

A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2011

O Sistema FIRJAN lançou em maio de 2008 o estudo “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”¹, mapeando o setor pela primeira vez no país. A referência foi a abordagem adotada pela UNCTAD², que sugere uma definição de indústria criativa como “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários”. Dessa forma, o estudo trouxe uma visão de cadeia da indústria criativa, composta por três grandes áreas: Núcleo Criativo³; Atividades relacionadas⁴ e Apoio⁵. Nesse escopo, ressalta-se a interdependência entre a indústria e os setores de comércio e serviços na cadeia da criativa.

Aquele estudo do Sistema FIRJAN descortinou o poder multiplicador de alto valor agregado da Indústria Criativa, gerando o interesse do poder público em monitorar, apoiar e desenvolver a expansão dessas atividades. Nesse sentido, após iniciativas nas esferas municipal⁶ e estadual⁷, foi criado no início de 2011, em nível federal, a Secretaria de Economia Criativa no Ministério da Cultura⁸.

Nesse contexto, esta Nota Técnica se propõe a atualizar o estudo pioneiro de 2008, apresentando um levantamento completo sobre a cadeia da Indústria Criativa no Brasil, com base em dados de 2010. Foram levantados o número de trabalhadores e a renda do trabalho para cada uma dos doze segmentos⁹ da indústria criativa definidos por aquele estudo. Além disso, com base nestes

¹ Disponível em: www.firjan.org.br/economia

² Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making

³ Atividades do setor de serviços que tem a criatividade como parte principal do processo produtivo.

⁴ Envolve segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo e compostos em grande parte por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo.

⁵ Atividades que englobam provisão de bens e serviços de forma indireta.

⁶ A Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro criou, por meio do decreto 34.128 de 14 de julho de 2011, a Rede Rio Distrito de Criatividade.

⁷ O Governo do Estado do Rio de Janeiro criou em 2009 uma Coordenação de Economia Criativa junto à Secretaria de Cultura.

⁸ Em setembro de 2011, a Secretaria de Cultura Criativa do Ministério da Cultura (SEC/Minc) encontrava-se ainda em processo de estruturação.

⁹ Arquitetura, Artes Cênicas, Artes Visuais, Design, Expressões Culturais, Filme & Vídeo, Mercado Editorial, Moda, Música, Publicidade, Software & Computação e TV & Rádio.



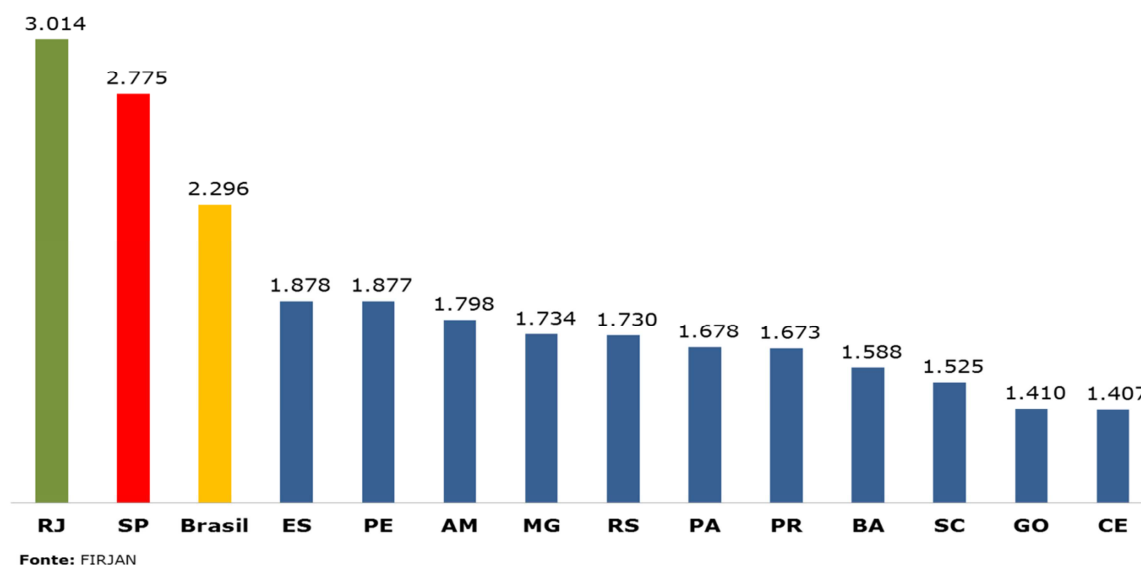
dados, estimou-se a participação da cadeia da indústria criativa no PIB brasileiro e em 13 estados selecionados¹⁰.

