto para a elaboração da Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, publicada em 2012, a partir de estudos realizados entre 2006 e 2010, definindo conceitos, tipologias, formas de organização, produtos, entre outras informações visando à padronização e à utilização de uma terminologia única para os processos da produção artesanal, estabelecendo assim parâmetros para atuação do PAB.

Sistema de Informações Cadastrais do MinC tem um mapeamento do setor e núcleo para capacitação, e as próprias carteiras emitidas aos artesãos podem facilitar o trabalho de agentes de crédito para localização e seleção de candidatos<sup>13</sup>. Segundo o site da SMPE, o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB), que possibilita o cadastramento (de artesãos, trabalhadores manuais, entidades, e núcleos) e a emissão da Carteira Nacional de Artesão, mostra que para o primeiro

13. Segundo site da SMPE nos parece que ainda não há maiores articulações com o sistema de crédito, uma vez que as atividades fomentadas dizem respeito à participação em feiras (nacionais e internacionais), em oficinas e cursos de artesanato, e, em alguns estados, o acesso a incentivos fiscais não consta, ao menos diretamente, o acesso ao crédito

semestre de 2014 já haviam se cadastrado mais de 96 mil artesãos e trabalhadores manuais, com vistas a dobrar devido aos mutirões realizados desde então. É interessante ainda que, além das informações quantitativas, o sistema permite o mapeamento de setores e uma certificação quanto à natureza da atividade daquele que pode ser nosso potencial tomador, dado que a carteira nacional requer, além da apresentação de documentos e fotos, a execução de um trabalho na presença de técnicos. Para terminar esta seção, e justo após falarmos do cadastro dos artesãos, insistimos para a importância da realização do cadastramento dos pontos de cultura como ferramenta fundamental para o trabalho que vamos desenvolver de construção de uma proposta para a oferta de microcrédito para os empreendimentos da economia criativa, uma vez que esse público não conta com nada parecido como o que o Sicab faz.

## ***4. Propostas Fomentadoras de Microcrédito para Empreendimentos Culturais***

Na presente seção serão apresentadas duas propostas que buscam expandir os horizontes do microcrédito e da sua relação com a economia criativa. As propostas apresentadas a seguir são duas: a primeira consiste em uma utilização estratégica de agentes de crédito especializados em economia criativa, enquanto a segunda consiste na criação de um fundo de aval para empreendimentos criativos a partir do Fundo Nacional de Cultura.

### ***4.1. Treinamento de agentes de crédito especializados em economia da cultura e economia criativa***

No Brasil, diversos tipos de instituições operam microcrédito – agências de fomento, bancos, cooperativas de crédito, e organizações da sociedade civil de interesse público (Oscip) (operadoras diretas de créditos do BNDES, por exemplo), e Sociedade de Crédito ao Microempreendedor e à Empresa de Pequeno Porte (SCM)<sup>14</sup>. Contudo, o que mais importa é que dentro desse universo há uma enorme concentração no volume e valor das operações realizadas, sendo mais de 80% do valor da carteira concedido por três bancos públicos. A tentativa de trazer os bancos comerciais via exigibilidade de aplicação em aplicações de microcrédito de 2% dos recursos oriundos dos depósitos à vista por eles captados ainda não surtiu efeito significativo.

Destaca-se também que a destinação majoritária do microcrédito é para pessoas físicas, especialmente aquelas com renda de até um salário mínimo; a concentração da carteira, no que concerne a valor, é maior na região Nordeste (essa região equipara-se à Sudeste em quantidade de operações e de clientes); a inadimplência da pessoa jurídica é maior que a da pessoa física em todas as regiões, exceto na Sul; o comprometimento de renda dos tomadores de microcrédito é maior que a média do

14. O número de instituições cadastradas no PNMPO é bem maior que as que, em 2015, foram objeto das operações com o BNDES, principal fonte de recursos de empréstimo. Nesse ano, entre instituições no 1º piso (contato direto com o público), havia 33 (3 agências de desenvolvimento/fomento, 3 bancos de desenvolvimento, 5 cooperativas de crédito, 2 SCMs, e 20 Oscips), e no 2º piso (repassadoras) havia 8 (3 agências de desenvolvimento/fomento, 1 banco de desenvolvimento, 2 cooperativas de crédito, 1 banco de cooperativa, e 1 banco comercial).

SFN, particularmente na primeira faixa de renda (até três salários mínimos); apesar da baixa representatividade do microcrédito no conjunto do sistema financeiro, os dados mostram que os tomadores de crédito possuem o perfil que se espera do público-alvo desse tipo de operação.

É notável também que grande parte do sucesso das instituições de microcrédito deve-se a uma metodologia comum baseada em: concessão de valores baixos e crescentes, pagamentos parcelados regulares e o trabalho de busca de clientes e, em muitos casos, de orientação do crédito, realizado por agentes treinados<sup>15</sup>. Estes são os agentes de crédito (AC), que atuam junto às comunidades conquistando novos clientes e acompanhando os já conquistados até liquidação de seus empréstimos. São esses ACs que permitem que o tomador não precise ir aos bancos (o que, segundo estudos, é uma barreira inclusive psicológica) e obtenha um crédito menos burocratizado em que não se exigem garantias reais (bens) – uma vez que o trabalho do AC ao estabelecer um conhecimento empírico do negócio e dos laços sociais do tomador possibilita a constituição de uma garantia solidária (na prática, o empenho de um grupo de empreendedores que se comprometem a pagar, caso um ou mais membros desses grupos não o façam). Além disso, são responsáveis por realizar estudos e planilhas para controle de fluxos financeiros, e adequação destes às cobranças (via de regra, em curtos intervalos e de pequena monta). O cumprimento dessas tecnologias sociais garante um nível de inadimplência muito baixo (em média menor do que 3% da carteira ativa).

A profissão de AC passou a ser reconhecida a partir de 1º de janeiro de 2010 quando o Ministério do Trabalho fez publicar a inclusão da modalidade na CBO (Classificação Brasileira de Ocupações)<sup>16</sup>. Os salários do segmento são via de regra inferiores aos dos funcionários em contato com o público e os analistas de crédito nos bancos comerciais. Na página do Sine Nacional temos uma média salarial calculada em torno de R\$ 1.600,00.

Para refletirmos a respeito é bom pensar quão importante é para qualquer grande empresa capitalista saber, com o maior número de detalhes possível, quem é o seu cliente potencial. Ainda assim, as grandes empresas, bancos incluídos, devem esperar que o cliente venha até elas e não o oposto. Se o microcrédito é inovador, e bem-sucedido, é que se vai até o cliente e não se espera por ele. Entretanto, como vimos, os custos de deslocamento, os tempos de visitas de acompanhamento, encarecem o processo (a tal ponto de desinteressar bancos comerciais tradicionais). Aí que se coloca a importância da existência de um trabalho (ainda que sem custos) anterior de articulação socioeconômica, que é o que fazem os envolvidos com os arranjos e as incubadoras. Pensamos que ao oferecermos a diversas instituições de microcrédito, tanto esse público previamente conhecido, quanto o AC que o deverá buscar como cliente (proposta que detalharemos a seguir), muitas se interessarão por fazer parte do programa<sup>17</sup>.

15. O sucesso é relativo devido ao fato de que se trata de sucesso se se pensa no atendimento do público mais pobre e excluído do sistema financeiro, mas não necessariamente na saúde financeira ou no potencial de crescimento das instituições, dada a relação baixo valor das operações *vis a vis* o alto custo de realizá-las.

16. A CBO é o documento que reconhece, nomeia e descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro. A profissão foi incluída na família ocupacional: agentes, assistentes e auxiliares administrativos, código 4110, e ocupação 4110-50: agente de microcrédito, alcançando a sinonímia: agente de microfinanças; assessor de microcrédito; assessor de microfinanças; e coordenador de microcrédito.

17. Explicaremos na seção seguinte como se pode dar um benefício ou garantia adicional a essas instituições se pudermos usar recursos do FNC com a finalidade de fundos garantidores das operações.



#### 4.2. Disponibilização de recursos do FNC para construção de um fundo de aval

As dificuldades no acesso ao crédito, particularmente no que diz respeito ao fornecimento de garantias reais para o segmento das micro e pequenas empresas (e mais ainda se estas demandam valores acima dos R\$ 15.000 que limitam o microcrédito dentro do programa PNMPO) fizeram com que houvesse nos últimos anos uma mobilização muito grande por criar um sistema nacional de garantias composto por mecanismos que funcionam paralelamente às instituições de crédito: há as sociedades de garantias de crédito (SGC), os fundos garantidores ou fundos de aval (FA), e podem ser criados também programas de garantias (PG).

Em poucas palavras, os FAs são fundos que dispõe de recursos limitados e transitórios, cuja origem pode tanto ser programas públicos governamentais como não governamentais (fundações, ONGs, e organismos internacionais). Eles são administrados por conselhos constituídos para tanto em que têm assento seus fundadores e instituições que com eles operam. Os PGs são oriundos da ação direta de governos, em geral, por meio de agências de desenvolvimento e/ou bancos públicos. As SGs são privadas (ainda que possam contar com participação de governos) e prestam garantias complementares apenas a seus associados. Todos estes devem servir não para cobrir perdas dos emprestadores (como um seguro contra inadimplência que desobriga os tomadores de suas dívidas), mas para complementar as garantias apresentadas pelos tomadores aos emprestadores, diminuindo os riscos destes últimos.

No que diz respeito aos FAs, houve uma primeira leva deles nos anos 1990, criados a partir de recursos exclusivamente federais (União, único cotista), como o Fundo de Garantia para a Promoção da Competitividade (FGPC), e o Fundo de Aval para Geração de Emprego e Renda (Funproger), que geraram desinteresse dos agentes financeiros justo por sua natureza pública e pelos limites que disso advinham, tais como processo de decisão lento e burocrático, acompanhamento e prestação de informações sobre todas as fases das operações garantidas; temor pela falta de liquidez em caso de acionamento de honra, dados os sucessivos contingenciamentos orçamentários; e rigidez de processos de recuperação de crédito devido à necessidade de aprovação em cada caso pelo administrador do fundo (LANZ; PERUFO, 2013).

Todos estes podem atender ao público de empreendimentos culturais e criativos, na medida em que tais empreendimentos sejam tomadores das linhas de crédito disponíveis nas instituições financeiras conveniadas. Assim, nada impede que um músico, por exemplo, consiga se encaixar dentro das modalidades disponíveis, por exemplo, no Proger Urbano Setor Informal para pessoa física, dentro de uma de suas modalidades. Contudo, essas linhas de crédito não foram desenhadas pensando nesse público específico. De fato, já existem algumas poucas linhas de crédito visando esse público (como o Procult do BNDES, ou CrediBahia Cultural da Desenhahia) mas estas não estão cobertas por nenhum convênio com os fundos garantidores existentes. Há recortes existentes para usufruto dos FAs em operação que não os contempla, mesmo eles tendo um cunho político, digamos, no sentido mais social (como no caso do Proger)<sup>18</sup>, ou político no sentido mais econômico (como no caso do Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas)<sup>19</sup>.

18. Enfatizam o apoio a setores intensivos em mão de obra e prioritários das políticas governamentais de desenvolvimento, além dos programas destinados a atender a necessidades de investimento em setores específicos, objetivando aumentar a oferta de postos de trabalho e a geração e manutenção da renda do trabalhador.

19. Nesse caso os programas de crédito que se conveniam ao Fampe são os que enfatizam produção e comercialização de bens para o mercado externo, na fase de pré-em-

Desse modo, fica claro que o ideal para resolver o problema das garantias (em se pensando em créditos maiores que os do microcrédito) para os segmentos culturais e criativos seria que fosse criado um FA próprio que estimulasse, por sua vez, os bancos a criarem linhas voltadas ao financiamento cultural em que pudessem contar com o fornecimento de garantias complementares.

Há ainda a possibilidade de, em vez de criar-se um fundo de aval, se criar um PG, ou ainda a de estimular os empreendedores para que criem SGCs próprias. Por mais que os PGs gerem desconfiança, e as SGCs demandem muita articulação prévia.

Ao fim e ao cabo, existindo muitos obstáculos e muita morosidade para se criar e fazer aprovar uma lei, há que se pensar se os recursos a serem disponibilizados não poderiam fazer parte de um PG em que pudessemos aportá-los diretamente a bancos e agências de fomento que consideremos estratégicas para o atendimento da demanda dos empreendimentos culturais e criativos. Mesmo a proposta de criação de uma SGC poderia ser pensada, uma vez que estudos comparativos mostram que estas têm vantagens interessantes em relação aos FAs, principalmente se a ideia é que os bancos operem efetivamente com essas formas adicionais de garantia. Importante comentar ainda que desde que o Sebrae criou em 2008 um programa para implantação de mais SGCs no Brasil, somam-se em 2015 7 em operação, 5 em fase pré-operacional, e 7 novas iniciativas.

## 5. *Considerações Finais*

A importância do dinheiro e do crédito para o desenvolvimento capitalista é universalmente conhecida mesmo fora da academia. A maior monetização viabiliza, em larga escala, a produção voltada para mercados cada vez maiores e mais distantes. Os bancos multiplicam a moeda em circulação através de seus comprovantes de depósitos e ao se tornarem fornecedores de crédito criam poder de compra do nada viabilizando a riqueza futura que o redimirá. Os grandes capitais necessários aos grandes investimentos só puderam ser reunidos com a junção do capital industrial e o bancário no século XIX. O século XX só fez aprofundar esses laços, promovendo, para além da centralização de capitais dirigidas pelos bancos, uma superconcentração em que poucos e grandes conglomerados já não se distinguem por suas atividades, mas pelo volume de capital que controlam. Contudo, desde o início do capitalismo, o crédito democrático, viabilizador de pequenos e novos empreendedores, convive de modo, ora mais ora menos marginal, com o crédito concentrado. Em se tratando dos últimos 50 anos, iniciativas variadas, de organizações públicas governamentais e não governamentais, buscaram dar acesso ao crédito justo às populações excluídas do sistema financeiro tradicional, o que veio a se chamar microcrédito, não apenas por seus valores, mas por suas práticas não usuais (prazos, garantias, acompanhamento).

---

barque; financiamento destinado a desenvolvimento tecnológico e inovação. Os valores variam de R\$ 30 mil, para capital de giro puro, a R\$ 300 mil, para os financiamentos ligados à exportação e desenvolvimento tecnológico. Diga-se, de passagem, que mesmo não sendo a área cultural e criativa em geral um segmento privilegiado por esse fundo e pelos bancos que o contratam, nada impede que o MinC os procure levando os argumentos que se têm em mãos (por exemplo, de que esse segmento cresce mais rapidamente nas fases de recuperação econômica e decresce menos nas fases críticas, ou outro, como a articulação de muitos destes em arranjos produtivos locais, elemento este já favorecido pelo Sebrae etc.) de modo a se conseguir acordos para sua utilização.

Há que destacar que, a despeito dos avanços dos últimos anos em termos do maior alcance das operações e da diversificação das instituições que operam com microcrédito, incluindo recentemente inclusive alguns bancos privados, há muito caminho ainda por percorrer para a universalização do microcrédito no Brasil. Desde a implantação do PNMPO houve, como um todo, melhora dos indicadores de volumes emprestados e tomadores contemplados; contudo, apesar do programa permitir e regular diversas instituições, o seu maior e mais isolado caso de sucesso é ainda um banco público de desenvolvimento, operando numa única região e desde antes da criação do programa.

A questão das diversas instituições operantes no microcrédito merece também um destaque. Via de regra as instituições não financeiras são as que operam com garantias mais flexíveis (frequentemente reconhecendo na solidariedade intragrupos de tomadores uma forma de garantia inteiramente ou parcialmente suficiente). Contudo, essas mesmas instituições operam com altos custos (até porque devem tomar emprestado os recursos que irão emprestar, mais os custos da busca de tomadores, e seu acompanhamento/orientação) e baixa escala. Isso resulta em taxas de juros maiores para os tomadores, o que não é visto como empecilho maior por estes e ainda viabilizaria as instituições emprestadoras; mas isso quando não se tem a competição das instituições financeiras, ou bancos. O problema com a competição com os bancos é que estes têm baixo custo de captação (pois o fazem direto do público) e elevada escala. Para os tomadores, o problema é que têm regras mais rígidas quanto às garantias (mais ainda os privados que os públicos). Porém, o que se teme acima de tudo é que sua adesão ao microcrédito continue lenta e limitada além de instável, uma vez que, nos períodos de maior insegurança, justo os tomadores de mais baixa renda e menores possibilidades de garantias são os primeiros a serem recusados. Teme-se que, ao final, se afastem as instituições mais fiéis (mesmo que mais caras) para não deixar nada no lugar. A solução desse dilema, frequentemente lembrada pelas instituições não financeiras, é que elas sejam subsidiadas por recursos públicos para que enfrentem melhor essa concorrência. Por outro lado, tem-se assistido a parecerias entre bancos e instituições não financeiras, ou bancos criando subsidiárias similares a essas instituições para lidar especificamente com microcrédito; em ambos os casos, une-se a metodologia mais flexível das instituições não financeiras com a escala dos bancos.

Apresentaram-se algumas propostas para a condução dos programas de microcrédito no Brasil de forma que seja possível contornar pelo menos alguns dos gargalos existentes. Entende-se que, com um maior protagonismo de agentes de crédito especializados no trabalho junto a empreendimentos de economia criativa, os processos de concessão de crédito e acompanhamento da execução da verba, questão chave quando se trata de microcrédito, possam ser desempenhados de maneira mais qualificada. A construção de um fundo de aval a partir do Fundo Nacional de Cultura também é uma questão apresenta certa relevância na discussão. Frente à dificuldade dos empreendimentos criativos de muitas vezes conseguirem um financiamento de valores maiores, um fundo de aval ligado à verba do FNC poderia se apresentar como uma alternativa interessante, uma vez que viabilizaria maiores valores para o crédito projetos de empreendimentos criativos.

