

# PESQUISA

## Indústria Criativa - Futuros Profissionais

**Diretoria de Desenvolvimento Econômico**  
**27 de maio de 2008**

## Objetivo da Pesquisa

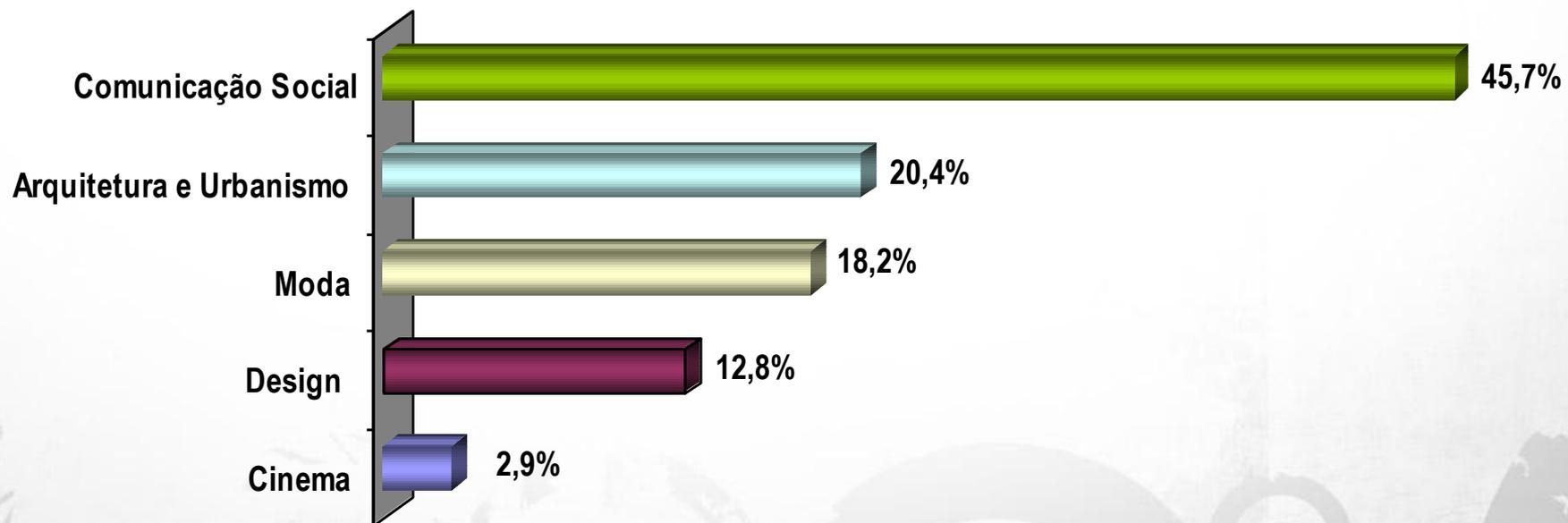
→ Considerando a universidade como o principal celeiro de formação de talentos, o objetivo foi averiguar dentre alunos dos cursos ligados à indústria criativa:

- motivações para escolha do curso
- visões sobre o mercado de trabalho na indústria criativa
- perspectivas profissionais.

## Perfil dos Entrevistados

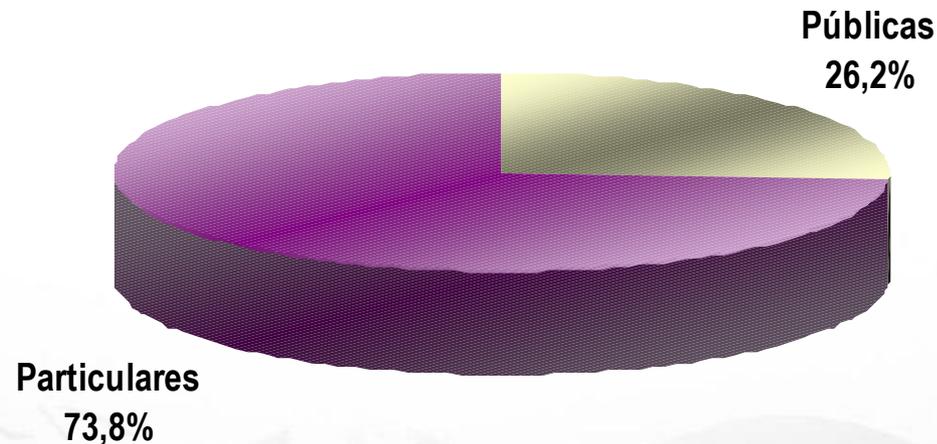
- Amostra composta por 808 universitários cursando o último período da graduação.
- Alunos dos cursos de Comunicação Social, Arquitetura e Urbanismo, Moda, Design e Cinema, presentes no Estado do RJ.
- 70,9% dos entrevistados com idade entre 18 a 24 anos.