Geração de Renda no Núcleo da Indústria Criativa

Em média, os trabalhadores do núcleo¹¹ da indústria criativa brasileira são mais bem remunerados que os demais, o que é explicado pelo alto valor agregado da atividade e pelo elevado grau de instrução dos seus profissionais. Em 2010, a renda média mensal do núcleo criativo foi de R\$ 2.296, valor 45% superior à remuneração média (R\$ 1.588) dos empregados formais.

A renda superior do núcleo criativo é característica comum aos 13 estados investigados. No entanto, o núcleo criativo do Rio de Janeiro se destaca por ser o mais bem remunerado do País (R\$ 3.014), com renda 31% maior do que a média dos demais núcleos criativos estaduais e 64% superior a dos demais trabalhadores do Estado. Em seguida, está o estado de São Paulo, com remuneração média de R\$ 2.775 – **Gráfico 1**.

Gráfico 1 – Remuneração Média Mensal dos Empregados no Núcleo da Indústria Criativa – 2010 – R\$



A análise por segmentos evidencia a força do mercado de trabalho fluminense no que diz respeito à indústria criativa. O rendimento do núcleo criativo do estado do Rio é superior à média brasileira em todos os segmentos analisados, à exceção de *Design*. Em três dessas atividades, o profissional fluminense é o mais bem pago do país: *Televisão & Rádio*, com remuneração média de R\$ 4.971 – a maior dentre todos os segmentos do núcleo da indústria criativa; *Música* (R\$ 3.263), valor duas vezes superior à média nacional; e *Arquitetura* (R\$ 2.467) – **Tabela 1**.

¹⁰ Foram considerados os treze estados brasileiros que são acompanhados pela Pesquisa Industrial Mensal do IBGE, uma amostra que representa 90% do total de trabalhadores no núcleo da indústria criativa: Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

¹¹ Pela dificuldade em mensurar de forma distinta os processos criativo e industrial, os segmentos de *Moda e Expressões culturais* não são apresentados no núcleo criativo.


Tabela 1 – Remuneração Média Mensal dos Empregados nas Atividades do Núcleo da Indústria Criativa – 2010 – R\$

Unidades da Federação	Televisão & Rádio	Software & Computação	Mercado editorial	Publicidade	Arquitetura	Artes visuais	Música	Artes cênicas	Design	Filme & Vídeo
Brasil	2.757	2.693	2.178	1.967	1.713	1.370	1.357	1.355	1.294	1.060
Rio de Janeiro	4.971	3.060	2.473	2.111	2.467	1.674	3.263	1.489	1.050	1.142
São Paulo	3.362	3.198	2.753	2.474	1.685	1.651	1.319	1.555	1.548	1.289
Espírito Santo	1.876	2.354	1.811	1.384	1.121	1.031	1.568	806	706	755
Pernambuco	2.101	2.323	1.562	1.282	2.311	1.255	887	865	647	758
Amazonas	1.742	2.526	1.775	1.449	1.459	2.129	1.263	1.253	809	771
Minas Gerais	1.718	2.126	1.631	1.137	1.576	1.282	722	1.387	968	764
Rio Grande do Sul	1.494	2.370	1.498	1.351	1.314	921	845	1.448	1.313	1.017
Pará	1.298	2.259	1.481	1.235	1.642	2.179	661	763	708	722
Paraná	1.872	1.879	1.939	1.272	1.196	1.087	1.040	2.065	1.323	936
Bahia	2.022	1.831	1.660	1.368	1.388	843	722	1.358	1.045	746
Santa Catarina	1.421	1.749	1.373	1.174	1.071	1.063	1.130	892	1.975	904
Goiás	1.738	1.298	1.999	1.041	1.476	857	1.346	1.018	820	784
Ceará	1.574	1.960	1.212	994	1.374	1.021	661	600	601	681

Nota: Em azul negrito as maiores remunerações; em preto negrito remunerações acima da média nacional; e em vermelho negrito as menores.