Esperamos ter contribuído para que os leitores possam ter uma ideia do que é hoje a oferta e a demanda de microcrédito no país (que não se aproximam pela mágica do mercado, mas pela melhor adequação das instituições que ofertam às dificuldades de quem demanda), mas também para que possam nos ajudar na continuidade da

reflexão acerca de como a economia criativa pode se inserir dentro do que existe, aproveitando oportunidades, informações, aportando por sua vez conhecimentos, recursos, realizando parcerias etc. até que o objetivo comum, da inserção produtiva, e se possível criativa e cidadã, de nossa gente mais carente, se dê.

## 6. Referências

ALVES, M. R.; NEDER, V. BNDES vai transferir R\$ 2,6 bi a bancos públicos. **Estado de São Paulo**, Rio de Janeiro, 11 set. 2014. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,bn-des-vai-transferir-r-2-6-bi-a-bancos-publicos-imp-,1558286>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

ALVES, S. D.; SOARES, M. **Democratização do crédito no Brasil e atuação do Banco Central**. Brasília: BCB, 2004. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/democrat.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2015.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EXECUTIVOS DE FINANÇAS, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE (ANEFAC). **Análise de dez anos do crédito no país**. São Paulo: Anefac, 2013. Disponível em: <<http://www.anefac.com.br/paginas.aspx?ID=658>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

ARAÚJO, T.; LIMA, L. Microcrédito, ontem e hoje. In: CACCIAMALI, M. C.; MATOS, F.; MACAMBIRA, J. (Orgs.). **A atividade e a política de microcrédito no Brasil**: visões sobre sua evolução e futuros desafios. Fortaleza: IDT, USP, 2014. p. 35-54.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB). **Estudo Especial Panorama do Microcrédito do Banco Central**. Brasília: BCB, 2014. Disponível em: <[https://www.bcb.gov.br/pec/apron/apres/Microcredito-EstudoEspecial\\_VI\\_Forum.pdf](https://www.bcb.gov.br/pec/apron/apres/Microcredito-EstudoEspecial_VI_Forum.pdf)>. Acesso em: 2 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. **Política Monetária e Operações de Crédito do SFN**. Brasília: BCB, 2017. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/notecon2-p.asp>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

CAIADO, A. **Economia Criativa na Cidade de São Paulo**: Diagnóstico e Potencialidade. São Paulo: Fundap, 2011. Disponível em: <[http://novo.fundap.sp.gov.br/arquivos/PDF/Livro\\_Economia\\_Criativa\\_NOVO.pdf](http://novo.fundap.sp.gov.br/arquivos/PDF/Livro_Economia_Criativa_NOVO.pdf)>. Acesso em: 15 jul. 2015.

CARNEIRO, M. **Técnicas e procedimentos para a auto-suficiência econômica de organizações não-governamentais**: um estudo de caso com organizações de microcrédito brasileiras. Ribeirão Preto: MTE, 2007. Disponível em: <[http://portal.mte.gov.br/data/files/FF8080812B62D40E012B6E21969D109E/aut0\\_suficiencia\\_economica\\_ongs\\_miicrocredito.pdf](http://portal.mte.gov.br/data/files/FF8080812B62D40E012B6E21969D109E/aut0_suficiencia_economica_ongs_miicrocredito.pdf)>. Acesso em: 17 jun. 2015.

CACCIAMALI, M. C.; MATOS, F.; MACAMBIRA, J. (Orgs.). **A atividade e a política de microcrédito no Brasil**: visões sobre sua evolução e futuros desafios. Fortaleza: IDT, USP, 2014.

COSTA, F. N. **Fases históricas do sistema bancário brasileiro**. Local: Campinas: Unicamp, 2010. Disponível em: <<https://fernandonogueiracosta.files.wordpress.com/2010/08/aula-1-fases-da-historia-bancaria-brasileira.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2015

CROCCO, M. I.; SANTOS, F.; FIGUEIREDO, A. Exclusão financeira no Brasil: uma análise regional exploratória. **Revista de Economia Política**, v. 33, n. 3, p. 505-526, jul./set. 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-31572013000300008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-31572013000300008&script=sci_arttext)>. Acesso em: 25 jul. 2015.

DANTAS, V. **A Tecnologia do microcrédito produtivo orientado**. Brasília: MTE, 2005. Disponível em: <[http://portal.mte.gov.br/data/files/FF8080812B62D40E-012B6E3DC83362AC/tecnologia\\_do\\_mcpo\\_fomatado.pdf](http://portal.mte.gov.br/data/files/FF8080812B62D40E-012B6E3DC83362AC/tecnologia_do_mcpo_fomatado.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2015.

ECINF. **Economia Informal Urbana**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003.

FORTE, C. M. J. **Estudo de caso comparativo entre programas de microcrédito na América Latina**: o impacto sócio-econômico nas mulheres das cidades de Bogotá e Recife. 2006. 242f. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) - USP, São Paulo, 2006.

FRANÇA FILHO, G. C.; JÚNIOR J. T.; RIGO A. S. Finanças solidárias por meio de bancos comunitários de desenvolvimento enquanto estratégia de reorganização de economias locais: lições do caso Banco Palmas. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 500-515 jul./set. 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072012000300013&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072012000300013&script=sci_arttext)>. Acesso em: 1 set. 2015.

FREIRE, M. V. **Moedas sociais**: contributo em prol de um marco legal e regulatório para as moedas sociais circulantes locais no Brasil. 2011. 374f. Tese (Doutorado em Direito) - UnB, Brasília, 2011.

FREITAS, A. P.; PAULA, L. F. Concentração regional do crédito e consolidação bancária no Brasil: uma análise pós-real. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEC, 37, 2009, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2009.

IBGE. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais**: Perfil dos Municípios Brasileiro: Cultura. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

LANZ, L. Q.; PERUFO, J. V. Risco de crédito e estimativa de alavancagem de um fundo de aval. **Revista do BNDES**, n. 40, p. 195-230, dez. 2013.

LAPENU C.; ZELLER M.; Distribution, growth, and performance of the microfinance institutions in Africa, Asia, and Latin America: a recente inventory. **Savings and Development**, v. 26, n. 1, p. 87-111, 2002.

LEDGEWOOD, J. **Sustainable Banking with the POOR**: Microfinance Handbook. Washington D.C: The World Bank, 1999.

MALKIN, E. Microfinance's Success Sets Off a Debate in Mexico. **New York Times**, Nova Iorque, 5 abr. 2008. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2008/04/05/business/worldbusiness/05micro.html?pagewanted=all&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2008/04/05/business/worldbusiness/05micro.html?pagewanted=all&_r=0)>. Acesso em: 7 fev. 2017.

OLIVEIRA, J.; ARAUJO, B.; SILVA, L. Panorama da Economia Criativa no Brasil. **Texto para discussão Ipea**. Brasília; Rio de Janeiro: Ipea, 2013. Disponível em: <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD\\_1880.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2015.

PACETE, L. G. A microaposta dos gigantes. **IstoÉ Dinheiro**, São Paulo, 22 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/financas/20150122/microaposta-dos-gigantes/224711.shtml>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

THE ECONOMIST. **Microscopio global sobre el entorno de negocios para las microfinanzas 2013**. Londres: The Economist, 2013. Disponível em: <<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=38098134>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

UNB. **Microcrédito Produtivo Orientado**: inovações de tecnologia social e aperfeiçoamento e política. Sumário executivo elaborado para distribuição no Seminário "A Política e a atividade de microcrédito como instrumentos de geração de trabalho e renda e inclusão produtiva". Brasília: UnB, 12 jun. 2015. (Mimeo)

ZICA, R.; MARTINS, H. Sistema de garantia de crédito para micro e pequenas empresas no Brasil: proposta de um modelo. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 1, p. 181-204, jan./fev. 2008.

# Comércio no Setor Criativo: Comparando Índia com China, Brasil e Reino Unido<sup>1</sup>

Abdul Shaban<sup>2</sup>  
Filip Vermeylen<sup>3</sup>

## 1. Introdução

Recentemente, indústrias criativas (IC) foram identificadas como um setor potencial para crescimento econômico sustentável. Falando genericamente, bens e serviços originados de uma especificidade da cultura ou do conhecimento são referidos como ICs na nova literatura de desenvolvimento (GALLOWAY; DUNLOP, 2007; UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013). É um termo amplo, e indústrias culturais são seu centro e um de seus subconjuntos (CAVES, 2002). O termo indústria cultural deve sua origem à Escola de Frankfurt, que nos anos 1930 e 1940 “denunciou mordazmente a comodificação da arte por prover uma legitimação ideológica das sociedades capitalistas” (UNESCO, 2013, p. 20). Entretanto, nos anos 1980, o rótulo negativo mudou, e com o neoliberalismo ascendendo, ela se tornou um importante setor para galvanizar crescimento econômico. Como “a cultura se tornou em uma *commodity* para consumo”, países almejam desenvolver suas marcas culturais específicas para divulgar produtos globalmente (KOCKEL, 2002, p. 8). Hoje, as ICs são defendidas como ferramenta para inclusão social e empoderamento (UNESCO, 2013). Elas são ligadas estreitamente com estilos de vida em rápida mudança no nível global. É uma realidade que a americanização e a hollywoodização das sociedades está derrubando as barreiras na Europa, África, Ásia, Austrália e América Latina. O consumo de alguns bens culturais americanizados, como música, cinema, TV, artes, e pinturas, também cria um comportamento de vício entre as pessoas (SCHULZE, 1999). Quanto mais eles consomem esses bens, mais eles os demandam. Isso, entre outros, normalmente reforça a dominação dos países que são líderes em produção e exportação de indústrias culturais, marginalizando o espaço para *players* pequenos e culturas marginais.

1. O presente capítulo trata-se de uma versão traduzida do conteúdo de Shaban e Vermeylen (2015). Os autores agradecem ao Conselho Indiano de Pesquisa em Ciências Sociais e à Organização Holandesa para Pesquisa Científica pelo apoio financeiro.

2. Doutor em Planejamento e Desenvolvimento pelo Instituto Indiano de Tecnologia, Bumbai. Professor no Instituto Tata de Ciências Sociais, Bumbai. E-mail: shaban@tissu.edu

3. Doutor em História pela Universidade de Columbia, Estados Unidos. Professor na Universidade Erasmus, Roterdã. E-mail: vermeylen@eshcc.eur.nl

A indústria cultural se relaciona com a produção cultural e consumo de artesanato, música, arte, literatura, moda, *design*, e indústrias midiáticas, como publicação, rádio, televisão, e cinema. Além destes, o termo ICs inclui “aqueles que dependem de inovação, inclusive muitos tipos de pesquisa e desenvolvimento de *software*” (UNESCO, 2013, p. 20). Não há definição e classificação única de indústrias criativas e culturais, e uma ampla gama de definições e classificações coexiste. Contudo, os modelos populares de classificação são aqueles da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad), da Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas (Unesco), da American for the Arts, do Tratado de Copyright da Organização Mundial para Propriedade Intelectual (Wipo), e do Departamento para Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido, além dos modelos de Círculo Concêntrico e Texto Simbólico (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

Nas últimas décadas, as economias desenvolvidas testemunharam uma mudança discernível na demanda em direção a bens e serviços diferenciados. Mais de 50% dos gastos dos consumidores são agora em produtos de ICs nos países do Grupo dos Sete (G-7) (RYAN, 2003).

*Durante o período fordista, desenvolvimento econômico e desenvolvimento cultural eram mais frequentemente opostos do que integrados. Desenvolvimento cultural significava criação e liberação, enquanto desenvolvimento econômico significava rotina, a reprodução de produtos padronizados (KEBIR; CREVOISIER, 2008, p. 54).*

Porém, agora esses são recursos de conhecimento (técnico-científico) e culturais que são considerados chave para o desenvolvimento. De fato, “o fenômeno de um negócio global dinâmico usando criatividade, conhecimento tradicional e propriedade intelectual para produzir bens e serviços com significado social e cultural aponta para a próxima grande ideia” (AHLUWALIA, 2006, p. 6). No presente, o crescimento econômico em um país é significativamente influenciado por seu nível de criatividade – isto é, talento, tecnologia, e tolerância (FLORIDA, 2002; MARTIN PROSPERITY INSTITUTE, 2011)<sup>4</sup>. As ICs também são chamadas de engrenagens do crescimento econômico (CISAC, 2014) e contribuem com uma parcela significativa do produto interno bruto (PIB) de países desenvolvidos. Por exemplo, esse setor contribui com aproximadamente 11% do PIB dos EUA, e aproximadamente 10% do PIB da Coreia do Sul (CISAC, 2014).

Internacionalmente, ICs foram identificadas como uma fonte de muita inovação e são vistas como forças motrizes da economia do conhecimento. Uma “criatividade adequadamente criada alimenta a cultura, constitui o ingrediente chave para criação de empregos, inovação e comércio, enquanto contribui para inclusão social, diversidade cultural e sustentabilidade ambiental” (UNCTAD, 2010, p. XIX). Apesar

4. O Instituto Martin de Prosperidade tentou criar o Índice Global de Criatividade. Seu relatório de 2010 define talento como um nível médio de conquistas educacionais e a porcentagem da força de trabalho na classe criativa. A classe criativa inclui trabalhadores em ciência e tecnologia, negócios e administração, saúde e educação, e artes, cultura e entretenimento. O nível de tecnologia é avaliado a partir de gastos em pesquisa e desenvolvimento (P&D), força de trabalho em P&D e inovações patenteadas, enquanto tolerância é mensurada por meio da abertura a minorias étnicas e raciais e gays e lésbicas (MARTIN PROSPERITY INSTITUTE, 2011).



de muito do foco até agora ter sido no mundo desenvolvido, um painel da Unctad (2004) reconheceu que as ICs podem desempenhar um papel ativo e importante no estímulo ao crescimento econômico no mundo em desenvolvimento. O setor cultural é agora visto como um “meio para o desenvolvimento econômico nos países do Sul, não apenas por seu potencial turístico, mas também porque indústrias culturais são vistas como fontes dinâmicas e importantes de crescimento econômico” (TOWSE, 2003, p. 12). Essa mudança representa um divisor de águas na forma como cultura e desenvolvimento são concebidos.

Há um intenso “debate sobre economias modernas e a relação entre cultura, criatividade e modelos de desenvolvimento local” (COOKE; LAZZARETTI, 2008, p. XIII). Foi argumentado que as ICs estão ajudando países desenvolvidos na regeneração de cidades e vilas desindustrializadas (LAVANGA, 2006; RUSSO et al, 2005). Em outras palavras, as ICs têm sido vistas como uma força regeneradora e um motor da regeneração urbana nos países desenvolvidos (FLORIDA, 2012; PRATT, 2008). O “debate caminha para a inferência de que a cultura é um volante possível do desenvolvimento econômico para cidades e lugares ricos em recursos culturais” (COOKE; LAZZARETTI, 2008, p. XIII). Evans (2005) afirma que “estamos adentrando um mundo diferente agora, um mundo onde as matérias-primas não são carvão e aço, mas informação, onde os produtos mais valiosos são ideias e significados, produzidos não por máquinas, mas imaginações”, e conjuntos particulares de habilidades herdadas de gerações anteriores.

*Tabela 1 – Taxa Anual Média de Crescimento (%) de Exportações e Importações de Bens Criativos, 2003-2012 (Continua)*

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.
Total	20.0	28.3	15.5	21.8	0.0	28.3	3.6	3.7	8.7	6.6
1 Artesanato	4.7	14.1	13.4	7.9	-2.9	28.5	-3.6	-0.5	4.9	1.7
1.1 Carpetes	2.7	11.9	12.3	6.9	-11.8	35.7	-5.4	-1.5	4.1	2.5
1.2 Celebração	16.7	40.9	10.9	1.5	-6.4	35.2	4.7	1.2	4.3	0.5
1.3 Papel	1.8	27.1	16.1	-22.0	22.3	-2.3	-6.9	-1.7	2.8	-2.1
1.4 Vime	-5.3	35.6	6.5	7.3	0.3	21.9	19.5	4.3	4.9	-0.4
1.5 Tecelagem	9.9	9.8	19.5	8.0	-1.9	31.7	-0.6	-2.6	5.7	3.0
1.6. Outros	10.8	21.7	10.2	5.7	8.8	16.7	-6.2	0.9	3.7	-0.7
2. Audiovisual	21.6	61.7	36.4	24.2	-4.4	54.4	1.1	3.7	14.3	12.1
2.1 Filme	3.7	-4.9	18.4	31.9	11.7	7.5	-10.3	-13.3	-8.7	-8.0
2.2 CDs, DVDs, fitas	23.1	65.0	36.4	24.2	-4.4	54.4	1.3	3.8	14.9	12.6
3 Design	23.1	35.6	15.0	18.5	-2.1	33.5	6.2	2.9	9.0	6.2
3.1 Arquitetura	36.7	2.3	-2.0	-22.1	-11.6	25.5	-6.5	-0.5	-0.4	-2.4
3.2 Moda	10.9	35.3	13.3	24.5	2.2	33.2	3.2	6.6	8.4	7.0
3.3 Vidro	-11.4	18.2	22.2	29.9	-2.0	24.7	-11.3	-5.8	4.2	-2.5
3.4 Interiores	13.5	28.7	14.8	13.3	-2.7	41.3	-2.4	0.5	5.8	3.7

**Tabela 1 – Taxa Anual Média de Crescimento (%) de Exportações e Importações de Bens Criativos, 2003-2012 (Conclusão)**

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.
3.5 Joias	27.6	39.1	31.3	28.3	1.3	31.7	12.0	3.2	15.7	11.0
3.6 Brinquedos	9.8	29.0	9.1	9.1	-4.1	30.4	2.4	2.3	5.6	4.5
4 Novas mídias	14.3	25.2	20.3	50.6	85.7	90.2	11.4	14.2	21.2	21.5
4.1 Mídia gravada	14.1	25.5	91.0	64.9	122.5	103.7	18.4	22.2	37.5	37.7
4.2 Videogames	20.5	34.8	10.3	23.6	2.5	59.4	5.9	11.1	12.3	13.0
5 Artes performáticas	23.4	27.4	11.2	20.9	-9.2	29.5	-2.6	-1.4	6.0	4.0
5.1 Instrumentos musicais	23.6	27.4	11.2	20.9	-9.3	29.5	-3.5	-1.4	6.2	4.1
5.2 Música impressa	-9.8	4.2	38.7	17.1	24.0	55.9	0.2	-1.4	0.3	-0.2
6 Publicação	14.1	10.9	17.8	14.9	-3.5	10.6	0.3	-2.1	1.4	1.3
6.1 Livros	16.8	7.4	15.9	8.9	2.0	15.4	1.9	1.7	3.0	3.2
6.2 Jornal	-2.7	11.6	12.9	6.0	-16.5	7.7	-2.8	-8.6	-0.7	-1.3
6.3. Outras impressões	9.6	14.3	22.5	26.7	-0.3	15.5	-2.2	-1.4	1.8	2.4
7 Artes Visuais	-6.8	34.4	15.8	20.9	22.3	26.1	3.0	7.8	7.2	4.9
7.1 Antiguidades	-9.5	84.7	-1.3	29.8	10.4	6.1	-4.9	-0.9	1.8	2.7
7.2 Pinturas	-9.0	41.5	31.0	35.9	26.6	49.2	4.5	10.3	6.9	7.3
7.3 Fotografia	-8.3	9.7	28.4	25.0	8.6	5.5	-4.1	4.4	1.4	2.7
7.4 Escultura	8.2	33.1	15.5	12.5	26.2	35.5	12.5	8.5	10.7	3.5

*Nota: Taxas de crescimento anual médio são definidas como o coeficiente b na função de tendência exponencial  $y=ae^{bt}$ , em que t é tempo.*

*Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).*

Hoje, países em desenvolvimento tendem a majoritariamente se engajar em produção em massa de bens e serviços idênticos demandados pela maioria de sua população. Essas *commodities*, junto com produtos primários, frequentemente também formam o grosso de suas exportações para países desenvolvidos. Essa produção em massa foi frequentemente tornada possível por máquinas e tecnologias importadas de países desenvolvidos, relegando, assim, as habilidades e o trabalho locais a uma posição secundária. Ainda, esses produtos têm baixos preços no mercado internacional. Isso resultou em grande desemprego e pobreza em massa nos setores tradicionais das economias em desenvolvimento. Na Índia, a maioria dos artesãos e artistas, que de outro modo teriam florescido, estão desempregados e constituem uma grande seção dos neopobres.