## Perfil dos Entrevistados



## Perfil dos Entrevistados

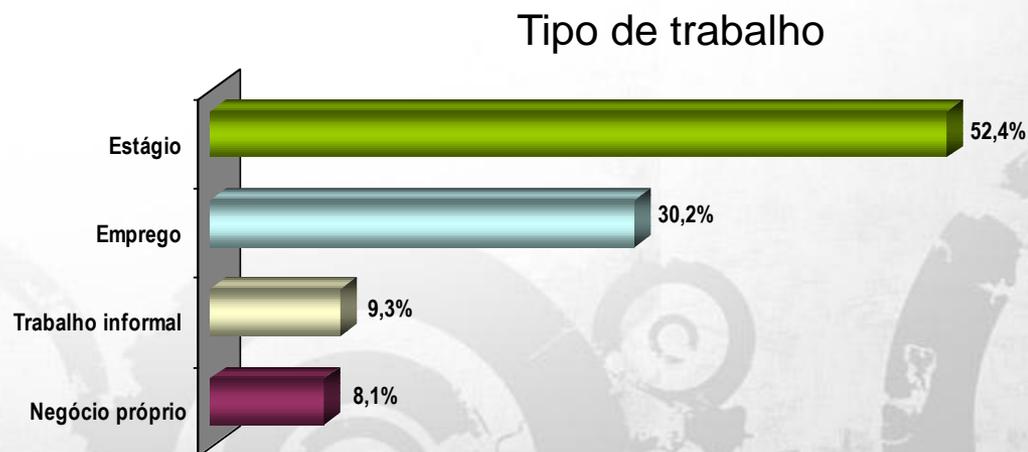
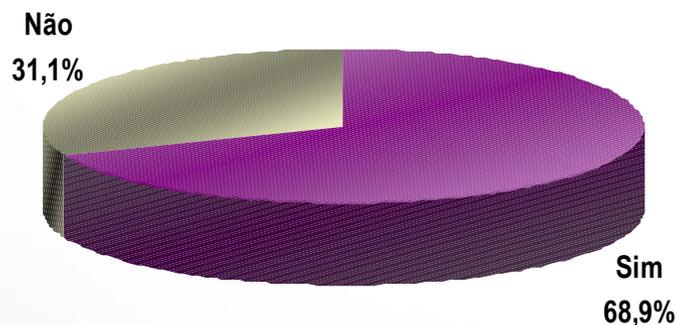
→ Dentre os entrevistados a maioria está matriculada em universidades particulares (o que de alguma forma relaciona-se ao perfil dos cursos).