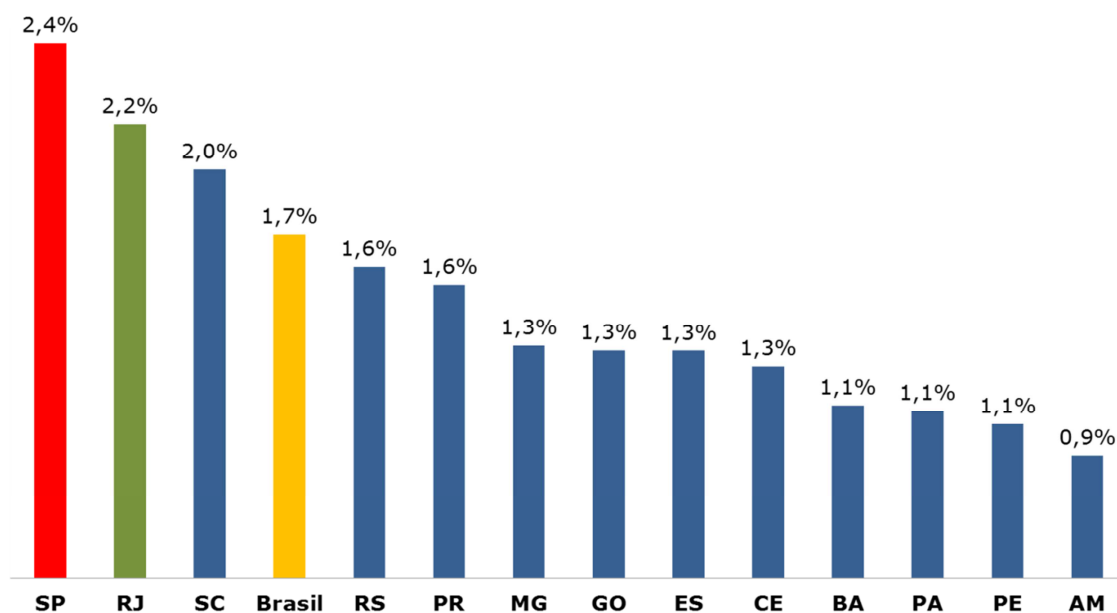
Fonte: FIRJAN

Por sua vez, São Paulo apresenta a maior remuneração média em quatro setores criativos: *Software & Computação* (R\$ 3.198), sobretudo serviços em tecnologia da informação e desenvolvimento de programas de computação; *Mercado editorial* (R\$ 2.753), que engloba as atividades de edição e impressão de livros e jornais; *Publicidade* (R\$ 2.474), com suas diversas agências de publicidade e institutos de pesquisas de mercado e opinião; e *Filme & Vídeo* (R\$ 1.289), que contempla a produção e a distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão.

Nos três estados da região Sul, chamam a atenção os salários pagos aos profissionais de *Design*, especialmente na atividade de decoração de interiores, cujos salários se aproximam de R\$ 2.000 em Santa Catarina, ante a média brasileira de R\$ 1.294. No outro extremo do país, na região Norte, os profissionais de *Artes visuais* do Pará e do Amazonas, que trabalham com atividades de museus, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos, são os mais bem pagos do País, com remuneração média superior a R\$ 2.100.

Emprego na Cadeia da Indústria Criativa

Em 2010, as atividades do núcleo do setor criativo empregavam 771 mil trabalhadores formais em todo o país, ou 1,7% do total. Dentre os treze estados investigados, São Paulo destacou-se pelo maior número de empregados no núcleo da indústria criativa brasileira (315 mil) e pela maior proporção de empregados no núcleo da indústria criativa em relação ao total de trabalhadores no estado (2,4%). Logo em seguida, aparecem os estados do Rio de Janeiro, onde 2,2% dos trabalhadores formais pertencem às atividades criativas, e Santa Catarina, com 2,0% da força de trabalho – **Gráfico 2**.