*A Índia é um país com mais de dez milhões de tecelões e um número igual, se não maior, de artesãos envolvidos em diversos artesanatos, desde porcelana até confecção de balaos, trabalho em pedra, vidro, produtos de papel e multifacetados itens utilitários feitos com materiais disponíveis localmente (JAITLEY, 2005).*

O desenvolvimento de um setor cultural poderia levar à criação de empregos e mais renda pela venda de bens e serviços e também promover turismo cultural (VERBANOVA, 2009). A nova economia, que promove produtos intensivos em cultura tem o potencial de prover novas oportunidades para trabalhadores até então na extremidade inferior em economias em desenvolvimento.

*Tabela 2 – Valor dos Bens Criativos Exportados (US\$ a preços correntes e taxa de câmbio atual em milhões)*

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012
TOTAL	4,34	25,84	38,18	151,18	772	917	14,52	23,08		
1 Artesanato	654	1,158	4,394	14,690	79	68	500	384		
1.1 Carpetes	487	750	424	1307	14	5	171	113		
1.2 Celebração	5	25	1,372	3,489	1	1	61	93		
1.3 Papel	9	10	13	21	0	0	4	24		
1.4 Vime	2	2	868	1,592	0	0	5	5		
1.5 Tecelagem	118	287	1,130	6,660	62	58	231	135		
1.6. Outros	33	83	587	1,619	2	4	27	14		
2. Audiovisual	111	619	194	1,473	11	10	1,156	1,190		
2.1 Filme	14	17	0	0	0	0	38	10		
2.2 CDs, DVDs, fitas	97	602	194	1,473	11	10	1,119	1,180		
3 Design	3,059	23,298	27,360	1,05,468	632	636	4,607	8,640		
3.1 Arquitetura	0	1	9	13	0	0	17	10		
3.2 Moda	995	2,673	11,564	36,834	14	21	928	1,319		
3.3 Vidro	2	1	100	1,458	17	11	47	21		
3.4 Interiores	296	1,074	7,359	28,882	522	504	1,272	1,172		
3.5 Joias	1,757	19,521	1,658	24,590	61	87	1,838	5,492		
3.6 Brinquedos	9	30	6,670	13,692	18	13	505	626		
4 Novas mídias	64	186	2,646	13,063	1	111	584	1,184		
4.1 Mídia gravada	63	182	108	5,299	1	110	207	639		
4.2 Videogames	1	4	2,538	7,763	1	0	377	545		
5. Artes performáticas	3	21	551	1,530	4	2	101	83		
5.1 Instrumentos musicais	3	20	551	1,529	4	2	81	59		
5.2 Música impressa	0	0	0	0	0	0	20	24		
6 Publicação	82	309	651	2,933	36	35	3,496	3,932		
6.1 Livros	56	254	472	1,783	16	27	2,088	2,704		
6.2 Jornal	15	12	11	27	16	4	1,005	870		
6.3. Outras impressões	12	43	168	1,123	4	5	403	358		
7 Artes Visuais	377	256	2,384	12,025	10	55	4,076	7,670		
7.1 Antiguidades	1	0	5	5	1	0	1,229	1,360		
7.2 Pinturas	353	207	15	255	3	29	2,291	4,950		
7.3 Fotografia	1	0	13	102	3	5	152	140		
7.4 Escultura	23	48	2,350	11,662	3	21	404	1,220		

Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).

Em muitos países desenvolvidos, a produção de bens e serviços culturais se tornou mais importante (ao menos em termos empregatícios) do que as indústrias tradicionais como mineração e automóveis (BARROWCLOUGH; KOZUL-WRIGHT, 2008). As ICs ganham mais e empregam mais pessoas em Londres do que serviços financeiros. No Reino Unido, essas indústrias contribuem com £55 bilhões de valor adicionado bruto – seis vezes mais do que a indústria automobilística e nove vezes mais do que a aeroespacial e a farmacêutica (EVANS, 2005). Não é surpreendente que bens e serviços criativos hoje correspondam a uma parcela significativa do comércio mundial. Eles constituem cerca de 7% do PIB mundial, e sua parcela no comércio mundial está aumentando. A Unctad (2010, p. XXIII) descobriu que as exportações de bens e serviços criativos valerem US\$562 milhões em 2008, um crescimento anual de 14% durante os anos 2000 (FLEW, 2013). Do total exportado por ICs em 2008, bens criativos constituíram 69%, e serviços criativos, 31% (UNCTAD, 2010). O setor mostrou crescimento robusto, e, quando as exportações globais se contraíram em 12% em 2008-2009, aquelas de bens e serviços criativos cresceram (FLEW, 2013). A parcela de gastos das famílias em lazer e cultura cresceu<sup>5</sup>. Ela foi de 4,5% nos Estados Unidos, 4,9% no Canadá, 5,1% no Reino Unido, e 4,3% na França em 1970, mas subiu para 6,4% nos Estados Unidos, 5,5% no Canadá, 7,7% no Reino Unido, e 5,2% na França em 2005. (DISDIER et al, 2010; OECD, 2007). Os dados disponíveis mostram que entre 1980 e 1998, as importações mundiais de bens culturais aumentaram em 247%, de US\$47,8 bilhões para US\$213,7 bilhões (UNESCO, 2000)<sup>6</sup>. Os fatores fomentadores desse crescimento foram rendas crescentes, facilitação do transporte global, tecnologias da informação emergentes, e o desenvolvimento do lazer e do turismo. Bens culturais são principalmente comercializados em distâncias curtas (isto é, dentro de domínios culturais), e entre países com experiências coloniais semelhantes (DISDIER et al, 2010). Entretanto, o aumento de sociedades de diáspora nos países desenvolvidos ocidentais criou uma enorme demanda por bens culturais de vários países em desenvolvimento.

Não obstante a falta de medidas de política efetiva para promover ICs na Índia, o comércio internacional nesse setor têm crescido. Rendas crescentes no país também criaram um número significativo de consumidores de bens criativos produzidos em outras partes do mundo. Ainda, mudanças sociais emergentes na Índia valorizaram a posse e o consumo de bens criativos produzidos nos países ocidentais, tornando-os marcadores de status social e econômico dos indivíduos e das famílias. Assim, a Índia está se tornando um antro de consumo conspícuo, em que os produtores do setor tradicional enfrentam dificuldades para se manter enquanto consumidores de bens criativos na ponta superior esbanjam luxos. Neste artigo, tentamos avaliar o crescimento do comércio internacional de bens e serviços criativos da Índia e o comparamos com economias semelhantes, como Brasil e China, e também com uma economia madura, o Reino Unido. Os dados relacionados a exportações e importações de bens e serviços criativos são da UnctadStat, e o artigo segue a classificação da Unctad (2010) de indústrias criativas. Ele está organizado como apresentado a seguir. A seção 2 discute o crescimento de exportações e importações de bens criativos da e

5. Isso inclui fotografia audiovisual e equipamento de computador; instrumentos musicais; CDs e DVDs; caravanas; vans de acampamento; equipamento esportivo; animais domésticos e produtos relacionados; jornais; ingressos para jogos esportivos, cinema e teatro; e gastos em jogos de azar (inclusive loteria) menos quaisquer vitórias (OECD, 2007), e turismo em geral.

6. Inclui material impresso, literatura, música, artes visuais, cinema, fotografia, rádio, televisão, jogos, e bens esportivos (UNESCO, 2000).

para a Índia em comparação com China, Brasil, Reino Unido e o mundo. A seção 3 examina as importações e os superávits comerciais desses países. A seção 4 analisa as importações e exportações de serviços criativos desse grupo, enquanto a seção 5 discute a necessidade de foco das políticas nas ICs na Índia. A seção 6 conclui o artigo.

## 2. Crescimento de Importações e Exportações

Apresentamos o valor, a parcela, a posição no *ranking*, e as taxas anuais médias de crescimento de importações e exportações de bens criativos de Índia, China, Brasil e Reino Unido para o período de 2003-2012 nas Tabelas 1 a 6. As observações a seguir podem ser feitas a partir delas. Primeiro, Índia e China têm ganhos significativos da exportação de bens criativos. As exportações totais da Índia de bens de IC corresponderam a US\$4,35 bilhões em 2003 e a US\$25,85 bilhões em 2012, as da China, a US\$38,18 bilhões em 2003 e a US\$151,18 bilhões em 2012. A China teve um valor mais alto de exportações nesse setor do o Reino Unido, e o valor total das exportações da Índia ultrapassou o do Reino Unido em 2012. A parcela das exportações de bens criativos da Índia foram apenas 1,9% das exportações mundiais desse setor em 2003, mas subiu para 5,5% em 2012. No caso da China, ela subiu de 17,1% em 2003 para 31,9% em 2012. Enquanto a China ocupou o primeiro lugar no valor das exportações de bens criativos em 2003 e 2012, a Índia melhorou sua posição do 12º lugar em 2003 para 4º em 2012. Em 2012, além da China, os Estados Unidos e a Alemanha tiveram valores mais altos de exportações de bens criativos do que a Índia.

*Tabela 3 – Países Exportadores de Bens Criativos no Mundo e sua Parcela no Mundo, 2003 e 2012 (exportações em US\$ milhões a níveis atuais de câmbio)  
(Continua)*

2003				2012			
LUGAR	PAÍS	EXPORTAÇÕES	PERCENTUAL	LUGAR	PAÍS	EXPORTAÇÕES	PERCENTUAL
1	China	38,180	17.1	1	China	1,51,182	31.9
2	Estados Unidos	17,887	8.0	2	Estados Unidos	37,844	8.0
3	Itália	17,541	7.8	3	Alemanha	28,719	6.1
4	Alemanha	16,519	7.4	4	Índia	25,846	5.5
5	Reino Unido	14,520	6.5	5	Reino Unido	23,083	4.9
6	França	10,137	4.5	6	França	19,774	4.2
7	Canadá	9,515	4.3	7	Suíça	13,073	2.8
8	Bélgica	6,469	2.9	8	Cingapura	11,344	2.4
9	Suíça	5,135	2.3	9	Países Baixos	9,395	2.0
10	Países Baixos	4,750	2.1	10	Japão	7,721	1.6
11	Espanha	4,616	2.1	11	Bélgica	7,611	1.6

**Tabela 3 – Países Exportadores de Bens Criativos no Mundo e sua Parcela no Mundo, 2003 e 2012 (exportações em US\$ milhões a níveis atuais de câmbio) (Conclusão)**

2003				2012			
LUGAR	PAÍS	EXPORTAÇÕES	PERCENTUAL	LUGAR	PAÍS	EXPORTAÇÕES	PERCENTUAL
12	Índia	4,349	1.9	12	Turquia	7,361	1.6
13	Áustria	3,983	1.8	13	Tailândia	6,460	1.4
14	Coreia do Sul	3,967	1.8	14	Canadá	6,254	1.3
15	Japão	3,823	1.7	15	Espanha	5,922	1.2

Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).

Em segundo lugar, Índia e China tiveram taxas de crescimento das exportações de bens criativos significativamente mais altas do que o resto do mundo. A taxa média de crescimento anual das exportações de Índia e China é quase duas vezes a taxa global. O crescimento também foi significativamente maior do que o do Reino Unido. Assim, Índia e China são países emergentes em exportações de bens criativos. No entanto, o valor das exportações de bens criativos da Índia foi apenas 16,8% (US\$4.349 milhões) do total de exportações de bens criativos da China (US\$38.180 milhões) em 2003, e 17,1% (US\$25.846 milhões) dos US\$151.182 milhões da China em 2012. Contudo, a taxa média anual de crescimento das exportações de bens criativos da Índia foi mais alta do que as de China, Brasil, e do mundo. Isso se reflete na posição melhorada da Índia no *ranking* mundial em 2012.

Em terceiro lugar, na Índia, na China, no Brasil e também no Reino Unido, as exportações no setor são monopolizadas pelo setor de *design*, que inclui bens arquitetônicos, bens de *design* de moda, produtos em vidro, bens de *design* de interiores, joias, e brinquedos. Esse setor constitui mais de dois terços das exportações totais de bens criativos de Índia, China e Brasil. A participação desse setor no total das exportações da Índia de bens criativos foi de 70,3% em 2003 e subiu para 90,1% em 2012. Na China, ela mostrou um declínio marginal de 71,7% em 2003 para 69,8% em 2012, enquanto no Brasil ela diminuiu significativamente de 81,9% em 2003 para 69,4% em 2012. É importante notar que no Reino Unido, esse setor constituiu apenas 31,7% das exportações totais de bens criativos em 2003 e 37,4% em 2012. Os dois subsetores líderes em exportações em termos de taxas médias de crescimento anual foram artes performativas (23,4%) e *design* (23,1%) na Índia, e audiovisual (36,4%) e novas mídias (20,3%) na China. O Brasil testemunhou um declínio significativo nas taxas de crescimento nos maiores setores, exceto novas mídias (85,7%) e artes visuais (22,3%).

Em quarto lugar, é surpreendente notar que as participações de artesanato, do qual uma grande parcela das populações desses países em desenvolvimento depende, são marginais no total de exportações de bens criativos assim como em termos de valor absoluto. As exportações de artesanato da Índia corresponderam a apenas US\$654 milhões em 2003 e a US\$1.158 milhões em 2012. O valor relativo das exportações desse setor na China foi muito maior – 6,7 vezes o da Índia em 2002 e 12,7 vezes em 2012. Isso indica que a Índia não foi capaz de focar em seu setor tradicional, que tem grande

potencial de empoderamento econômico e social no país. As exportações da Índia de artesanato constituíram apenas 3,1% e 3,4% das exportações mundiais em 2003 e 2012, respectivamente, enquanto as participações da China foram significativamente maiores, com 20,6% e 42,8% respectivamente aos mesmos dois anos.

Em quinto lugar, não obstante as exportações crescentes, a taxa de crescimento das importações de Índia, China e Brasil na média se mantiveram maiores do que as taxas de crescimentos de suas exportações. Isso mostra que, apesar de emergirem enquanto *players* importantes no mercado internacional de bens criativos, com rendas crescentes, eles estão se tornando importantes consumidores desses bens. Na Índia, as taxas anuais de crescimento das exportações foram mais altas do que as taxas de crescimento das importações apenas em bens arquitetônicos e livros. Exportações de joias tiveram o crescimento anual médio mais alto do período (27,6%), seguidos de instrumentos musicais (23,6%), e CDs, DVDs e fitas (23,1%). As taxas mais altas de crescimento nas importações durante esse período foram antiguidades (84,7%), CDs, DVDs e fitas (65%), e pinturas (41,5%).

*Tabela 4 – Participação Global dos Países no Total de Exportações de Bens Criativos, 2003 e 2012*

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012
Total	1.9	5.5	17.1	31.9	0.3	0.2	6.5	4.9		
1 Artesanato	3.1	3.4	20.6	42.8	0.4	0.2	2.3	1.1		
2. Audiovisual	0.9	1.9	1.6	4.6	0.1	0.0	9.5	3.7		
3 <i>Design</i>	2.4	8.2	21.4	37.0	0.5	0.2	3.6	3.0		
4 Novas mídias	0.7	0.5	28.2	32.0	0.0	0.3	6.2	2.9		
5 Artes performáticas	0.1	0.4	19.4	30.3	0.1	0.0	3.6	1.6		
6 Publicação	0.2	0.8	1.9	7.7	0.1	0.1	10.4	10.3		
7 Artes Visuais	2.3	0.7	14.5	31.4	0.1	0.1	24.7	20.0		

*Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).*

### 3. Importações e Superávits Comerciais

As importações de bens criativos para Índia, China e Brasil, como mencionado previamente, estão aumentando a taxas mais altas do que suas exportações. Isso significa que os superávits comerciais como porcentagem de exportações vêm caindo ao longo dos anos. Também indica que uma transição desenvolvimentista está ocorrendo nesses países, com conteúdos criativos e culturais de bens tradicionais sendo mais bem apreciados do que os produzidos em massa. As classes médias e altas nesses países, cujas rendas melhoraram significativamente ao longo dos anos, são seus principais consumidores.