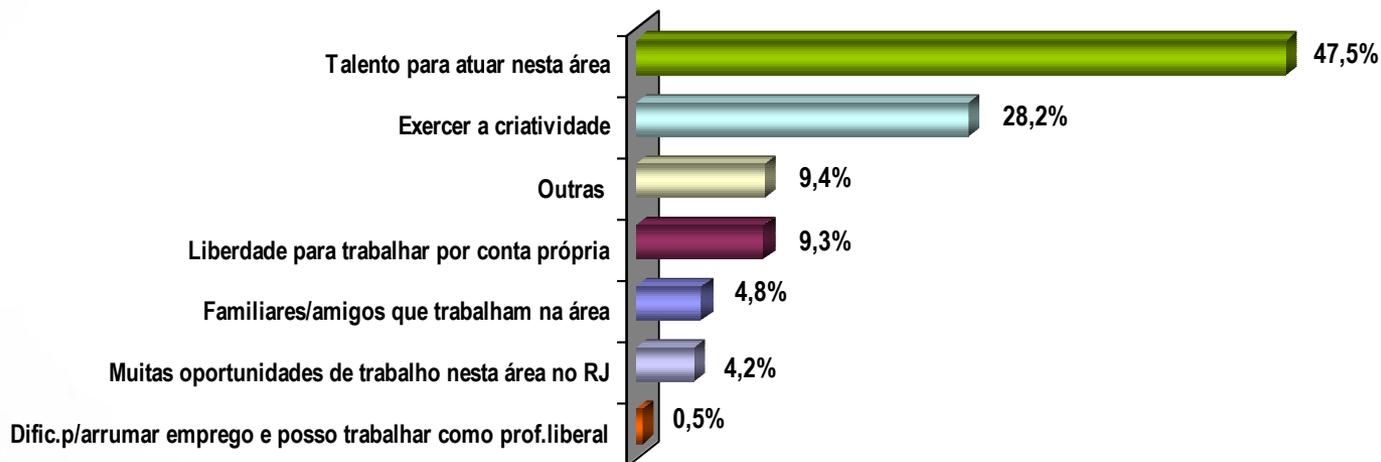
## Perfil dos Entrevistados

→ Dentre os entrevistados, mais de dois terços exercem algum tipo de atividade profissional. Destes, 52,4% fazem estágio e 30,2% estão empregados.

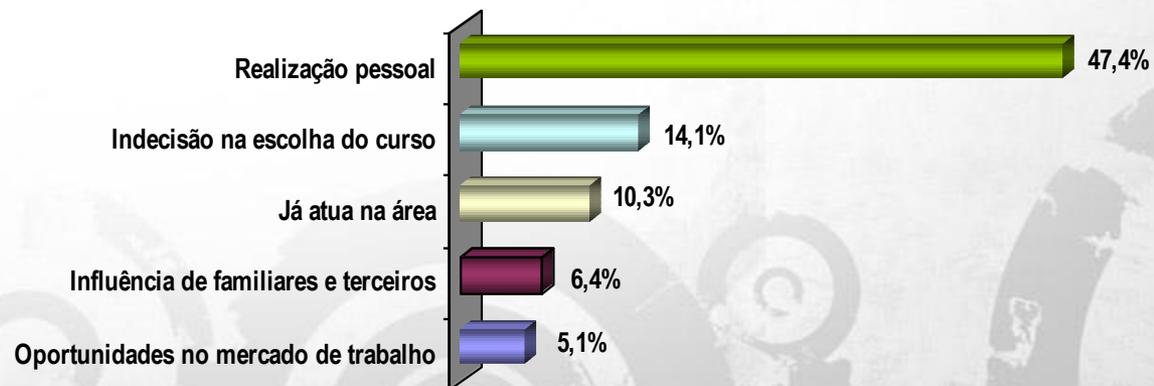
→ Destes, 52,4% fazem estágio e 30,2% estão empregados.