Gráfico 2 – Parcela do Núcleo da Indústria Criativa no Total de Empregados - 2010


Fonte: FIRJAN

Sob um olhar mais abrangente, que inclui as atividades relacionadas e de apoio ao núcleo criativo (**Tabela 2**), fica ainda mais evidente a extensão da indústria criativa no Brasil, responsável por aproximadamente 11 milhões de trabalhadores nas 184 atividades econômicas selecionadas. Isso significa que, em 2010, as atividades da indústria, serviços e comércio pertencentes à cadeia criativa empregavam quase $\frac{1}{4}$ dos trabalhadores formais do país (24,0%). Na distribuição por setor, percebe-se forte participação do setor industrial, responsável por 47% da força de trabalho da cadeia criativa em nível nacional.

Tabela 2 – Total de Empregados na Cadeia da Indústria Criativa por Setor Econômico - 2010

Unidade da Federação	Indústria	Comércio	Serviços	Total
Brasil	4.983.438	2.920.489	2.665.748	10.569.675
São Paulo	1.369.355	870.097	984.965	3.224.417
Minas Gerais	553.680	296.981	243.586	1.094.247
Rio de Janeiro	331.029	278.032	364.860	973.921
Rio Grande do Sul	386.290	186.362	125.535	698.187
Paraná	330.072	202.423	138.767	671.262
Santa Catarina	362.004	135.978	106.488	604.470
Bahia	256.691	139.506	105.070	501.267
Ceará	234.783	80.042	68.516	383.341
Pernambuco	178.228	99.531	84.191	361.950
Goiás	130.761	83.449	60.984	275.194
Espírito Santo	106.512	62.602	53.567	222.681
Pará	76.664	68.606	39.240	184.510
Amazonas	68.958	31.586	26.989	127.533

Fonte: FIRJAN

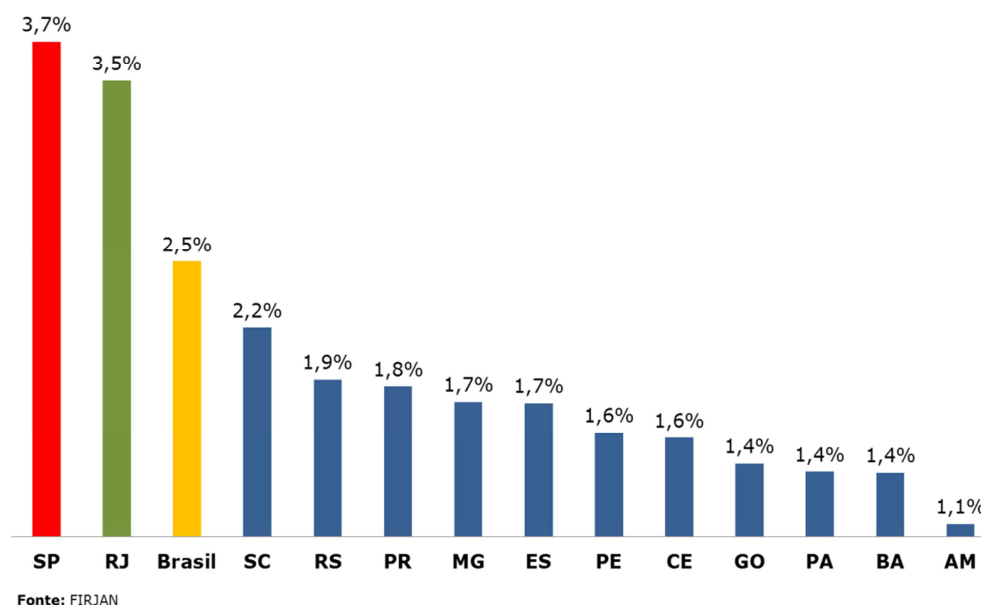


Entre os estados, destaque para Santa Catarina, onde a cadeia da indústria criativa emprega mais de 30% da força de trabalho, com forte concentração no segmento de *Moda (Vestuário)* e *Design* (indústria *Moveleira* e de *Artigos plásticos*).