**Tabela 5 – Importações de Bens Criativos por País, 2003-2012 (em US\$ milhões a preços e taxa de câmbio correntes)**

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012
Total	974	8,917	2,991	14,197	378	3,193	20,569	31,523		
1 Artesanato	54	185	550	1,154	40	352	1,522	1,649		
1.1 Carpetes	7	26	28	68	5	53	673	700		
1.2 Celebração	1	19	5	6	4	68	300	366		
1.3 Papel	1	6	2	0	0	0	3	13		
1.4 Vime	0	3	5	12	2	10	78	67		
1.5 Tecelagem	37	89	504	1,053	15	173	349	391		
1.6. Outros	8	41	7	16	14	49	118	112		
2. Audiovisual	192	920	639	3,927	11	200	1,503	1,821		
2.1 Filme	2	1	1	5	0	0	10	3		
2.2 CDs, DVDs, fitas	189	919	638	3,922	11	200	1,493	1,818		
3 <i>Design</i>	190	6,203	1,088	4,443	121	1,575	10,294	14,855		
3.1 Arquitetura	21	47	54	8	0	1	7	3		
3.2 Moda	16	253	362	2,206	60	689	1,937	3,743		
3.3 Vidro	2	9	6	46	3	17	115	73		
3.4 Interiores	46	487	339	1,033	19	391	3,399	4,023		
3.5 Joias	85	5,163	66	804	6	66	2,736	4,360		
3.6 Brinquedos	21	244	261	347	33	411	2,100	2,652		
4 Novas mídias	137	495	272	3,240	5	375	929	1,987		
4.1 Mídia gravada	135	479	241	2,800	2	294	191	783		
4.2 <i>Videogames</i>	2	16	32	440	2	81	738	1,204		
5 Artes performáticas	3	33	29	163	14	127	267	262		
5.1 Instrumentos musicais	3	33	29	163	14	127	257	248		
5.2 Música impressa	0	0	0	0	0	0	9	15		
6 Publicação	393	1,024	383	1,075	179	479	2,942	2,772		
6.1 Livros	78	165	98	205	61	182	1,259	1,672		
6.2 Jornal	309	836	202	321	105	249	1,167	607		
6.3 Outras impressões	6	23	83	549	12	49	516	494		
7 Artes Visuais	5	56	29	196	9	84	3,112	8,177		
7.1 Antiguidades	0	0	4	62	3	4	784	1,218		
7.2 Pinturas	1	19	1	10	0	9	1,750	5,545		
7.3 Fotografia	1	1	8	61	3	4	52	108		
7.4 Escultura	3	36	15	62	3	67	525	1,306		

Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).



Comparada à razão das exportações entre Índia e China, a razão das importações entre elas é maior. Enquanto as exportações de bens criativos da Índia constituíram apenas 11,4% e 17,1% das exportações da China em 2003 e 2012, respectivamente, a parcela das importações da Índia com relação às chinesas foi de 32,6% e 62,8% respectivas aos mesmos anos (Tabela 5). Isso mostra que a Índia, com relação a suas exportações, importa mais do que a China. As importações totais de bens criativos pela Índia foram de US\$974 milhões em 2003, o que aumentou para US\$8.917 milhões em 2012, enquanto as importações da China foram de US\$2.991 milhões em 2003 e US\$14.197 milhões em 2012. O que é importante é que as importações do setor de *design* (incluindo bens arquitetônicos, *design* de moda, artigos em vidro, *design* de interiores, joias, e brinquedos) mostraram um aumento significativo. A participação desse setor nas importações totais de bens criativos do país foi de apenas 19,5% em 2003, mas subiu para 69,6% em 2012. Na China, ela foi de apenas 36,4% e 31,3% respectivamente aos mesmos dois anos, e no Brasil, 32% e 49,3%. Isso mostra que a estratégia da Índia foi importar, adicionar valor e depois exportar bens finalizados, particularmente no setor de joias. A Índia terá de criar estratégias para substituir importações nesse setor para melhorar seu saldo líquido. Ela também possui uma taxa de crescimento maior para importações de artesanato do que a China, e isso significa que a diferença no valor de importações que ela tinha com a China está diminuindo. O valor das importações de artesanato da China foi 10,2 vezes o da Índia em 2003, mas caiu para 6,2 vezes em 2012. Isso mostra que há uma demanda crescente por produtos estrangeiros nesse setor na Índia, e que o setor de artesanato deve ser adequadamente promovido e modernizado para atender à demanda do mercado doméstico. Isso, entre outras coisas, melhorará o sustento de artesãos nesse setor.

No comércio de bens de IC, Índia e China possuem superávits comerciais, enquanto Brasil e Reino Unido apresentam déficits. Entretanto, comparados aos da China (US\$35,19 bilhões em 2003 e US\$136,99 bilhões em 2012), os superávits da Índia (US\$3,37 bilhões em 2003 e US\$16,93 bilhões em 2012) são insignificantes – foram apenas 9,59% dos da China em 2003 e 12,36% em 2012. Exceto no setor de audiovisual, a China tem superávit em todos os subsetores. A Índia possui déficits no comércio de audiovisual, novas mídias, e bens publicados. Entretanto, ela se sai muito melhor do que Brasil e Reino Unido, que em níveis agregados possuem déficits comerciais.

*Tabela 6 – Exportações Líquidas (Exportações menos Importações) de Bens Criativos, 2003 e 2012 (US\$ milhões com preços e taxa de câmbio correntes) (Continua)*

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012
Total	3,374	16,930	35,189	136,985	395	-2,275	-6,049	-8,440		
1 Artesanato	600	973	3,844	13,535	39	-284	-1,023	-1,264		
1.1 Carpetes	480	724	396	1,240	9	-47	-502	-586		
1.2 Celebração	4	6	1,368	3,483	-3	-67	-239	-273		
1.3 Papel	8	5	11	21	0	0	2	11		
1.4 Vime	2	-1	863	1,580	-1	-10	-73	-62		

**Tabela 6 – Exportações Líquidas (Exportações menos Importações) de Bens Criativos, 2003 e 2012 (US\$ milhões com preços e taxa de câmbio correntes) (Conclusão)**

BENS CRIATIVOS	ÍNDIA		CHINA		BRASIL		REINO UNIDO		MUNDO	
	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012	2003	2012
	1.5 Tecelagem	81	198	626	5,608	47	-115	-118	-256	
1.6 Outros	24	42	580	1,604	-12	-45	-92	-99		
2. Audiovisual	-81	-301	-445	-2454	1	-190	-347	-631		
2.1 Filme	11	16	-1	-5	0	0	28	7		
2.2 CDs, DVDs, fitas	-92	-317	-444	-2,449	1	-190	-375	-637		
3 Design	2,868	17,095	26,272	1,01,026	511	-939	-5,687	-6,215		
3.1 Arquitetura	-21	-46	-46	5	0	-1	10	7		
3.2 Moda	979	2,420	11,203	34,628	-46	-667	-1,009	-2,424		
3.3 Vidro	0	-9	94	1412	14	-6	-68	-52		
3.4 Interiores	250	586	7,020	27,849	503	112	-2,127	-2,85		
3.5 Joias	1,673	14,358	1,592	23,786	55	21	-898	1,131		
3.6 Brinquedos	-12	-215	6,409	13,346	-15	-397	-1,594	-2,026		
4 Novas mídias	-73	-309	2,374	9,823	-4	-265	-345	-803		
4.1 Mídia gravada	-72	-297	-133	2,500	-2	-184	16	-144		
4.2 Videogames	-1	-12	2,507	7,323	-2	-81	-361	-659		
5 Artes performáticas	0	-13	522	1,367	-10	-125	-166	-180		
5.1 Instrumentos musicais	0	-13	522	1,367	-10	-125	-176	-189		
5.2 Música impressa	0	0	0	0	0	0	11	9		
6 Publicação	-311	-715	268	1,859	-143	-444	554	1,161		
6.1 Livros	-22	89	374	1,579	-46	-155	828	1,033		
6.2 Jornal	-295	-824	-191	-294	-89	-245	-162	264		
6.3 Outras impressões	5	20	85	574	-9	-43	-112	-136		
7 Artes Visuais	372	199	2,355	11,829	0	-29	964	-508		
7.1 Antiguidades	1	0	1	-57	-2	-4	445	142		
7.2 Pinturas	352	188	15	245	3	20	540	-596		
7.3 Fotografia	0	-1	5	41	0	1	100	32		
7.4 Escultura	20	12	2,335	11,600	-1	-46	-121	-86		

Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).

## 4. Comércio em Serviços Criativos

Como os dados sobre exportações de serviços criativos da Índia e de importações para ela estão disponíveis apenas de 2004 a 2008 para todos os setores, para fins de comparação, apresentamos dados para os mesmos anos para China, Brasil e Reino Unido (Tabela 7). Eles mostram que, apesar de a Índia ser considerada *hub* de recursos humanos e *expertise* técnica, ela não está se saindo bem em termos de

saldo comercial. O valor das importações da Índia de serviços criativos foi mais alto do que o de suas exportações, e o déficit comercial aumentou para US\$316 milhões em 2008 de US\$86 milhões em 2004. Enquanto as exportações do país de serviços criativos cresceu quase 4,6 vezes entre 2004 e 2008 (de US\$1,11 bilhões para US\$5,1 bilhões), as importações mantiveram o ritmo e subiram 3,7 vezes. Apesar de o valor das exportações de serviços criativos da China ter sido significativamente menor do que o da Índia, a China registrou uma melhora impressionante no saldo – de apenas US\$15 milhões em 2004 para US\$425 milhões em 2008. O Brasil também melhorou massivamente seu saldo comercial assim como o valor de suas exportações de serviços criativos durante esse período. Os dados para o Reino Unido mostram que os países desenvolvidos são comumente caracterizados como tendo recursos humanos melhores e, assim, dominam em habilidades criativas.

*Tabela 7 – Exportações, Importações e Exportações Líquidas de Serviços Criativos por País (US\$ milhões com preços e taxa de câmbio correntes (Continua))*

ECONOMIA	SERVIÇOS	EXPORTAÇÕES		IMPORTAÇÕES		EXPORTAÇÕES LÍQUIDAS	
		2004	2008	2004	2008	2004	2008
Índia	Todos os serviços criativos	1,108	5,096	1,194	5,412	-86	-316
	1 Propaganda, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião pública	103	573	334	1,178	-231	-605
	2 Arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos	841	2,131	761	3,397	80	-1,266
	3 Pesquisa e desenvolvimento	118	1,684	38	512	80	1,172
	4 Serviços pessoais, culturais e recreativos	46	707	61	325	-15	382
	4.1. Audiovisual e serviços relacionados	..	..	..	..	..	..
	4.2. Outros serviços pessoais, culturais e recreativos	46	707	61	325	-15	382
China	Todos os serviços criativos	890	2,620	874	2,195	15	425
	1 Propaganda, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião pública	849	2,202	698	1,941	150	262
	2 Arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos	..	..	..	..	..	..
	3 Pesquisa e desenvolvimento	..	..	..	..	..	..
	4 Serviços pessoais, culturais e recreativos	41	418	176	255	-135	163
	4.1. Audiovisual e serviços relacionados	41	418	176	255	-135	163
	4.2. Outros serviços pessoais, culturais e recreativos	..	..	..	..	..	..
Brasil	Todos os serviços criativos	2,171	6,331	1,678	4,089	493	2,242
	1 Propaganda, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião pública	111	334	87	291	24	43
	2 Arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos	2,014	5,595	1,182	2,918	831	2,678
	3 Pesquisa e desenvolvimento	..	315	..	11	..	304
	4 Serviços pessoais, culturais e recreativos	47	86	409	869	-362	-783

*Tabela 7 – Exportações, Importações e Exportações Líquidas de Serviços Criativos por País (US\$ milhões com preços e taxa de câmbio correntes (Conclusão))*

ECONOMIA	SERVIÇOS	EXPORTAÇÕES		IMPORTAÇÕES		EXPORTAÇÕES LÍQUIDAS	
		2004	2008	2004	2008	2004	2008
Brasil	4.1. Audiovisual e serviços relacionados	15	26	300	589	-285	-563
	4.2. Outros serviços pessoais, culturais e recreativos	32	60	109	281	-77	-220
	Todos os serviços criativos	25,675	30,851	9,704	16,052	15,971	14,799
	1 Propaganda, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião pública	3,598	4,839	1,542	3,622	2,056	1,217
Reino Unido	2 Arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos	9,971	11,378	3,237	3,570	6,734	7,807
	3 Pesquisa e desenvolvimento	8,179	10,446	3,307	6,850	4,872	3,596
	4 Serviços pessoais, culturais e recreativos	3,927	4,190	1,619	2,011	2,309	2,178
	4.1. Audiovisual e serviços relacionados	2,856	2,502	1,238	1,719	1,619	783
	4.2. Outros serviços pessoais, culturais e recreativos	1,071	1,688	381	292	690	1,395

*Fonte: Elaboração própria a partir de dados de Unctad (nd).*

Os maiores déficits da Índia no comércio de serviços criativos foram em propaganda, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião pública. Um mercado consumidor doméstico crescente e sua intensa promoção por meio de propaganda podem estar contribuindo para o aumento das importações. Outro grande setor que mostrou déficit comercial foi arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos. Esse setor registrou um déficit de US\$1,27 bilhão em 2008. Em comparação, o Brasil teve um superávit comercial de US\$2,68 bilhões no mesmo ano. Entre outros, as aspirações crescentes de casas e cidades ocidentalizadas podem estar contribuindo para maiores importações de serviços criativos.

## ***5. Necessidade de Foco das Políticas em Indústrias Criativas na Índia***

A diversidade cultural da Índia oferece capital e ativos culturais enormes. O país possui enorme potencial para o desenvolvimento de ICs. Em geral, as características liberais, diversas e tolerantes da sociedade indiana ajudaram por séculos a fazer a criatividade parte de sua base e essência social. Entretanto, houve mudanças enormes recentemente no nível global, e noções de liberdade, independência e emancipação social são constantemente redefinidas. A Índia ficou em quinto lugar entre 82 países no Índice Global de Criatividade 2010 (MARTIN PROSPERITY INSTITUTE, 2011), enquanto Brasil, China e Reino Unido ficaram em 46º, 58º e 13º, respectivamente. A Índia precisa fazer muito mais para emancipar seus cidadãos da servidão social para inaugurar uma nova era de cidadãos criativos.

A Índia possui enorme potencial em artesanato, artes performáticas, música, publicação, e cinema. Esses setores são promissores para rendimentos substanciais de divisas estrangeiras. Portanto, o desenvolvimento de ICs pode desempenhar um papel importante no desenvolvimento econômico e social nacional. Afinal, uma proporção significativa dos pobres na Índia pertence à classe artesã – trabalhadores criativos tradicionais. Alguns dos setores criativos como a Bollywood de Bumbai foram importantes na criação de laços entre as pessoas na Índia, e também a nível regional (Sul da Ásia, Sudeste Asiático e Oeste da Ásia). Entretanto, vários fatores atrasam a Índia nesse setor. Eles incluem (a) uma falta de apoio governamental por meio de políticas holísticas; (b) pirataria nos segmentos de filmes e música, “falhas no quadro legislativo” e “proteção e aplicação [parciais] de *copyright*” (CISAC, 2014, p. 46); (c) homogeneização social e cultural promovida por algumas organizações culturais e políticas, até violentamente, apesar de a unidade na diversidade ser celebrada no nível político; (d) ineficiência burocrática e falta de ligações entre setores; e (e) falta de coleta sistemática e análise de dados para avaliar o tamanho e contribuição de todos os setores da economia. Em termo de potencial, além do artesanato, Bollywood, que produz mais de mil filmes ao ano, dá à Índia uma vantagem no nível internacional (CISAC, 2014).

Muitos países europeus exploraram o potencial das ICs para o desenvolvimento econômico. Power e Nielson (2010) relatam que cerca de 6,5 milhões de pessoas foram empregadas nesse setor na Europa em 2006. *Clusters* de IC foram os maiores geradores de empregos na Europa. Contrastando fortemente, houve uma falta de compreensão apropriada das ICs na Índia, e iniciativas de políticas são fragmentadas entre vários setores da economia. O que é preciso é uma listagem de “todos os diversos departamentos e iniciativas governamentais sob diferentes ministérios que tratam das indústrias artesanais e criativas. Mais coerência e sinergia efetiva entre eles poderiam somente então ser fomentadas” (SETHI, 2005). Em 2005, a Comissão de Planejamento formou uma Força Tarefa para Indústrias Culturais e Criativas sob Rajeev Sethi para fazer recomendações para esse setor para o Décimo Plano Quinquenal. No entanto, esse relatório e recomendações não foram adotados pela comissão (IFACCA, 2014).

China e Brasil possuem quadros de políticas bastante coerentes, e o Reino Unido vem liderando a moldagem das políticas para o setor criativo no nível global. Na China, a “economia criativa ETA crescendo e, em algumas medidas, é internacionalmente bastante competitiva” (CISAC, 2014, p. 41). Suas indústrias baseadas em *copyright* geraram US\$5,7 bilhões em 2011, com um aumento anual de 19,56% de 2010, e o setor da economia criativa correspondeu a 6,67% do PIB do país (XIAOCHEN, 2014). As ICs foram identificadas como um dos pilares do desenvolvimento econômico futuro da China (UNCTAD, 2010). O Partido Comunista Chinês em seu 17º Congresso Nacional ressaltou a importância das ICs e enfatizou o investimento crescente nelas, ressaltando a “criação” ao invés da “manufatura” (CISAC, 2014, p. 41). Como resultado, recentemente, “uma importante mudança na orientação de políticas de ‘feito na China’ para ‘criado na China’ é notável” (UNCTAD, 2010, p. 47). A China também enfatizou “instituições financeiras para incentivar apoio financeiro para ... indústrias criativas culturais emergentes” (UNCTAD, 2010, p. 48).