## Razões para escolha do curso



## Outra razão

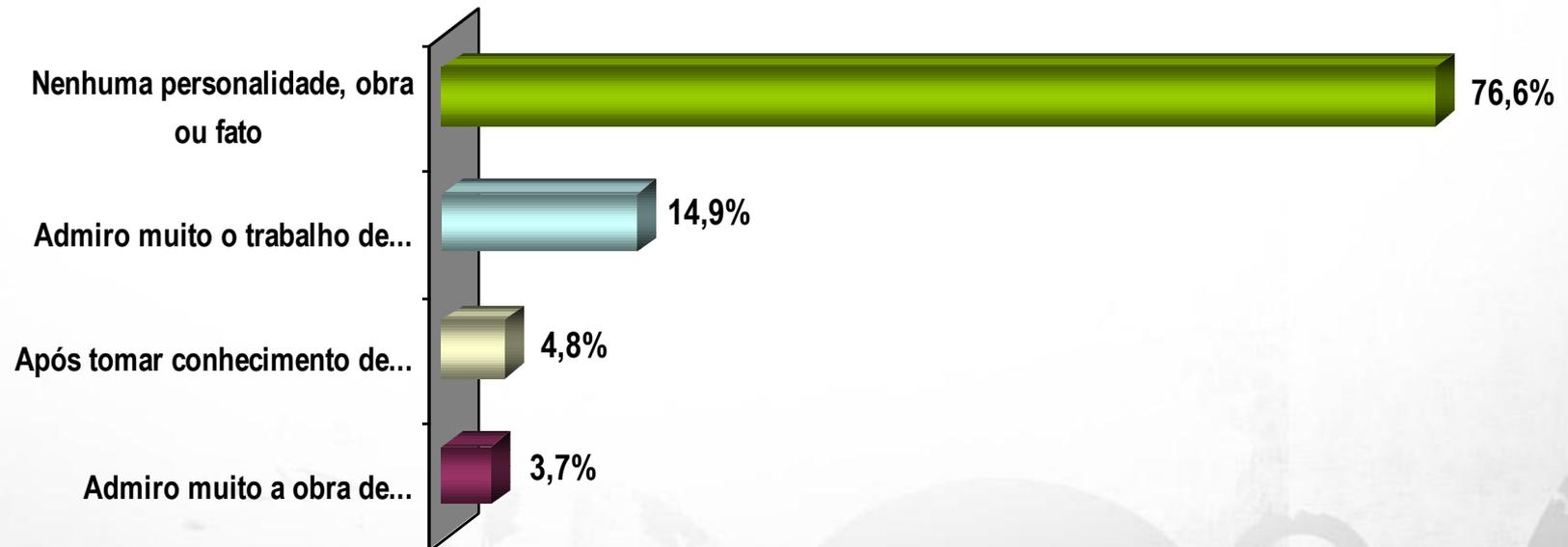


## Razões para escolha do curso

**→ Talento e criatividade => Fatores fundamentais no sucesso de uma profissão, em especial para as que são alvo da pesquisa.**

## Razões para escolha do curso

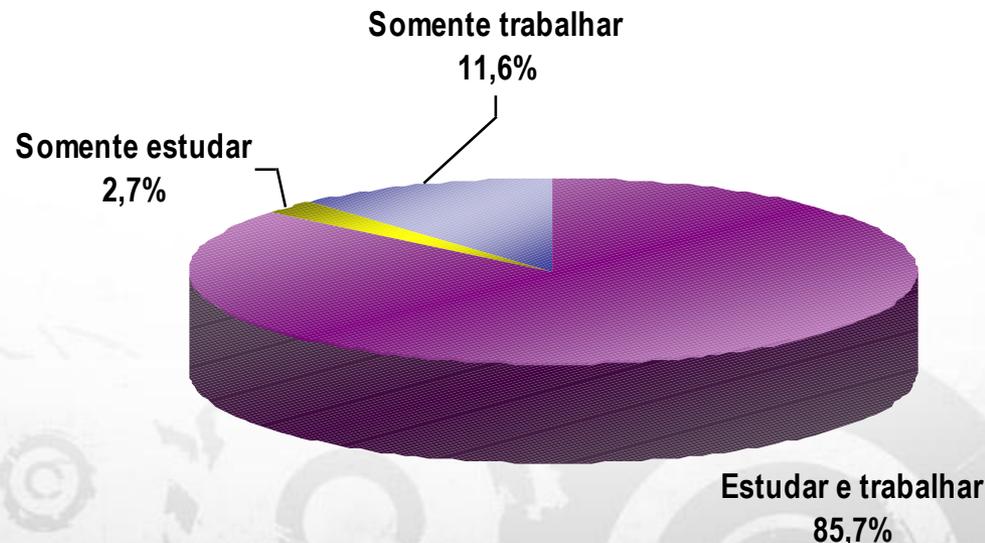
→ Nenhuma personalidade, obra ou evento em especial foi citado como decisivo para a escolha da profissão, segundo a maioria dos entrevistados.



## Intenção quanto aos estudos

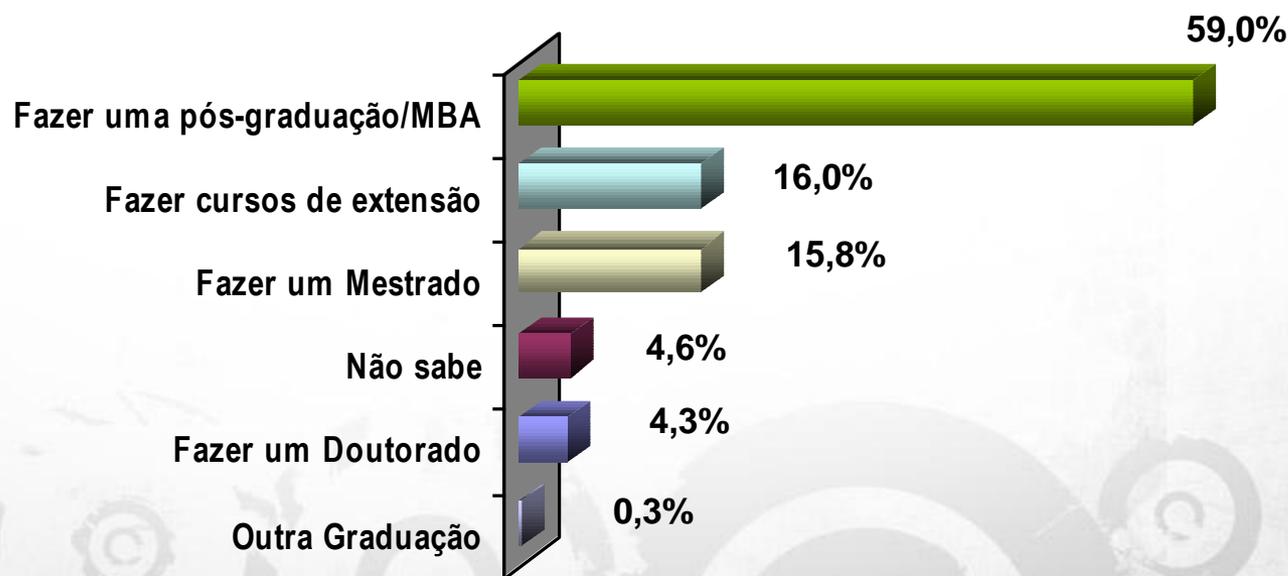
→ Dentre os entrevistados, a grande maioria pretende estudar e trabalhar após o término da graduação.