Participação da Cadeia da Indústria Criativa no PIB

Com base nos dados de remuneração e empregados, estimou-se a participação econômica da cadeia da indústria criativa no PIB brasileiro e nos 13 estados selecionados. As estimativas apontam para uma participação do núcleo da indústria criativa no PIB brasileiro em 2010 de cerca de 2,5%, o equivale a R\$ 92,9 bilhões. Nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro este percentual supera 3,5% – **Gráfico 3**.

Gráfico 3 – Parcela do Núcleo da Indústria Criativa no PIB - 2010



Considerando as atividades relacionadas e de apoio ao núcleo criativo, o peso da cadeia da indústria criativa no PIB pode chegar a 18,2%, o equivale a R\$ 667 bilhões. Para efeitos de comparação, essa participação chega a ser maior do que toda a economia da região Sul (16,6%) no PIB brasileiro – **Tabela 3**.

Tabela 3 – PIB da Cadeia da Indústria Criativa – 2010
R\$ bilhões

Unidade da Federação	PIB
Brasil	667,0
São Paulo	253,5
Rio de Janeiro	76,3
Minas Gerais	59,8
Rio Grande do Sul	42,8
Paraná	40,5
Santa Catarina	35,4
Bahia	25,8
Pernambuco	16,7
Espírito Santo	15,1
Ceará	14,2
Goias	13,7
Pará	10,0
Amazonas	9,3

Nota: O PIB dos estados para 2010 foi estimado com base no PIB Brasil de 2010, mantendo-se a proporção dos estados no PIB Brasil de 2008.

Fonte: FIRJAN



Evolução do Núcleo da Indústria Criativa no Brasil e no Rio de Janeiro

Esta seção analisa a evolução do núcleo da Indústria Criativa no Brasil com base na comparação dos dados de 2010, apresentados nesta Nota Técnica, e os de 2006, referência para o estudo pioneiro lançado em 2008.

No Brasil, a renda média dos trabalhadores brasileiros do núcleo da indústria criativa passou de R\$ 1.663 em 2006 para R\$ 2.296 em 2010, o equivalente a um crescimento real de 13%. Para efeito de comparação, a renda média do trabalhador brasileiro cresceu 11% nesse período, alcançando R\$ 1.588 no ano passado. A atividade de *Televisão & Rádio* continuou como a que melhor remunera seus empregados, agora com salário médio de R\$ 2.757.

O Rio de Janeiro manteve-se como estado que melhor remunera os profissionais do núcleo criativo. O salário médio no estado passou de R\$ 2.127 em 2006 para R\$ 3.014 em 2010, crescimento real de 16%. Para efeito de comparação, a renda média do trabalhador fluminense cresceu 13% nos últimos quatro anos, hoje em R\$ 1.837. Como na análise nacional, a atividade de *Televisão & Rádio* continuou como a que melhor remunera os empregados fluminenses, agora com salário médio de R\$ 4.971.

Em relação ao número de trabalhadores nas atividades do núcleo da indústria criativa, o total no Brasil saltou de 599 mil para 771 mil entre 2006 e 2010. O número de empregados "criativos" cresceu, em média, 8,5% ao ano nesse período (ou 29% em quatro anos), ritmo mais acelerado que o mercado de trabalho brasileiro em geral (5,8% a.a. ou 25% no período). Dessa forma, os empregados no núcleo criativo representaram em 2010 1,75% do total dos trabalhadores brasileiros, ante 1,70% em 2006.

O segmento de *Software & Computação* apresentou o maior saldo de contratações nesses últimos quatro anos (86 mil novos empregados), mantendo-se como maior empregador do país dentre as atividades do núcleo criativo (328 mil empregados em 2010). Por outro lado, o segmento de *Música* apresentou saldo de demissões nesse período (1.300 postos de trabalho fechados), sobretudo nas atividades de gravação de som e edição de música.

Já no Rio de Janeiro, o número de trabalhadores nas atividades do núcleo da indústria criativa saltou de 77 mil em 2006 para 88 mil em 2010. Entretanto, o crescimento nas atividades do núcleo criativo nesse período (13%) foi menor que a média do Estado (21%). Isso se deve ao forte crescimento (acima de 50%) das atividades industriais, sobretudo a *Extrativa mineral* e a *Construção Civil*, as maiores geradoras de emprego no Estado nos últimos quatro anos.