Um plano de ação foi lançado pelo governo brasileiro em 2011 para fomentar o desenvolvimento e crescimento do setor criativo, e em 2012, o Ministério da Cultura recebeu o papel de supervisionar o crescimento da economia criativa no nível de pequenas e médias empresas (CISAC, 2014; MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

O plano de ação incluiu melhorar os métodos de coleta de dados para mensurar o tamanho e escala da economia criativa e reformar o quadro legal para proteção de *copyright*, já que o Brasil, assim como outros países em desenvolvimento, sofre de grande pirataria digital.

A Índia ainda carece de um quadro de políticas coerente para ICs, o que pode desbloquear seu potencial para exportações. Ainda, o setor pode gerar emprego e promover empoderamento social. Temos de organizar e apoiar comunidades criativas e ter quadros em atividade para coleta de dados acurados, confiáveis e regulares. Ainda, na Índia, o reforço da identidade regional pode ser uma força motriz e o objetivo de desenvolvimento regional, como tem sido na União Europeia (JOHLER, 2002).

## 6. Conclusões

Diversidades culturais e sociais, por muito tempo consideradas a desgraça da integração nacional, estão se provando agora recursos importantes para o desenvolvimento econômico. As indústrias culturais formam o centro das ICs, que mostraram uma taxa consistente de crescimento, apesar da redução da atividade econômica na segunda metade da última década. A participação das ICs cresceu constantemente no total de exportações no nível global, e, entre os países em desenvolvimento, China e Índia emergiram como atores importantes. Entretanto, o setor ainda permanece sub-desenvolvido na Índia devido à falta de um quadro político abrangente. Apesar de a taxa de crescimento das exportações de bens criativos da Índia ter sido maior do que a da China nos últimos anos, em termo de valores, ela permanece significativamente baixa. Apenas nas exportações de serviços é que a Índia possui vantagem com relação à China. Serviços criativos sofrem, de forma geral, de um saldo comercial negativo. O valor real do saldo comercial da Índia de bens criativos é também muito mais baixo do que o da China. A política do “criar na China” do governo chinês viu os setores tradicionais do país se modernizar, melhorando as habilidades dos trabalhadores no setor. Porém, o artesanato tradicional, em que boa parte da população indiana depende para sobreviver, permanece empobrecido, subdivulgado, e pouco influenciado pelas habilidades e tecnologias modernas.

Por essas razões, eles estão até perdendo espaço no mercado doméstico. Enquanto a média de crescimento anual das exportações de artesanato entre 2003 e 2012 foi de 4,7%, as importações cresceram em 14,1% por ano. Isso mostra que, entre outras coisas, as classes altas e médias emergentes preferem artesanato de outros países àqueles produzidos na Índia. Isso deve servir como um alerta ao governo central. O cinema de Bollywood possui um grande potencial não apenas para gerar rendas, mas também para criar um sentido de pertencimento cultural e social e harmonia entre as pessoas, especialmente no Sul da Ásia, Oeste da Ásia e Sudeste Asiático, que têm grandes mercados para seus filmes. Ênfase especial deve ser direcionada nas finanças e propaganda dos filmes e na promoção da consolidação e modernização da indústria, que continua a operar de forma fragmentada no país. Há uma necessidade urgente de se adotar políticas efetivas e coerentes para permitir que as ICs do país realizem seu potencial de desenvolvimento.

## 7. Referências

AHLUWALIA, M. Positioning the Big Idea: Creative and Cultural Industries as a Lead Sector in India. In: \_\_\_\_\_. **Positioning the Big Idea-India: Creative and Cultural Industries as a Lead Sector**. Nova Déli: Asian Heritage Foundation, 2006.

BARROWCLOUGH, D.; KOZUL-WRIGHT, Z. Voice, Choice and Diversity through Creative Industries: Towards a New Development Agenda. In: \_\_\_\_\_. (Orgs.). **Creative Industries and Developing Countries: Voice, Choice and Economic Growth**. Londres: Routledge, 2008. p. 3-36.

CAVES, R. E. **Creative Industries: Contracts between Art and Commerce**, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002.

CISAC. The Creative Industries and the BRICS: A Review of State of the Creative Economy In: \_\_\_\_\_. **Brazil, Russia, India, China, and South Africa**. International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC), 2014. Disponível em: <<http://www.cisac.org/CisacPortal/cisacDownload-File.do?docId=26900>>. Acesso em: 16 maio 2015.

COOKE, P.; LAZZERETTI, L. (Orgs.). **Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2008.

DISDIER, A. C. et al. Bilateral Trade of Cultural Goods. **Review of World Economics**, v. 145, n. 4, p. 575-595, 2010.

EVANS, S. Creative Clusters. **Creative Industries, Symposium on Culture Based Development Strategies**, v. 553, 2005. Disponível em: <<http://www.india-seminar.com/2005/553/553%20simon%20evans.htm>>. Acesso em: 16 maio 2015.

FLEW, T. **Global Creative Industries**. Cambridge, UK: Polity Press, 2013.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life, New York: Basic Books, 2002.

\_\_\_\_\_. **The Rise of the Creative Class**, Revisited, New York: Basic Books, 2012.

GALLOWAY, S.; DUNLOP, S. A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. **International Journal of Cultural Policy**, v. 13, n. 1, p. 17-31, 2007.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ARTS COUNCILS AND CULTURE AGENCIES (IFACCA). **Cultural/Creative Industries: Policies and Programmes**, IFACCA, 2014. Disponível em: <<http://www.worldcp.org/india.php?aid=423>>. Acesso em: 16 maio 2015.

JAITLEY, J. Crafts as Industry. **Creative Industries, Symposium on Culture Based Development Strategies**, v. 553, 2005. Disponível em: <<http://www.india-seminar.com/2005/553/553%20jaya%20jaitly.htm>>. Acesso em: 16 maio 2015.

JOHLER, R. The EU as Manufacturer of Tradition and Cultural Heritage. In: KOCKEL, U. (Org.). **Culture and Economy: Contemporary Perspective**. Burlington, UK: Ashgate, 2002. p. 221-230.

KEBIR, L.; CREVOISIER, O. Cultural Resources and Regional Development: The Case of Cultural Legacy of Watchmaking. In: COOKE, P.; LAZZERETTI, L. (Orgs.). **Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2008. p. 48-69.

KOCKEL, U. Culture and Economy: A Brief Introduction. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **Culture and Economy: Contemporary Perspective**. Burlington, UK: Ashgate, 2002. p. 1-10.

LAVANGA, M. **The Contribution of Cultural and Creative Industries to a More Sustainable Urban Development: The Case Studies of Rotterdam and Tampere**. Amsterdam: Amsterdam institute for Metropolitan and International Development Studies, 2006. Disponível em: <[http://www.fokus.or.at/fileadmin/fokus/user/downloads/acei\\_paper/lavanga.pdf](http://www.fokus.or.at/fileadmin/fokus/user/downloads/acei_paper/lavanga.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2015.

MARTIN PROSPERITY INSTITUTE. **Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index**, Toronto: Martin Prosperity Institute, 2001.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**. 2ª edição. Brasília: Governo do Brasil, 2011.

OECD. **Factbook 2007: Economic, Environmental and Social Statistics**, Paris: OECD, 2007.

POWER, D.; NIELSON, T. **Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries**. [S.l.]: 2010. Disponível em: <<http://www.clusterobservatory.eu/system/modules/com.gridnine.opencms.modules.eco/providers/getpdf.jsp?uid=87e38f14-b623-4e-52-9344-d6848bda63a0>>. Acesso em: 16 maio 2015.

PRATT, A. C. Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class. **Geografiska Annaler, Series B: Human Geography**, v. 90, n. 2, p. 107-117, 2008.

RUSSO, A. P. et al. **The Impacts of Culture on the Economic Development of Cities: Euricur Report**. Rotterdam: Erasmus University, 2005.

RYAN, P. The Creative Economy: Creative Clusters Key to Knowledge-Based Economy. **Marubeni Economic Report Tokyo**. Tóquio: Marubeni Corporation Economic Research Institute, 2003.

SHABAN, A.; VERMEYLEN, F. Trade in the Creative Sector: Comparing India with China, Brazil, and UK. **Economic & Political Weekly**, v. 50, n. 20, p. 68-75.

SCHULZE, G. G. International Trade in Art. **Journal of Cultural Economics**, v. 23, n. 1-2, p. 109-136, 1999.



SETHI, R. Towards a National Policy. **Creative Industries, Symposium on Culture Based Development Strategies**, v. 553, 2005. Disponível em: <<http://www.india-seminar.com/2005/553/553%20rajeev%20sethi.htm>>. Acesso em: 16 maio 2015.

TOWSE, R. (Org.). **Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2003.

UNCTAD. **High-Level Panel on Creative Industries and Development**. Genebra: Unctad, 2004. Disponível em: <[http://www.unctadxi.org/templates/Event\\_33.aspx](http://www.unctadxi.org/templates/Event_33.aspx)>. Acesso em: 16 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **Creative Economy Report 2010**. Genebra: Unctad, 2010. Disponível em: <[http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **UNCTADstat**. Genebra: Unctad, nd. Disponível em: <<http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>>. Acesso em: 16 maio 2015.

UNESCO. **International Flows of Selected Cultural Goods 1980-98**. Paris: UNESCO Institute for Statistics, 2000.

\_\_\_\_\_. **Creative Economy Report 2013**. Paris: UNESCO, 2013.

VERBANOVA, L. **How to Better Use Rural Resources for Cultural Development, and Revitalize Rural Life through Culture**. [S.l.]: 2009. Disponível em: <[http://www.aughty.org/pdf/revit\\_rural\\_culture.pdf](http://www.aughty.org/pdf/revit_rural_culture.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2015.

XIAOCHEN, S. Shortage of Innovation Harms Creative Exports. **China Daily**, Pequim, 20 abr., 2014. Disponível em: <[http://www.chinadaily.com.cn/china/2014-04/20/content\\_17448091.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2014-04/20/content_17448091.htm)>. Acesso em: 16 maio 2015.



# Comércio Internacional da Economia Criativa: Métricas para o contexto brasileiro (2003–2014)

André Moreira Cunha<sup>1</sup>  
Daniela Magalhães Prates<sup>2</sup>  
Julimar da Silva Bichara<sup>3</sup>

## 1. Introdução

A avaliação da participação da economia criativa em escala mundial é de suma importância para evidenciar a contribuição econômica e social dos setores culturais e criativos (SCC) na dinâmica produtiva dos países. Notadamente, a economia criativa está crescendo e se desenvolvendo de forma rápida, tornando-se mais integrada internamente e com as outras partes da economia (UNCTAD, 2010). Tais fatos atrelam-se a um contexto de ambientes institucionais mais liberalizados e com vistas às trocas de bens e serviços entre nações, colaborando, assim, para o aumento da participação dos setores criativos.

No âmbito internacional e transacional, o comércio de bens e serviços criativos fomenta a produção de bens que qualificam a matriz cultural e que se validam em contextos econômicos globais. Em termos conceituais, tanto na esfera de agências multilaterais e instituições governamentais, quanto em debates acadêmicos, há diversas proposições para retratar a dinâmica econômica dos setores considerados culturais e/ou criativos (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

Atualmente, uma das formas para fazer uma análise de participação econômica da economia criativa é por meio da utilização dos dados oficiais de comércio. O enfoque

1. Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas. Professor Associado do Departamento de Economia e Relações Internacionais na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Pesquisador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. E-mail: andre.cunha@ufrgs.br

2. Doutora em Economia pela Universidade Estadual de Campinas. Professora Associada do Instituto de Economia da mesma universidade e Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. E-mail: daniprates@eco.unicamp.br

3. Doutor em Economia pela Universidade Autônoma de Madri. Professor do Departamento de Estrutura Econômica e Economia do Desenvolvimento da Universidade Autônoma de Madri, Espanha. E-mail: julimar.dasilva@uam.es

deste capítulo direciona-se, assim, na busca do esclarecimento do escopo conceitual que fundamenta os estudos empíricos de mensuração dos impactos econômicos dos setores culturais e criativos. Além disso, direciona especial ênfase para as mudanças estruturais que acarretaram na ampliação da participação econômica desses setores e também para a questão do comércio internacional, com destaque para o desempenho comercial dos bens e serviços criativos brasileiros.

O capítulo está estruturado em cinco seções, a contar esta introdutória. Na segunda, discutem-se as transformações na economia global e a conotação relativa à economia criativa. A terceira apresenta o escopo conceitual que fundamenta os estudos empíricos de mensuração do comércio internacional dos setores culturais e criativos, que está na quarta seção. A quinta e última mostra as principais considerações do capítulo, no intuito de discutir caminhos para políticas setoriais de estímulo às exportações dos setores criativos.

## 2. Economia criativa e as mudanças estruturais na economia global

É crescente a atenção que acadêmicos e formuladores de políticas públicas têm direcionado à economia criativa. Dissemina-se a percepção de que setores econômicos a ela associados teriam elevado potencial para gerar empregos, renda e exportações. A tendência das atividades criativas se organizarem em *clusters*, geograficamente bem delimitados, criou a expectativa de que políticas locais pudessem atrair e/ou estimular uma classe criativa (FLORIDA, 2002) capaz de induzir dinâmicas mais virtuosas de renovação e crescimento dos espaços urbanos e de suas economias. Criatividade e inovação se amalgamaram como vetores de uma nova economia orientada pela constante mudança dos padrões de produção e de consumo. Assim, em estudo recente, a Unesco (2013) sugere que:

*“The creative economy has become a powerful transformative force in the world today. Its potential for development is vast and waiting to be unlocked. It is one of the most rapidly growing sectors of the world economy, not just in terms of income generation but also for job creation and export earnings. But this is not all there is to it. A much greater proportion of the world’s intellectual and creative resources is now being invested in the culture-based industries, whose largely intangible outputs are as ‘real’ and considerable as those of other industries. Human creativity and innovation, at both the individual and group level, are the key drivers of these industries, and have become the true wealth of nations in the 21st century. Indirectly, culture increasingly underpins the ways in which people everywhere understand the world, see their place in it, affirm their human rights, and forge productive relationships with others.” (UNESCO, 2013, p. 15)*

Em alguma medida, o interesse que a economia criativa desperta é tributário das mudanças estruturais observadas na economia global nas últimas décadas, intensificadas a partir dos anos 1980, quais sejam: a maior integração das economias nacionais; os desdobramentos sobre os padrões de produção e de consumo da disseminação das inovações tecnológicas derivadas da revolução microeletrônica; a redistribuição da produção manufatureira rumo aos países emergentes e em desenvolvimento; e a ampliação do poder de comando das empresas transnacionais sobre os processos econômicos.

Já nos anos 1970, a combinação de inflação e desemprego em alta, revertendo a tendência prévia da longa era de recuperação e prosperidade do pós-guerra, fez com que se debatesse, com maior intensidade, a questão da emergência de uma sociedade pós-industrial (BELL, 1974). Nas economias avançadas, notava-se, para além do baixo crescimento econômico, a perda relativa de importância da indústria de transformação na geração de renda e de emprego, fenômeno que se convencionou chamar de desindustrialização (ROWTHORN e RAMASWAMY, 1997). Tal processo tem se dado de forma contínua nos últimos quarenta anos, o que tornou nebulosas as fronteiras entre os tradicionais setores secundário (indústria) e terciário (serviços).

Porém, em paralelo a estas transformações, e como resposta aos efeitos da crise do petróleo dos anos 1970, novas formas de organização da produção e a introdução de inovações oriundas da combinação entre novas tecnologias de informação, novos materiais, robótica, biotecnologia, etc., recolocaram a importância da manutenção de estruturas produtivas diversificadas (HAUSMANN et al, 2013). Nos anos 1980, países como Japão e Alemanha pareciam destinados a liderar esta nova etapa, ao passo que os Estados Unidos davam sinais de perda de vitalidade, e o bloco comunista, tendo à frente a então União Soviética, não demonstrava capacidade de acompanhar as novas tendências (COHEN; ZYSMAN, 1988; DERTOUZOS; SOLOW; LESTER, 1989). A virada entre os anos 1980 e 1990 testemunhou a radical mutação da ordem internacional, por décadas caracterizada pela Guerra Fria e a bipolaridade por ela engendrada. Nos anos 2000, a geopolítica e a geoeconomia foram uma vez mais alteradas, pela força com que a ascensão dos países emergentes, particularmente a China, imprimiu ao movimento prévio de globalização (UNIDO, 2015; WTO, 2013, 2014).

Enquanto alguns se debruçavam sobre a pertinência ou não de se estimular a indústria de transformação, ou, alternativamente, aceitar a emergência de uma sociedade pós-industrial (COHEN; ZYSMAN, 1987; UNIDO, 2013), no qual renda e empregos seriam predominantemente gerados no setor terciário, países avançados e emergentes foram adotando estratégias que enfatizaram a capacidade de inovar, de criar novos conceitos e novos produtos, de reduzir as respectivas distâncias com as fronteiras tecno-produtivas ou mesmo de alterar tais fronteiras. Em síntese, era a corrida para a criatividade e a competitividade, entendida esta última como a capacidade de sustentar e/ou ampliar posições nos mercados por meio da capacidade de inovar, vale dizer, de criar processos produtivos e comerciais mais eficientes e de novos produtos e serviços.

Assim, a economia global nestes primeiros dois decênios do século XXI é caracterizada, principalmente, pelo predomínio de ambientes institucionais cada vez mais liberalizados e pela redução dramática dos custos de transação em telecomunicações, transporte, processamento armazenamento e disseminação de informações, dentre outros (WTO, 2013, 2014). A organização da produção e do comércio de mercadorias

e serviços está nas mãos dos conglomerados produtivos e financeiros, usualmente originados nas economias avançadas e em algumas economias emergentes, e que são chamados pela literatura especializada de empresas transnacionais ou multinacionais (DUNNING, 2014).

Tais empresas passaram a reorganizar suas estratégias de inovação, produção e comercialização em escala global, explorando vantagens locais específicas. Foram responsáveis, em última instância, pela estruturação das cadeias globais de valor, que são hierarquizadas e respondem por mais do que 2/3 do comércio global de mercadorias (UNIDO, 2015; UNCTAD, 2013; WTO, 2013, 2014). Em tal ambiente, a capacidade de inovar e, com isso, de concorrer nos mercados internacionais, tornou-se uma prioridade para empresas e governos (UNIDO, 2015).