\* Valorização da conjugação teoria e prática, mudança de atitude entre os alunos de profissões que focavam na experiência profissional.



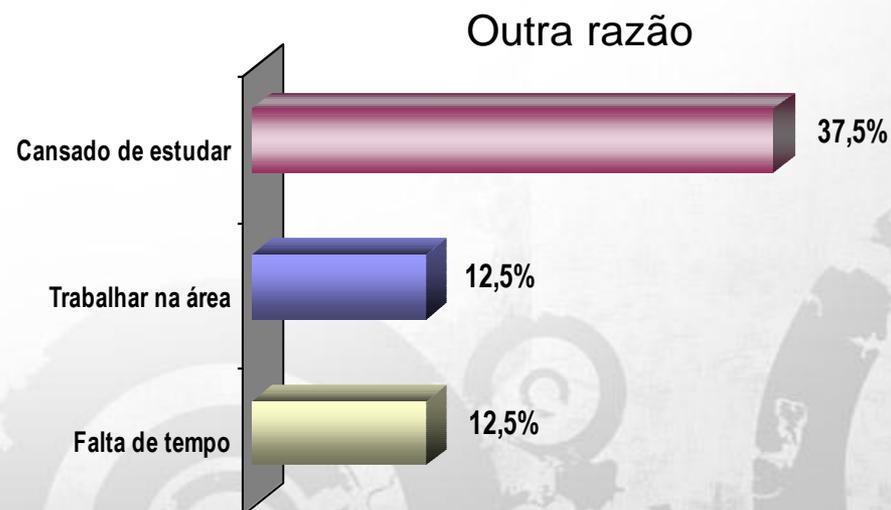
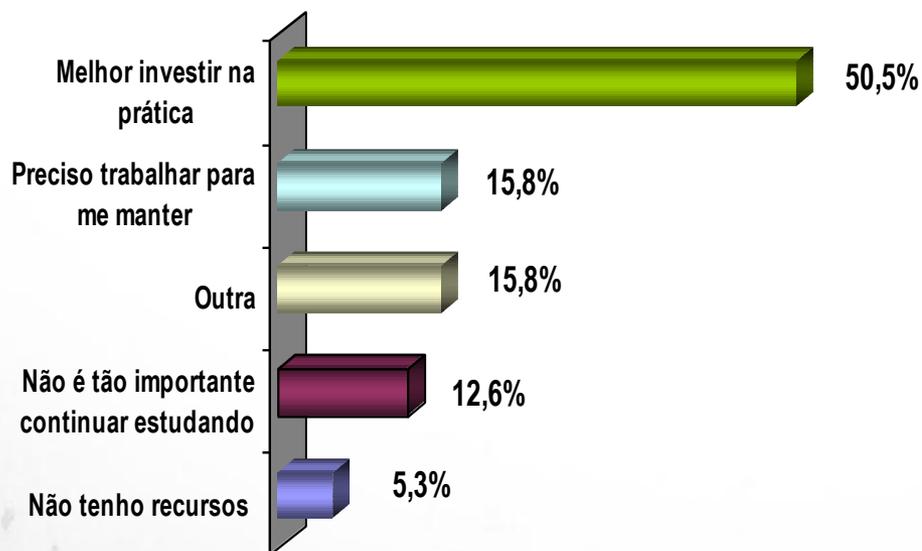
## Intenção quanto aos estudos

→ Dentre os entrevistados que responderam que pretendem continuar estudando, 59% pretendem cursar Pós-Graduação ou MBA (na mesma área da graduação escolhida, segundo 88,5% deles).