Com remuneração e empregados crescendo acima da média, as atividades do núcleo criativo ganharam maior representatividade na economia nacional. Enquanto em 2006 respondiam por 2,4% do PIB, em 2010 alcançaram participação de 2,5%. Em termos nominais, o núcleo da indústria criativa movimentou R\$ 93 bilhões na economia brasileira em 2010. No estado do Rio, a importância do núcleo criativo para a economia fluminense (3,5%) continuou maior que na média nacional (2,5%), equivalendo em 2010 a R\$ 14,7 bilhões.



Anexo metodológico

O termo Indústrias Criativas foi cunhado pela primeira vez em um documento oficial em 1998, fruto do estudo encomendado pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido¹². O estudo visava mapear “os setores que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual.”

Essa iniciativa estimulou inúmeros países – Estados Unidos, Hong Kong e Alemanha, por exemplo - e organizações - como a UNCTAD - a estudar o setor criativo. É importante notar, porém, que a definição do setor variou em cada estudo, sem padronização nos dados divulgados, o que dificulta a comparação internacional. Além disso, muitas vezes as informações divulgadas diziam respeito apenas a cidades ou determinadas regiões, e não a países.

No Brasil, o estudo “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”, lançado pelo Sistema FIRJAN em 2008, seguiu a abordagem adotada pela UNCTAD, que traz uma visão de cadeia da indústria criativa composta por três grandes áreas: Núcleo Criativo, Atividades Relacionadas e Apoio. Com base na nova Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0), foi detalhado cada componente da cadeia criativa entre as atividades econômicas brasileiras. De um universo de 673 classificações econômicas, identificaram-se 184 associadas¹³ às atividades criativas, separadas pelas esferas de núcleo, atividades relacionadas e apoio¹⁴.

Na ausência de estatísticas oficiais, buscou-se uma metodologia para estimar a participação do setor criativo no PIB nacional. Partiu-se da hipótese de que a razão entre os rendimentos da força de trabalho e o produto interno bruto do segmento seja similar ao da economia como um todo. Essa hipótese se sustenta na baixa variância da participação da renda do trabalho na renda total entre diferentes setores da economia, e é utilizada com frequência em estudos empíricos¹⁵, com baixa margem de erros nas estimativas finais¹⁶.

Por fim, cabe mencionar que nas estimativas não foi considerada a parcela informal da cadeia criativa, uma vez que o estudo foi feito com base apenas em dados oficiais. Dessa forma, a não inclusão da economia criativa subterrânea (ou informal) deve levar a uma ligeira subestimação do seu valor real.

¹² Creative Industries Mapping Document (1998). Department for Culture, Media and Sports, United Kingdom.

¹³ Na versão 2011 do estudo, foi excluída da indústria criativa a atividade “CNAE 84124 - Regulação das atividades de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais”. Por sua vez, a atividade “CNAE 42120 - Construção de obras de artes especiais” foi transferida do núcleo da indústria criativa para atividades relacionadas.

¹⁴ A metodologia completa está disponível em www.firjan.org.br/economia

¹⁵ Entre outros, “Baseline study on Hong Kong creative industries” (Central Policy Unit, Hong Kong, 2003) e “Creative Industry in Helsinki and Amsterdam: a comparison” (Dienst Onderzoek en Statistiek, Amsterdam, 2007).

¹⁶ Testes econométricos apontam para um intervalo de confiança inferior a 10%, portanto, sem afetar significativamente a dimensão dos dados apresentados.



EXPEDIENTE: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) - Av. Graça Aranha, 01 - CEP: 20030-002 - Rio de Janeiro/RJ. **Presidente:** Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira; Diretor Geral do Sistema FIRJAN: Augusto Franco Alencar; Diretora de Desenvolvimento Econômico: Luciana de Sá; Gerente de Estudos Econômicos: Guilherme Mercês; Equipe Técnica: William Figueiredo, Gabriel Pinto, Jonathas Goulart, Marcio Afonso e Tatiana Sanchez. Contatos: Telefone: (21) 2563-4289 E-mail: estudos.pesquisas@firjan.org.br Web Site: www.firjan.org.br/economia