Neste contexto, foi se tornando prioritário identificar formas de se ampliar os potenciais competitivos dos agentes econômicos e, portanto, de valorizar a capacidade de criar produtos e serviços que, simultaneamente, fossem específicos a certa matriz cultural, e pudessem encontrar espaços de validação nos mercados globais (UNESCO, 2006). Agências multilaterais, governos nacionais, acadêmicos e entidades representativas de empresas e setores passaram a trabalhar formas de se conceituar, desenhar políticas públicas específicas e avaliar os impactos econômicos dos setores considerados culturais e/ou criativos (FLEW, 2012; UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013) ou, simplesmente, setores culturais e criativos (UNESCO, 2015).

A Austrália foi um dos pioneiros, com seu “Creative Nation”<sup>4</sup>, de 1994, logo seguida pelos britânicos. Com seu retorno ao poder, os trabalhistas colocaram a questão da economia criativa em um patamar superior na estratégia de renovação do potencial crescimento do país. O então Departamento do Patrimônio Nacional (Department of National Heritage) foi transformado em Departamento de Mídia, Cultura e Esportes (Department of Culture, Media and Sport - DCMS), que passou a ter *status* ministerial (O’CONNOR, 2010). Seu comando ficou ao encargo de Chris Smith, autor de um influente livro sobre a relação entre economia e cultura. Smith (1998) defendia a ideia de que a cultura não deveria ser objeto de atenção exclusiva da elite da sociedade, mas sim estar no centro da agenda política e da estratégia de crescimento (SMITH, 2013). Anos depois, em 2004, a XI Conferência Ministerial da Unctad trouxe a questão da economia criativa para uma posição de relevo nos debates internacionais em torno das agendas de promoção do comércio e do desenvolvimento (UNCTAD, 2010), ao que vem sendo incorporado por diversos governos nacionais e subnacionais (UNESCO, 2013, 2015).

A mensuração dos impactos das atividades econômicas associadas à economia criativa depende, crucialmente, do escopo conceitual utilizado e de como este se desdobra em termos de atividades econômicas. Conforme sugere a Unctad (2010), a literatura especializada está longe de pacificada. Conceitos fundamentais, modelos de análise, parâmetros a serem medidos, dentre outras coisas, ainda são objeto de divergência. Assim:

---

4. Ver: Australian Government (2013).

*The scope of the creative economy is determined by the extent of the creative industries. Defining 'creative industries', however, is a matter of considerable inconsistency and disagreement in the academic literature and in policymaking circles, especially in relation to the parallel concept of 'cultural industries'. Sometimes a distinction is made between the creative and the cultural industries; sometimes the two terms are used interchangeably." (UNCTAD, 2010, p.4)*

A partir desta breve caracterização as seções que seguem detalham os conceitos fundamentais, de forma a subsidiar a análise do desempenho do comércio internacional dos setores associados à economia criativa, com ênfase para a dimensão do comércio internacional de bens e serviços.

### ***3. Setores culturais e criativos: conceitos fundamentais***

Esta seção procura esclarecer o escopo conceitual que fundamenta os estudos empíricos de mensuração dos impactos econômicos dos setores culturais e criativos, com especial ênfase para a questão do comércio internacional de bens e serviços. Assume-se aqui a percepção da Unesco (2013) que, ao se deparar com a diversidade de conceitos – indústria cultural, economia criativa, setores criativos, setores geradores de direitos de propriedade intelectual, dentre outros – afirma que:

*"The different labels reflect and correspond to different analytical positions and ideological stakes, the history of which has been studied by numerous scholars of the field. Each set of terms, together with its antecedents and its interpretations, has become a terrain of lively expert debate. It is important to note that these terms have come to be widely used in cultural policy circles. Many cultural actors and institutions also have adopted them in their self-descriptions, although by doing so they may be applying the idiom of "industry" to activities that are neither industrial in nature or scope nor profit-making (but instead require permanent subsidy). In some cases, identifying with this now fashionable category is thought to be a means of securing greater investment, political support and sometimes funding to sectors that have been historically overlooked. Yet, some people feel the terms have developed an ambiguous, buzzword quality that is hyped by politicians, seen skeptically by academics, and employed by artists and creative professionals when it suits their cause." (UNESCO, 2013, p. 18)*

A capacidade de criar expressões simbólicas do universo que lhe cerca é que confere ao ser humano a diferença marcante diante dos demais seres vivos. Somos seres biológicos, morais e criativos. Historicamente, tal força criativa se expressa nas artes, nas inovações técnicas, no comércio e na produção, na criação de instituições religiosas e políticas, enfim, na capacidade de moldar os elementos da natureza de modo a construir soluções para os dilemas da sobrevivência física e espiritual. A figura de Leonardo da Vinci, o símbolo maior do homem renascentista, expressa de forma definitiva como tais potenciais podem se revelar. Leonardo foi artista (pintor, escultor, arquiteto, escritor e músico), matemático, engenheiro, inventor, anatomista, botânico, geólogo e cartógrafo (ZÖLLNER; NATHAN, 2003).

O exemplo de Leonardo da Vinci ilustra o fato de que não é nova a relação entre criatividade e inovação, nem mesmo são claras as fronteiras entre os métodos de criação e expressão das artes e da ciência. Da mesma forma, os conceitos aqui trabalhados, quando analisados isoladamente, não são novos, porém se postos em movimento, refletem fenômenos sociais, culturais e econômicos relativamente recentes. Assim, por exemplo, o termo economia criativa é novo e se populariza a partir do trabalho seminal de Howkins (2001). Este autor coloca a criatividade no centro da nova economia. Sua categorização é ampla e inclui quinze setores, desde aqueles cujos domínios são tipicamente da esfera cultural, até outros, mais próximos da ciência aplicada (brinquedos, jogos, pesquisa e desenvolvimento).

Howkins (2001) também assume que a criatividade é uma característica intrínseca ao ser humano, e que suas formas de manifestação são diversas e não se constituem em novidade. O que seria típico das sociedades industriais é a canalização da criatividade para a produção de bens e serviços que se renovam constantemente, na medida em que se valoriza sobremaneira a novidade, a aplicação dos conhecimentos científicos para produzir novos bens e serviços, e a geração de valores econômicos protegidos pelos direitos de propriedade intelectual. Tais características, destacadas como sendo positivas por autores como Howkins (2001), estão no âmago da análise crítica realizada pela Escola de Frankfurt.

O termo indústria cultural nasce com as reflexões da Escola de Frankfurt sobre a captura da cultura pela lógica mercantil. Trabalhos como a “Dialética do Esclarecimento”, originalmente publicado em 1944 (ADORNO; HORKHEIMER, 2002), e “Eros e Civilização” (MARCUSE, 1955), passaram a fundamentar uma perspectiva pessimista sobre a relação entre as esferas da economia e da cultura, na medida em que a transformação da arte em mercadoria faria parte de um processo mais amplo de legitimação da ordem social capitalista. A subjetividade humana, na sua forma mais nobre, que é a expressão artística, ficaria finalmente submetida à lógica instrumental de adequação de meios a fins, em uma sociabilidade na qual a finalidade última é a busca do lucro.

De acordo com os trabalhos da Unctad (2010) e da Unesco (2013) é a partir dos anos 1960 e, com mais intensidade, depois dos anos 1980, que acadêmicos e formuladores de políticas públicas passam a reconhecer que a relação entre cultura e economia não precisaria, necessariamente, ser tão negativa. Ao invés da degeneração, os mercados poderiam, também, se transformar em pontes para a preservação das diversas formas de expressão cultural. Com isso, as políticas públicas deveriam olhar com mais atenção para o potencial de geração de renda, ocupação e valorização social de artistas e artesãos, produtores de bens e serviços portadores de valores simbólicos.



Tal perspectiva passa a ser defendida pela Unesco, que vislumbra tal potencial em setores como música, artes, literatura, moda, *design*, cinema, e televisão, cujas matrizes produtivas são tipicamente industriais, e, também, em um amplo leque de produção cultural de base artesanal.

A ênfase em setores criativos foi dada pelo DCMS (1998, 2001, 2016) e também utiliza uma perspectiva que expande as fronteiras analíticas para além do domínio dos bens e serviços culturais (CUNNINGHAM, 2002; O'CONNOR, 2010). Em seus estudos, os setores criativos são aqueles em que a criatividade dos indivíduos permite a geração de riqueza e empregos por meio da geração de direitos de propriedade. A ênfase em setores criativos e não mais no domínio estritamente cultural é fonte de polêmicas na literatura. Aponta-se que o suposto pragmatismo associado a essa nova caracterização não é necessariamente neutra (CUNNINGHAM, 2011; GARNHAM, 2005; O'CONNOR, 2010).

Na sequência, apresentamos a forma como tais conceitos são utilizados em estudos de referência na literatura. Para a Unctad (2010) a economia criativa é um conceito em evolução que se baseia na capacidade de certos ativos criativos promover crescimento econômico e desenvolvimento. Seriam características capazes de identificar os setores criativos: (i) o fundamento na economia do conhecimento, o que perpassaria as dimensões microeconômica e macroeconômica das economias; (ii) a capacidade de combinar geração de empregos, renda e exportações, com a promoção da inclusão social, da diversidade cultural e do desenvolvimento humano; e (iii) a existência de conexões fortes entre as dimensões econômica, cultural e social.

O *green paper* da Comissão Europeia procura delimitar as aproximações entre setores criativos e o domínio tradicional da cultura:

**“ ‘Cultural industries’ are those industries producing and distributing goods or services which at the time they are developed are considered to have a specific attribute, use or purpose which embodies or conveys cultural expressions, irrespective of the commercial value they may have. Besides the traditional arts sectors (performing arts, visual arts, cultural heritage – including the public sector), they include film, DVD and video, television and radio, video games, new media, music, books and press. This concept is defined in relation to cultural expressions in the context of the 2005 UNESCO Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions. “Creative industries” are those industries which use culture as an input and have a cultural dimension, although their outputs are mainly functional. They include architecture and design, which integrate creative elements into wider processes, as well as subsectors such as graphic design, fashion design or advertising.”** (EUROPEAN COMMISSION, 2010, págs 5-6, grifos nossos)

Em estudo comissionado para a Diretoria de Educação e Cultura da Comissão Europeia, a KEA European Affairs (KEA, 2006) enfatizou a necessidade de separar o “setor cultural” dos “setores criativos”, estabelecendo círculos concêntricos tendo o campo artístico em seu núcleo e as demais atividades criativas em entornos que dele se distanciam. Assim como em outras classificações, há um denominador comum que relaciona o que está nos diferentes círculos: a capacidade de cada produto ou serviço de gerar direitos de propriedade (*copyright*). A KEA considera, também, a existência de um terceiro círculo para além do núcleo cultural e seu entorno criativo. Aqui entrariam atividades que não pertenceriam aos segmentos cultural e criativo, mas outros, cuja produção está estreitamente vinculada àqueles.

Em estudo recente, a Unesco (2015, p. 11) agrega terminologicamente as dimensões da cultura e da criatividade ao definir os setores culturais e criativos (SCC) como aqueles em que o “... principal purpose is production or reproduction, promotion, distribution or commercialization of goods, services and activities of a cultural, artistic or heritage-related nature”. Assume-se, como ponto de partida, a importância intrínseca da produção dos valores simbólicos, que representam a herança comum das distintas culturas, e, portanto, expressam a diversidade da experiência criativa humana. Ademais, percebe-se que as atividades dos SCC são pouco conhecidas e mensuradas.

É com base em tais conceitos, e assumindo-se que há um processo aberto de elaborações sobre as melhores formas de delimitar setorialmente a economia criativa, que a próxima seção apresenta a lógica metodológica para a mensuração econômica dos setores criativos diante da ótica do comércio internacional.

## ***4. Desempenho do comércio internacional dos setores criativos e culturais (SCC): metodologias e métricas***

### ***4.1. Modelo utilizado***

Há vários modelos desenvolvidos por órgãos internacionais, governos e centros de pesquisa com foco na delimitação econômica dos setores criativos e culturais<sup>5</sup>. A partir da preocupação em se ter uma metodologia que possa gerar informações padronizadas e passíveis de comparação em nível global, utiliza-se neste estudo o modelo da Unctad (2010). As medidas usuais para estimar os impactos econômicos das diversas atividades se baseiam em estimativas de valor adicionado, tendo-se por referência estruturas econômicas relativamente consolidadas.

Os bens de consumo finais tradicionais (alimentos, calçados, roupas, eletrônicos de consumo etc.), os bens intermediários (insumos químicos, aço, cimento, etc.), bens de capital (máquinas, equipamentos diversos etc.) e os serviços também tradicionais (transporte, telecomunicações, fornecimento de energia e água, serviços financeiros etc.) possuem métricas de mensuração em termos de unidades físicas e de respectivos valores monetários, que envolvem processos de compra e venda, e

5. Essa discussão pode ser vista em Unctad (2010).

que são devidamente reportados às autoridades governamentais – especialmente para fins de tributação, tanto em transações domésticas, como internacionais. Já os setores criativos emergem como novidades em termos de modelos de negócio, padrões de produção, consumo e distribuição, valores sociais e culturais envolvidos (UNCTAD, 2010). O modelo da Unctad especifica os setores sintetizados no Quadro 1.

### Quadro 1 – Modelo da Unctad – Estatísticas de Comércio para Setores Criativos\*

#### SETORES CRIATIVOS – BENS E SERVIÇOS DOS SETORES CRIATIVOS

DOMÍNIO	SUBGRUPO
Patrimônio Histórico	Artesanato
	Serviços pessoais, culturais e recreacionais
Artes	Bens de artes performáticas
	Bens de artes visuais
Mídia	Bens de editoração
	Bens audiovisuais
	Serviços relacionados ao setor audiovisual
	Bens de setor de <i>design</i>
Criação Funcional	Bens da nova mídia
	Serviços de publicidade e de pesquisas de opinião
	Serviços de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos
	Serviços pessoais, culturais e recreacionais

#### SETORES RELACIONADOS – BENS E SERVIÇOS COMPUTACIONAIS

DOMÍNIO	SUBGRUPO
Artes	Bens relacionados às artes performáticas
	Bens relacionados às artes visuais
Mídia	Bens relacionados ao setor de editoração
	Bens relacionados ao setor audiovisual
	Bens relacionados ao setor de <i>Design</i>
Criação Funcional	Bens relacionados às novas mídias
	Serviços de computação e informática

*Royalties e Receitas de Licenciamento*

*Nota: \*Para o comércio de bens, a Unctad (2010) utiliza dados da Comtrade (sistema harmonizado, HS 2002, 211 códigos); para serviços, os dados do Fundo Monetário Internacional (BPM5 e códigos EBOPS), considerando os serviços de propaganda, pesquisas de mercado e de opinião, serviços técnicos e de engenharia, serviços pessoais e de pesquisa e desenvolvimento, serviços culturais e de lazer. Os dados de setores relacionados e de receitas de royalties e de licenciamentos são apresentados como sendo complementares.*

*Fonte: Unctad (2010).*

Esta metodologia foi desenvolvida com o propósito central de mensurar impactos econômicos dos setores culturais e criativos. A ausência de definições comuns e amplamente aceitas sobre os setores que devem ser incluídos (ou não) neste amplo campo de atividades gera diferentes métricas e, por decorrência, estimativas diversas sobre a participação daqueles setores na geração de renda, emprego, exportações, dentre outros agregados.

A partir das definições discutidas nas seções anteriores, delimita-se os setores para a análise do desempenho econômico do comércio exterior brasileiro dos setores culturais e criativos (SCC)<sup>6</sup>. As informações analisadas neste estudo foram extraídas da base de dados da Unctad (UnctadStat). No caso do comércio de bens, elas estão disponíveis para o período 2003-2012 e do comércio de serviços para 2003-2011. No âmbito do comércio de bens, foi possível estender a análise até 2014 a partir da aplicação da metodologia da Unctad aos dados da Comtrade, uma base mundial de comércio de bens, que não inclui o comércio de serviços<sup>7</sup>. Salienta-se que as duas séries não são idênticas, mas apresentam diferenças não significativas, sendo, assim, consistentes. A próxima subseção apresenta a mensuração do comércio internacional da economia criativa.

#### **4.2. Métricas do comércio internacional**

Busca-se evidenciar nesta subseção o desempenho das exportações dos setores criativos e dos seus segmentos nos períodos para os quais há base de dados disponíveis (2003-2011 ou 2003 e 2012)<sup>8</sup>. Para mostrar tal desempenho, o comércio exterior dos setores culturais e criativos foi dividido em dois segmentos: de bens e de serviços.

Em contexto mais amplo, tem-se que as exportações totais dos setores criativos passaram de US\$ 321 bilhões em 2003 para US\$ 746 bilhões em 2011, um avanço de 133%, percentual próximo aos 144% do comércio mundial de bens e serviços. Embora os dois segmentos tenham registrado altas taxas de crescimento e, com isso, contribuído para esse resultado, o desempenho dos serviços dos setores criativos foi mais favorável por dois fatores. O primeiro denota para o ritmo de expansão superior àquele das exportações de bens desses setores (165% contra 119%). O segundo, por sua vez, mostra que as exportações de serviços dos setores criativos foram mais dinâmicas que o total mundial de serviços (165% contra 133%, uma diferença de 32 pontos percentuais - p.p), enquanto no caso do segmento de bens o resultado foi oposto (119% contra 142% no mesmo período e 112% contra 144% entre 2003 e 2012), de acordo com o Gráfico 1.