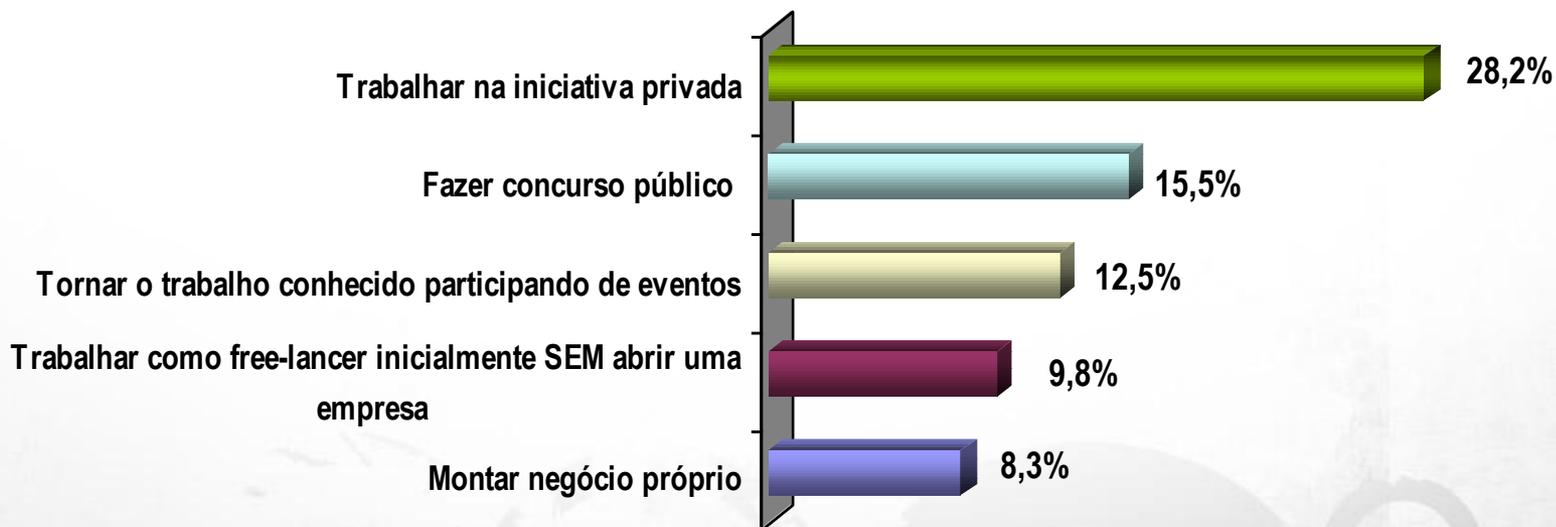
## Intenção quanto aos estudos

→ Investir na prática é a razão pela qual 50,5% dos entrevistados não pretendem continuar estudando.



## Mercado de trabalho

→ Trabalhar na iniciativa privada é a intenção de 28,2 % dos entrevistados como forma de ingressarem no mercado de trabalho quando concluírem os estudos.



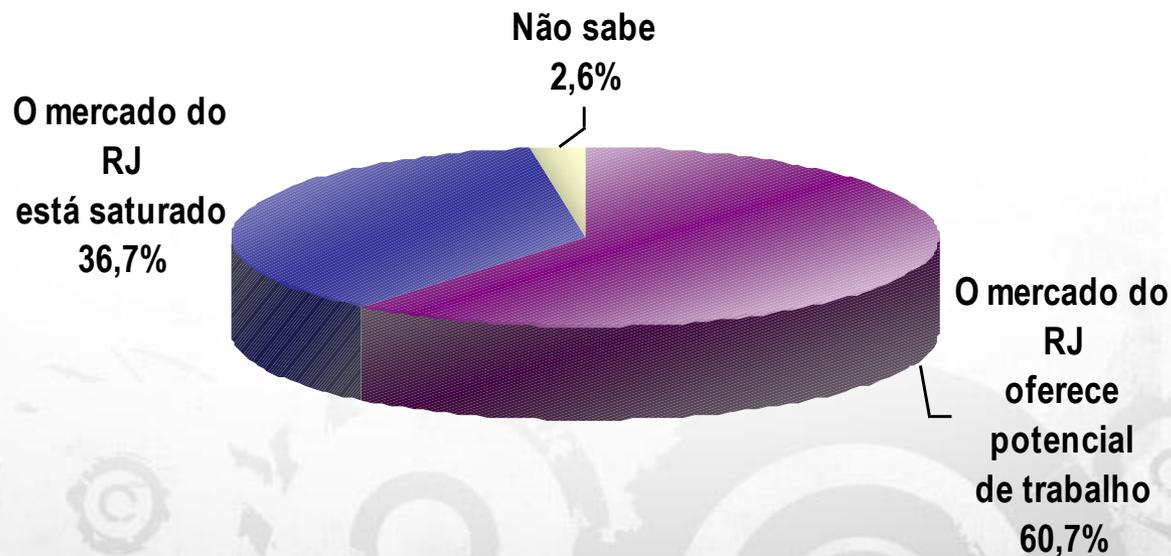
## Colocação no Mercado de Trabalho

→ Principais benefícios percebidos pelos alunos nesse mercado de trabalho: conseguir exercer sua criatividade, ter flexibilidade de horário de trabalho, trabalhar num ambiente informal e as oportunidades do mercado do RJ.



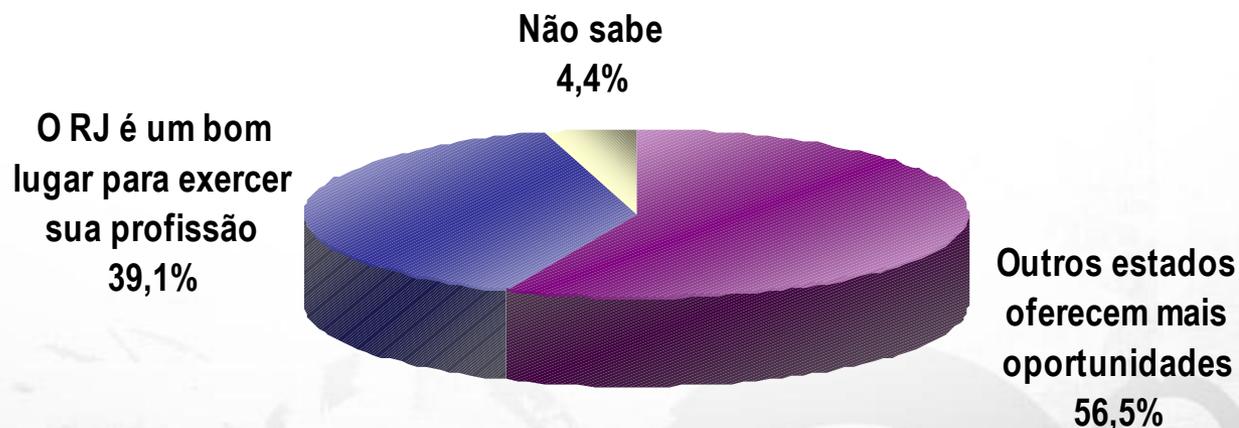
## Colocação no Mercado de Trabalho

→ Para 60,7% dos entrevistados, o Rio de Janeiro oferece potencial de trabalho.