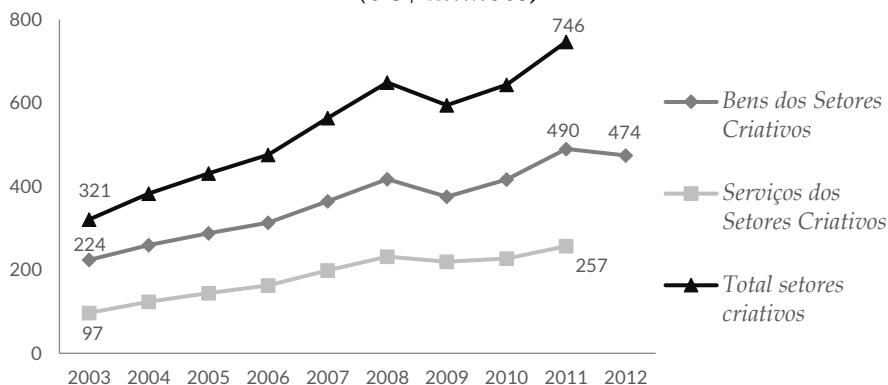
---

6. A Unctad (2010) prioriza a expressão “setores criativos”. Aqui, utilizaremos as terminologias “setores criativos” e “setores culturais e criativos” (UNESCO, 2015) como equivalentes, ainda que o recorte setorial seja aquele utilizado pela Unctad.

7. A Comtrade é uma base mundial de comércio. Para calcular as séries de exportação e importação dos bens dos setores criativos foi utilizada a mesma classificação utilizada pela base da Unctad (HS a 6 dígitos). Já as estatísticas das exportações e importações de serviços da Unctad foram extraídas de uma base de dados do Fundo Monetário Internacional (FMI), que não está disponível para consulta do público.

8. Como no agregado as exportações e importações dos setores criativos são praticamente iguais (sendo as eventuais divergências decorrentes de erros e omissões), a análise será realizada somente para as exportações.

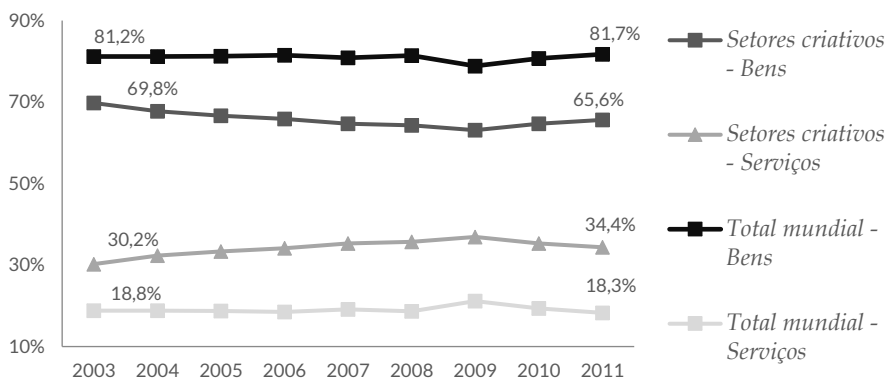
**Gráfico 1 - Exportações dos setores criativos  
(US\$ milhões)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

A diferença de dinamismo desses fluxos de comércio resultou no aumento da participação relativa dos serviços no total das exportações dos setores criativos, que passou de 30,2% em 2003 para 34,4% em 2011, representando aumento na casa de 4,2 p.p. Consequentemente, esse indicador recuou na mesma intensidade no segmento de bens, que respondia por 65,2% do total em 2011, como mostra o Gráfico. A posição de liderança das exportações de bens não é uma especificidade dos setores criativos, sendo também observada no total das exportações mundiais. Porém, nesse caso, o peso relativo dos bens no desempenho exportador é bem maior do que nos setores criativos e se manteve praticamente constante ao longo do período em tela, no patamar de 81% (contra 18% no caso dos serviços).

**Gráfico 2 - Participação % de cada segmento no total mundial e das exportações dos setores criativos**



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

Consequentemente, a participação relativa dos serviços dos setores criativos nas exportações mundiais de serviços passou de 5,5% em 2003 para 6,3% em 2011. Entretanto, esse aumento (de 0,8 p.p.) não foi suficiente para alterar o peso dos setores criativos no total das exportações mundiais, que se manteve praticamente estável (3,4% em 2003 e 3,3% em 2011). Isso porque, simultaneamente, as exportações de bens desses setores perderam participação. Embora esse movimento tenha sido menos intenso (somente 0,3 p.p), ele foi suficiente para neutralizar o avanço dos serviços já que o segmento de bens responde por mais de 60% do total das exportações dos setores criativos.

Após esse panorama geral, é importante lançar um olhar sobre o desempenho das exportações dos dois segmentos considerados (bens e serviços). Duas dimensões são analisadas: de um lado, o desempenho ao longo de 2003 a 2014 e, de outro, a composição setorial tendo como recorte metodológico a proposição da Unctad. No caso das exportações de bens dos setores criativos, o desempenho no acumulado de 2003 a 2012 (aumento de 112% contra 144% do total de bens, como mostrado no Gráfico 1, encobre diferenças importantes, tanto anuais como trienais<sup>9</sup>.

No primeiro triênio (2003-05), essas exportações avançaram somente 28,5%, enquanto o total mundial aumentou mais do que 100%, puxado pelas altas taxas de crescimento das exportações de *commodities*. Já no triênio seguinte (2006-08), o desempenho dos setores criativos equipara-se ao registrado no total mundial. O *boom* da economia internacional, sob as lideranças da China e dos Estados Unidos, impulsionou o comércio mundial nos mais diversos segmentos. Nesse contexto, os setores criativos foram estimulados a inovar diante das novas oportunidades de negócios, o que se reflete no maior dinamismo das suas exportações: seu ritmo anual de crescimento passa de 9% em 2006 para o patamar de 15/16% em 2007 e 2008<sup>10</sup>.

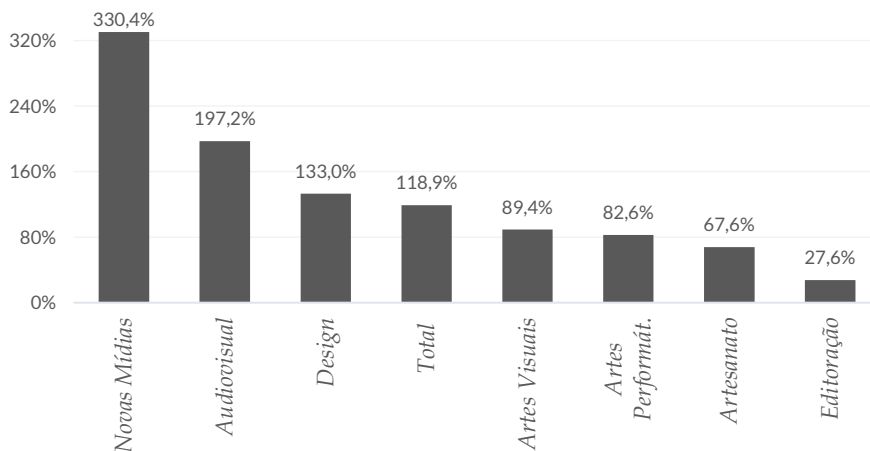
Esmiuçando tal análise, no que se refere à composição setorial, a base de dados da Unctad divide as exportações (e importações) dos bens dos setores criativos em sete subsetores: audiovisual, artesanato, artes performáticas, artes visuais, *design*, editoração e novas mídias. Considerando o desempenho exportador no acumulado de 2003 a 2012, o subsetor líder foi o de novas mídias, com uma taxa de crescimento superior a 330%. Em seguida, os destaques foram os subsetores de audiovisual e *design*, que avançaram, respectivamente, 197,2% e 133%, percentuais superiores a 100% e ao total (118,9%). Os demais subsetores apresentaram ritmo de expansão menor que o total, mas bastante heterogêneo: artes visuais e artes performáticas na faixa de 80-90%, artesanato no patamar de 67% e editoração na última posição, com uma variação positiva de somente 27,6%, de acordo com o Gráfico 3. Assim, o dinamismo dos subsetores de bens foi bastante heterogêneo no período em tela.

---

9. Foram considerados os seguintes triênios: 2003-05; 2006-08 e 2010-2012. O ano 2009 foi excluído por ser um ponto fora da curva devido ao impacto da crise financeira e econômica global no comércio mundial.

10. Ver WTO (2008; 2013) e Unctad (2008; 2013).

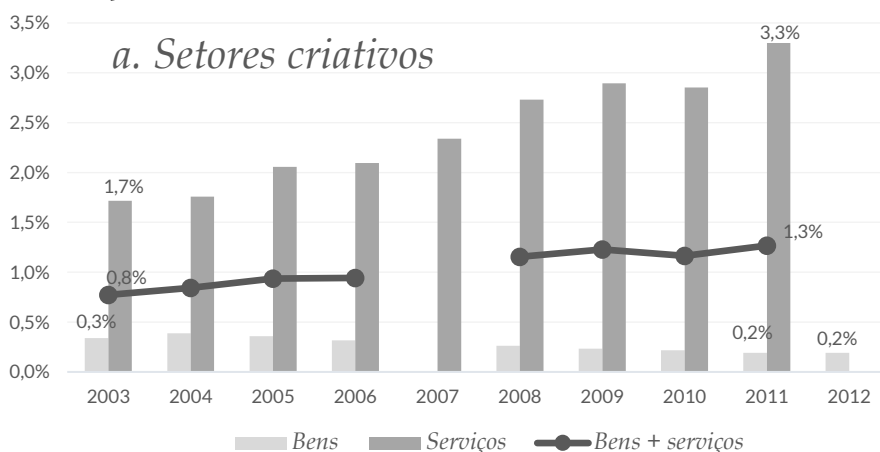
**Gráfico 3 - Exportações de bens dos setores criativos:  
Variação % no acumulado do período 2003-2012**



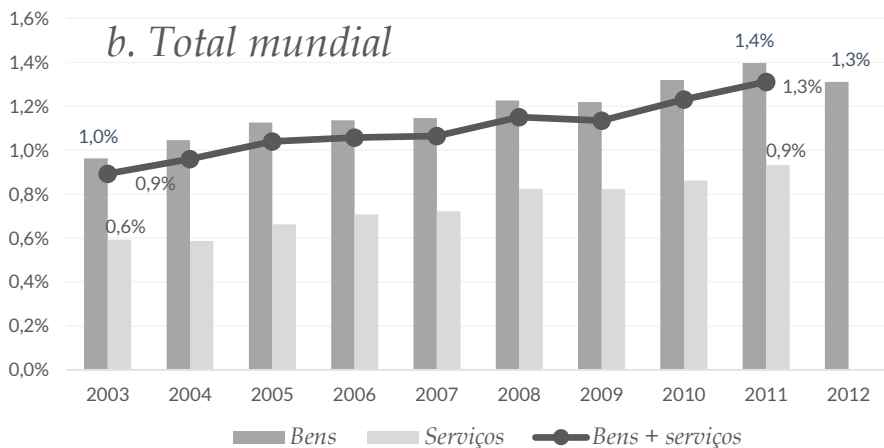
Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

A participação do Brasil nas exportações dos setores criativos aumentou de 0,8% em 2003 para 1,3% em 2011. Esse avanço de 0,5 p.p decorreu, exclusivamente, do desempenho do segmento de serviços, cujo peso no total mundial passou de 1,7% para 3,3% no mesmo período (+1,6 p.p). Já no segmento de bens, o peso das exportações brasileiras, além de menor no início do período (somente 0,3%) recuou ligeiramente entre 2003 e 2011 (para 0,2%), tal como mostra os Gráficos 4a e 4b.

**Gráfico 4 - Participação % do Brasil no total das  
exportações dos setores criativos e do mundo (Continua)**



**Gráfico 4 - Participação % do Brasil no total das exportações dos setores criativos e do mundo (Conclusão)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

Quando se comparam esses resultados com os observados para o total das exportações brasileiras, é verificável similaridades: a posição relativa do Brasil passou de 0,9% para 1,3% entre 2003 e 2011. Todavia, ao contrário dos setores criativos, a participação das exportações de bens no total mundial, além de bem maior do que no caso dos serviços, avançou de 1,0% para 1,4% no mesmo período, em função, sobretudo, do crescimento do valor das vendas externas de *commodities*<sup>11</sup>. O segmento de serviços também aumentou sua participação no total mundial, mas a partir de um patamar mais baixo e numa intensidade um pouco menor (de 0,6% para 0,9%, alta de 0,3 p.p.).

As informações sobre a posição relativa do Brasil nas exportações dos setores criativos revelaram aspectos importantes, que contribuem para a elaboração de políticas setoriais de estímulo a esses setores. O segmento de serviços é o destaque desde o início da série e aumenta ainda mais sua participação relativa ao longo do período. Já no total mundial, o segmento de bens responde pela maior parte das exportações dos setores criativos. Embora a participação brasileira nas exportações mundiais dos setores criativos ainda seja ainda pequena, a trajetória no período analisado foi positiva e se beneficiou do maior dinamismo do segmento de serviços comparativamente ao de bens.

Uma hipótese a ser levantada é que esse segmento é menos afetado negativamente pela trajetória da taxa de câmbio, que foi desfavorável às exportações na maior parte do período analisado (2003 – 2014). O saldo comercial de bens dos setores criativos tem sido persistente e crescentemente negativo desde 2008, especialmente em razão do incremento das importações, observado desde 2005. A partir de 2007, o saldo positivo observado nos anos anteriores converteu-se em negativo e seguiu em trajetória de crescente deterioração até 2014.

11. Houve dois *booms* de preços das *commodities* (2003-jul/2008 e 2009 a 2011) associados a uma combinação de fatores, dentre os quais está a demanda chinesa, que também impulsionou as quantidades exportadas pelo Brasil.

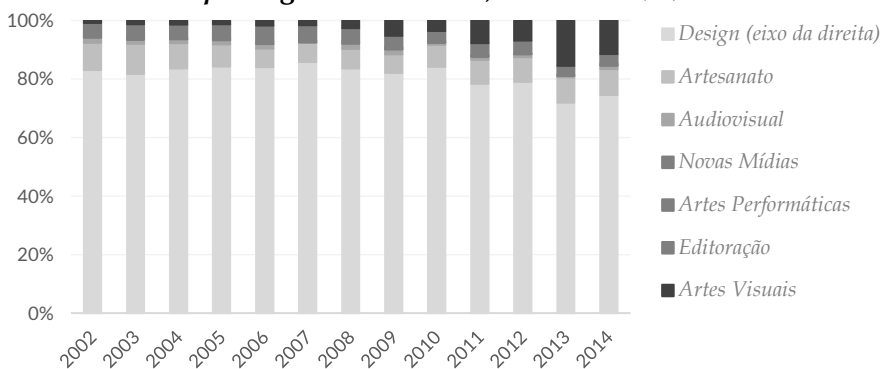


Baltar e Prates (2014) mostram que a partir de 2007 o comércio exterior de bens manufaturados tornou-se deficitário e o superávit comercial passou a se ancorar, exclusivamente, na balança de bens primários e intensivos em recursos naturais. No período que sucedeu a crise financeira global, a divergência no desempenho desses dois grupos de bens acentuou-se, com o aumento do resultado deficitário em bens manufaturados e a ampliação do saldo positivo em primários e intensivos em recursos naturais. O resultado do saldo comercial da chamada indústria criativa, nesse sentido, é paradigmático.

No total do período, as exportações brasileiras de bens de setores criativos cresceram cerca de 31%. Destes, em relação aos segmentos, o de artes visuais representa a categoria com maior crescimento no período de 2002 a 2014 (+1782%), o que se explica, em parte, pelo valor inicial muito baixo. O segundo segmento foi novas mídias (79%), em linha com o que se observou no comércio mundial de bens. O terceiro segmento por esse critério foi artesanato (25%) e o quarto *design* (18%). Em contrapartida, nos segmentos de artes performáticas e audiovisual, o valor exportado recuou no período (-25% e -13%, respectivamente).

Observa-se que a participação do segmento de *design* no total das exportações da indústria criativa, crescente até 2007, iniciou a partir de então um movimento de queda até 2014, que resultou numa redução de cerca de 12 p.p. entre esses dois anos. No entanto, esse segmento manteve sua posição de liderança nas exportações de bens dos setores criativos, à maneira do que se observa nas exportações mundiais de bens do setor<sup>12</sup>. As artes visuais foram o segmento cuja participação mais aumentou no período (cerca de 10 p.p.), seguida de artesanato (+2 p.p.), de acordo com o Gráfico 5.

**Gráfico 5 - Exportações de bens da indústria criativa por segmento - Brasil, 2002-2014 (%)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (nd).

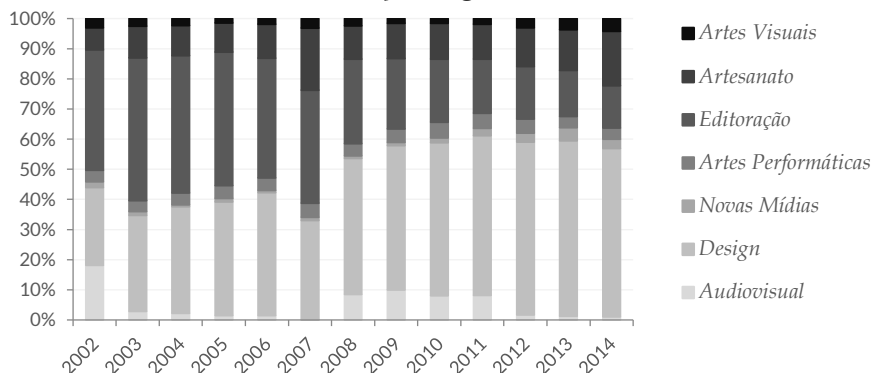
Dado o peso representado pelo segmento de *design*, cabe destacar as categorias que o compõem. As duas categorias mais importantes são *design* de interiores e as Joias, que representam cerca de 90% do total das exportações desse segmento ao longo

12. Em escala mundial, o predomínio é menor, ficando a participação do *design* com cerca de 60% no total das exportações de bens dos setores criativos.

do período, sendo o de *design* de interiores o mais importante.

Em relação às importações, o período de 2002 a 2011 mostra um crescimento considerável. Houve uma queda em 2009, que foi retomada a partir de 2011. O movimento que mais chama a atenção, no período é o crescimento das importações de produtos de *design*, de US\$ 132 milhões para US\$ 1.552 milhões (+ 1070%) e de artesanato, de US\$ 37 para US\$ 502 milhões (+1232%) – Gráfico 6.

**Gráfico 6 – Importações de bens da indústria criativa por segmento (%)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (nd).

É importante destacar que, com exceção do segmento do audiovisual, todos os segmentos da indústria criativa mostraram aumento de importações. No que tange às mudanças de distribuição das importações desses bens no período em análise, dois movimentos se fazem notar. O primeiro relaciona-se ao aumento da participação do segmento da editoração (+7,4 p.p.), *design* (+6,2 p.p.) e artesanato (+3,2 p.p.). O segundo, entretanto, mostra a queda acentuada da participação do segmento audiovisual (-15,3 p.p.).

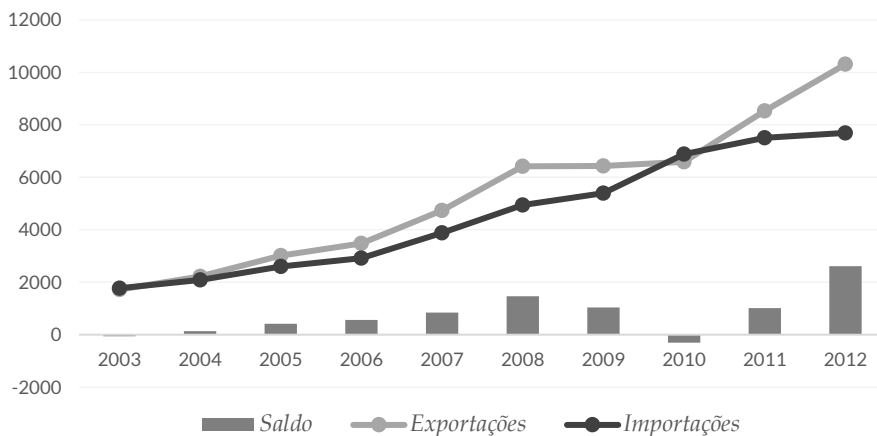
O segmento do *design* também representa um papel importante no desempenho das importações da indústria criativa, ultrapassando, em 2008, a participação do segmento de editoração. Nas importações, a categoria dentro do *design* que predomina é a de moda, com 47,5% das importações do segmento de *design* em 2014, seguida de brinquedos (22,8%) e *design* de interiores (22,7%).

A análise do desempenho do comércio exterior da indústria de bens criativos consolida-se pelo saldo comercial gerado. Assim, tem-se que o segmento de *design* passou de um superávit de US\$ 680 milhões em 2004 para um déficit de US\$ 1 bilhão em 2014. O segundo pior desempenho foi do segmento de artesanato, que de um superávit de US\$ 20 milhões passou a um déficit de US\$ 429 milhões, seguido do de Editoração, em que se observou um aprofundamento significativo do déficit, de US\$ 178 milhões para US\$ 362 milhões. Por outro lado, tem-se que o segmento com maior melhora no desempenho comercial brasileiro foi o do audiovisual, em que o déficit de US\$ 82 milhões converteu-se em um superávit de US\$ 62 milhões ao longo do tempo analisado.

Ao contrário do que se verifica no comércio de bens, o saldo da balança de serviços dos setores criativos é positivo no período em análise – com exceção dos anos de 2003 e 2010, em que se observaram discretos déficits. Esse resultado decorre do maior ritmo de crescimento das exportações desses serviços relativamente ao registrado pelas importações de 2003 a 2008. De 2008 a 2010, as exportações mantiveram-se estáveis, mas num patamar superior ao das importações (salvo em 2010). Finalmente, nos últimos dois anos disponíveis para esta série, 2011 e 2012, o ritmo de aumento das exportações voltou a superar o das importações, tal como mostra o Gráfico 7.

No total do período, as exportações de serviços dos setores criativos cresceram 500%. Por terem partido de uma base muito fraca, os segmentos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e propaganda, pesquisa de mercado e opinião são os que apresentaram taxas de crescimento mais elevadas (1427% e 591%, respectivamente). No entanto, o aumento das exportações do segmento arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, de 493%, foi o que mais contribuiu positivamente, em valor, para o desempenho das exportações dos serviços dos setores criativos devido à sua maior participação no total.

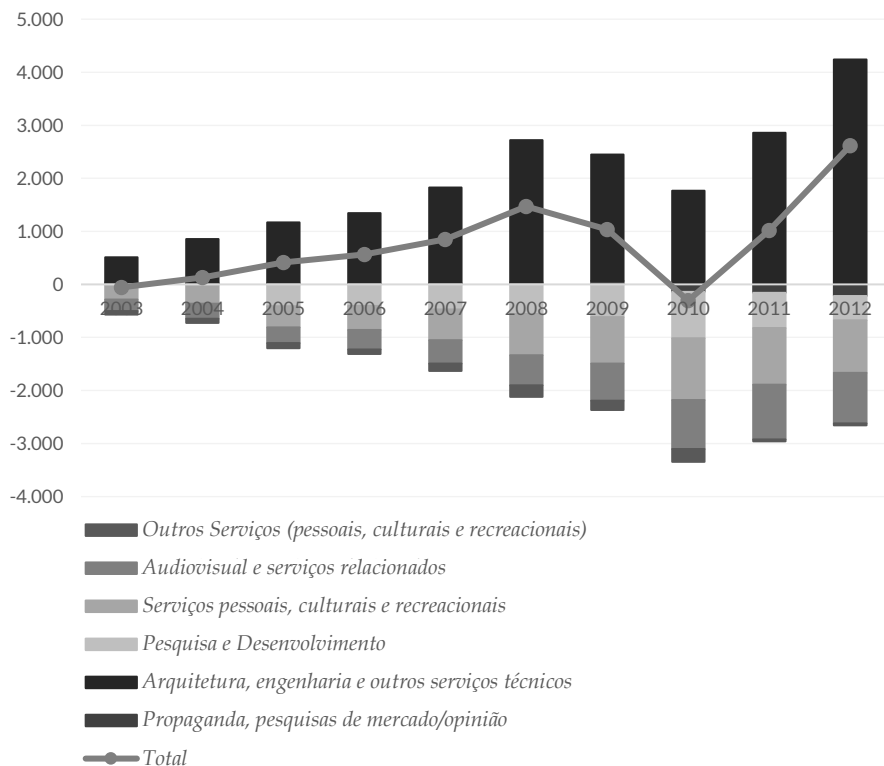
**Gráfico 7 - Exportações, Importações e saldo de serviços criativos - Brasil, 2003-2012 (US\$ Milhões)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

Assim, chega-se a 2012 com uma participação do segmento arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos de 87% no total das exportações de serviços dos setores criativos, seguidos do segmento propaganda, pesquisa de mercado e opinião (6,8%) e P&D (5,6%). Esta distribuição dos segmentos no Brasil espelha-se diante da conotação mundial, em que também se observa o predomínio do segmento de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, seguida de P&D e de propaganda, pesquisa de mercado e opinião. No entanto, no caso das exportações mundiais desses serviços, a pauta é muito mais equilibrada do que a verificada no Brasil, ou seja, é menos concentrada em uma única categoria. O resultado, em termos de desempenho comercial, é traçado pelo saldo da balança comercial dos serviços criativos – Gráfico 8.

**Gráfico 8 – Saldo comercial de serviços criativos – Brasil, 2003-2012 (US\$ Milhões)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (nd).

As importações de serviços dos setores criativos também cresceram significativamente no período em análise, em torno de 334%. Por partir de uma base baixa em 2003, a categoria propaganda, pesquisas de mercado/opinião foi a que apresentou maior ritmo de expansão no período (1.377%), seguida de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos (354%). Em termos de valor, este último segmento, cujas importações passam de US\$ 472 milhões para US\$ 4,2 bilhões, em um movimento ininterrupto, também são as que mais pesam no total das importações desses serviços.

O segundo segmento com maior valor de importações é serviços pessoais, culturais e recreativos (embora com queda em 2011 e 2012), seguido de propaganda, pesquisas de mercado/opinião e do audiovisual e serviços relacionados. Como consequência desta evolução, em 2012 verifica-se o predomínio de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos (61% do total de importações de serviços criativos), enquanto os três outros segmentos seguintes respondem, cada um, por 13% do total. De forma geral, o saldo comercial dos serviços dos setores criativos, como já mencionado, é positivo na maior parte do período de análise.

## 5. Considerações finais

O presente capítulo buscou discutir conceitos relacionados aos setores culturais e criativos (SCC), de forma a permitir que se tenha um escopo que fundamente a mensuração do desempenho comercial desses setores. O enfoque para o Brasil permitiu delimitar a capacidade desses setores impactarem a dinâmica das transações em âmbito internacional.

Em relação a discussão conceitual, notou-se a presença de um conflito entre foco e abrangência. Quanto mais restrito o foco conceitual que define aqueles setores, menor o escopo econômico a ser analisado. Por outro lado, quanto mais abrangente o conceito utilizado, mais o impacto relativo dos setores incluídos no conjunto da atividade econômica; porém, isto reduz a precisão com que, de fato, se está mensurando a importância da cultura e da criatividade, o que limita a possibilidade de se construir políticas públicas voltadas ao seu fortalecimento.

De forma a possibilitar a mensuração e aplicabilidade de tais conceitos, utilizou-se o escopo metodológico da Unctad. Foi possível destacar as principais tendências do comércio mundial de bens e serviços dos SCC e a posição relativa do Brasil nesse comércio. Em síntese, viu-se que no período 2003-2014 houve um determinante fundamental do desempenho comercial na dinâmica da economia internacional, que foi marcada por duas fases bem distintas. A primeira, que se estendeu de 2003 a 2007, caracterizou-se por altas taxas de crescimento tanto da economia como do comércio mundial e foi interrompida pela eclosão da crise financeira global de 2008. A segunda, de 2009-2014, apresentou um baixo dinamismo econômico e uma forte desaceleração desse comércio, em função da grande recessão que sucedeu esta crise.

Os resultados permitem avançar, ainda que de forma sintética, na reflexão sobre a formulação de políticas setoriais que visem estimular o desenvolvimento estes setores. Essas políticas podem e devem ser abrangentes, envolvendo iniciativas de diferentes órgãos do governo. No segmento de bens, o desenho de uma política de comércio exterior que busque a redução do seu déficit deve centrar seus esforços no segmento de *design*, tanto por seu peso no total como por seu desempenho recente (queda das exportações e crescimento acentuado de importações). O segmento de artesanato parece ser promissor em termos de potencial exportador, embora o aumento recente de suas exportações tenha sido acompanhado por um movimento *pari passu* das importações. Também devem ser foco de atenção os segmentos de artes visuais (cujo maior dinamismo no período pós-crise resultou no aumento da sua participação no total) e de novas mídias – que, embora ainda tenha uma pequena participação nas exportações brasileiras dos setores criativos e tenha ampliado seu déficit no período analisado, foi o mais dinâmico em âmbito mundial no período analisado.

No que se refere ao destino das exportações, a atual diversificação é positiva, mas o Brasil deveria centrar esforços na intensificação do comércio Sul-Sul, como sugere a Unctad (2010). Já no caso das importações, há uma marcante e crescente predominância de produtos chineses, o que sugere a importância de estudos mais detalhados sobre a composição dessas importações, que podem auxiliar na formulação de iniciativas de defesa comercial.

Já no segmento de serviços dos setores criativos, as iniciativas devem se voltar não somente para a categoria de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos

(que respondiam por 87% do total em 2012 e eram a única categoria responsável pelo superávit do comércio desses serviços), mas também para propaganda, pesquisa de mercado/opinião e P&D, que apesar de ainda pouco expressivos na pauta exportadora brasileira (6,8% e 5,6%, respectivamente), exibiram elevado dinamismo em âmbito mundial no período em tela.

A eficácia dessas políticas, contudo, depende tanto do patamar dos preços macroeconômicos (sobretudo da taxa de câmbio, mas também da taxa de juros e de salários) como da evolução da demanda externa, que é reflexo do desempenho dos mercados de destino das exportações brasileiras.

## 6. Referências

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

AUSTRALIAN GOVERNMENT. **Creative Australia**: National Cultural Policy. Canberra: The Government of the Commonwealth of Australia, 2013. Disponível em: <<http://creativeaustralia.arts.gov.au/assets/Creative-Australia-PDF-20130417.pdf>>. Acesso em: 1 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. **Creative nation**: Commonwealth cultural policy. Canberra: The Government of the Commonwealth of Australia, 1994. Disponível em: <<http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>>. Acesso em: 1 abr. 2015.

BALTAR, C. T.; PRATES, D. M. O Desempenho das Exportações Brasileiras e Chinesas após a Crise de 2008-2009. **Boletim NEIT**, v. 41, p. 5, 2014.

BELL, D. **The Coming of Post-Industrial Society**. New York: Harper Colophon Books, 1974.

COHEN, S. S., ZYSMAN, J. **Manufacturing Matters**: the myth of the post-industrial. Basic Books, 1988.

COMTRADE. **UN Comtrade Database**. Nova Iorque: UN, nd. Disponível em: <<https://comtrade.un.org/>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

CUNNINGHAM, S. D. From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. **Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources**, v. 102, n. 1, p. 54-65, 2002.

\_\_\_\_\_. Creative industries, its critics, and some answers. **Ekonomiaz**, v. 78, n. 3, p. 47-60, 2011.

DCMS. **Creative Industries Mapping Documents 1998**. London: Department of Culture, Media & Sports, United Kingdom Government, 1998. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>. Acesso em: 5 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **Creative Industries Mapping Documents 2001**. London: Department of Culture, Media & Sports, United Kingdom Government, 2001. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>>. Acesso em: 5 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **Creative Industries Economic Estimates**, January. London: Department of Culture, Media & Sports, United Kingdom Government, 2016. Disponível em: <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/494927/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_January\\_2016.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/494927/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2016.pdf)>. Acesso em: 11 fev. 2016.

DERTOUZOS, M. L.; SOLOW, R. M.; LESTER, R. K. **Made in America: Regaining the Productive Edge**. The MIT Press, 1989.

DUNNING, J. H. **Alliance Capitalism and Global Business**. Routledge, 2014.

EUROPEAN COMMISSION. **Unlocking the potential of cultural and creative industries** (Green paper). Brussels: European Commission, 2010.

FLEW, T. **The Creative Industries: culture and policy**. SAGE Publications, 2012.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life**. New York: Perseus Book Group, 2002.

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**, v. 11, n. 1, p. 15-29, 2005.

HAUSMANN, R. et al. **The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity**. Cambridge: MIT Press, 2013.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: how people make money from ideas**. Penguin Business, 2001.

KEA. **The Economy of Culture in Europe**. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). Brussels: European Commission, 2006.

MARCUSE, H. **Eros and Civilization**. Beacon, 1955.

O'CONNOR, J. **The Cultural and Creative Industries: a literature review**. Creativity, Culture and Education, 2010.

ROWTHORN, B.; RAMASWAMY, R. **Deindustrialization: causes and consequences**. IMF Working Paper No. 97/42 April. Washington, DC: International Monetary Fund, 1997.

SMITH, C. **Creative Britain**. London: Faber and Faber, 1998.

\_\_\_\_\_. Creative Britain: where have we got to? London, **The Guardian**, 18 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/nov/18/creative-britain-chris-smith-2013>>. Acesso em: 2 abr. 2015.

UNCTAD. **Creative Economic Report 2010**. Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.

\_\_\_\_\_. **Trade and Development Report 2008**. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2008.

\_\_\_\_\_. **Trade and Development Report 2013**. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2013.

\_\_\_\_\_. **UNCTADstat**. Genebra: Unctad, nd. Disponível em: <<http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>>. Acesso em: 16 maio 2015.

UNESCO. **Creative Economy Report 2013**. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2013.

\_\_\_\_\_. **Cultural times - The first global map of cultural and creative industries**, December. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015

\_\_\_\_\_. **Understanding Creative Industries Cultural**: statistics for public-policy making. Paris: United Nations Educ



Este livro foi composto na tipologia Book Antiqua, em corpo 9 pt  
e impresso no papel Offset 90 g/m<sup>2</sup> na Gráfica da UFRGS

Editora da UFRGS • Ramiro Barcelos, 2500 - Porto Alegre, RS - 90035-003 - Fone/fax (51)  
3308-5645 - editora@ufrgs.br - www.editora.ufrgs.br • Direção: Alex Niche Teixeira •  
Editoração: Luciane Delani (Coordenadora), Carla M. Luzzatto, Cristiano Tarouco, Fer-  
nanda Kautzmann, Lucas Ferreira de Andrade, Maria da Glória Almeida dos Santos e Ro-  
sângela de Mello; suporte editorial: Jaqueline Moura (bolsista) • Administração: Aline Vas-  
concelos da Silveira, Getúlio Ferreira de Almeida, Janer Bittencourt, Jaqueline Trombin,  
Laerte Balbinot Dias, Najára Machado e Xaiane Jaensen Orellana • Apoio: Luciane Figueiredo.

A coleção *Atlas Econômico da Cultura Brasileira* pretende desenvolver subsídios teóricos e empíricos à construção de metodologias de avaliação do impacto dos setores culturais e criativos (SCC) sobre a evolução da economia brasileira. Tal coleção guarda a responsabilidade de preceder o esforço de mensuração a ser realizado ao longo dos dois próximos anos.

Dessa maneira, propõe-se que a presente coleção cumpra um papel dual ao: (i) justificar a importância de um esforço de pesquisa com o *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, localizando-o na discussão teórica nacional e internacional e apontando especificidades setoriais; (ii) formular modelos metodológicos voltados aos quatro eixos temáticos do *Atlas Econômico da Cultura Brasileira*, que são empreendimentos culturais, mercado de trabalho, políticas públicas e comércio internacional. Além destes volumes iniciais, objetiva-se a organização de dez estudos setoriais, em torno das atividades econômicas enumeradas ao longo do debate a respeito da conta satélite da cultura (CSC) no Brasil.

  
**UFRGS**  
EDITORA

  
**CEGOV**  
CENTRO DE ESTUDOS INTERNACIONAIS  
SOBRE GOVERNOS

**NECCULT**

SECRETARIA DA ECONOMIA DA CULTURA | MINISTÉRIO DA CULTURA

  
**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

ISBN 978-85-386-0341-2  
  
9 788538 603412