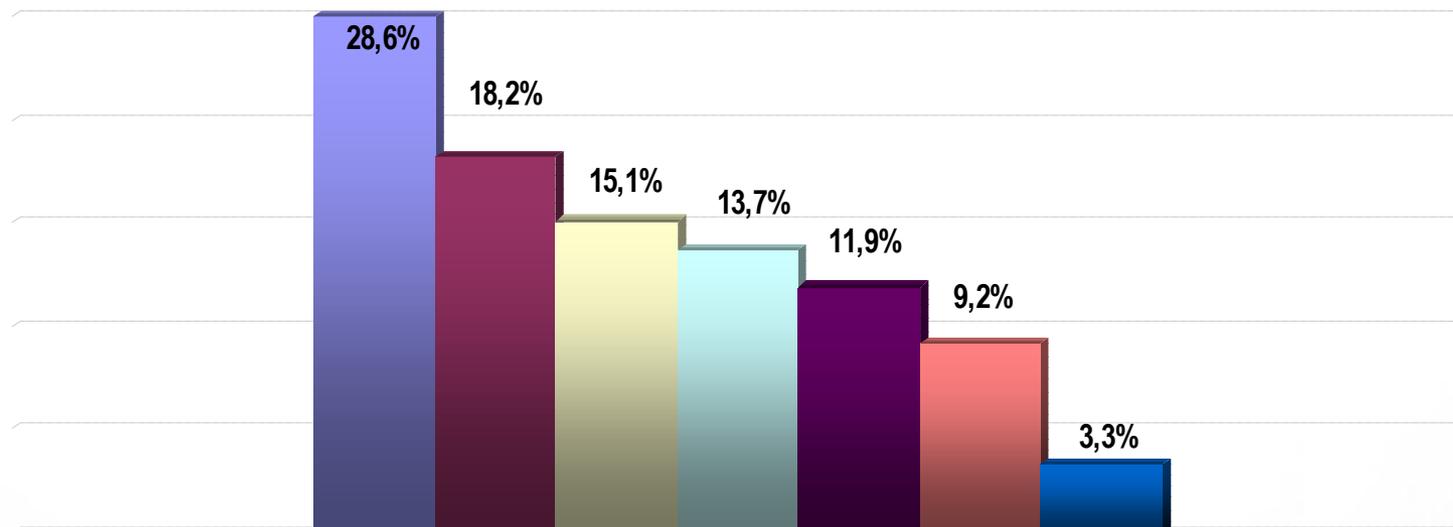


## Oportunidades na Área

→ Apesar de 39,1% dos entrevistados afirmarem que o Rio de Janeiro é um bom lugar para exercer a profissão, 56,5% enxergam oportunidades em outros estados.

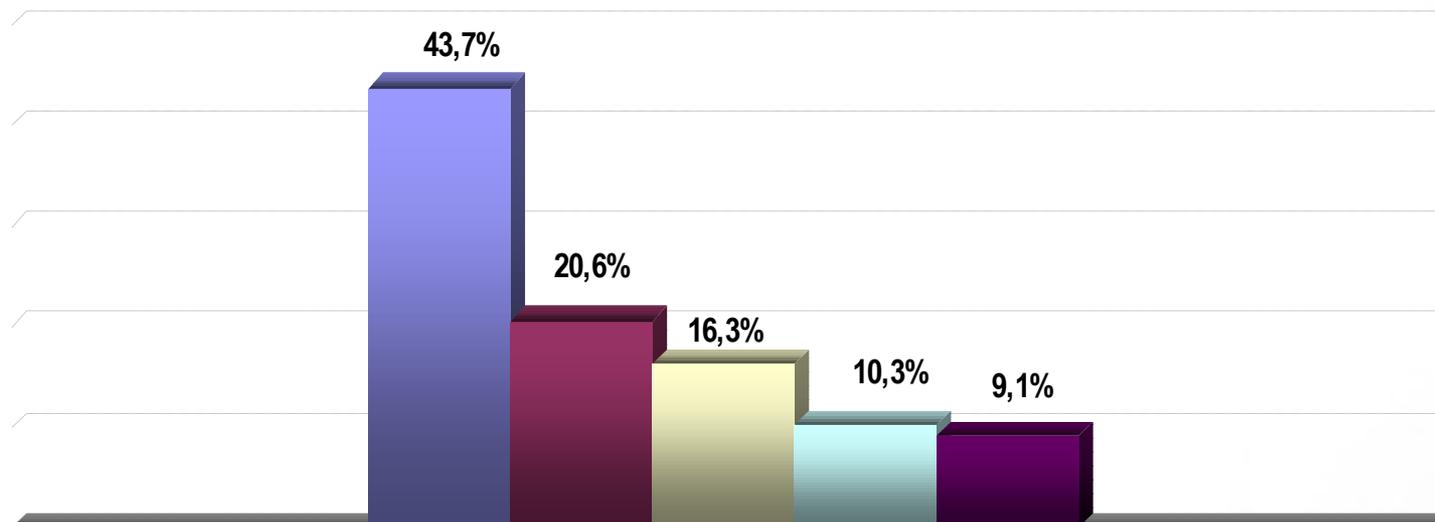


## Expectativas de Médio e Longo Prazo



- Montar um negócio próprio na minha área
- Trabalhar numa empresa /agência /atelier/escritório de design / escritório de arquitetura conceituado
- Trabalhar de forma independente para grandes empresas
- Trabalhar numa empresa privada
- Trabalhar numa empresa pública
- Trabalhar de forma independente com grandes nomes da área
- Não sabe

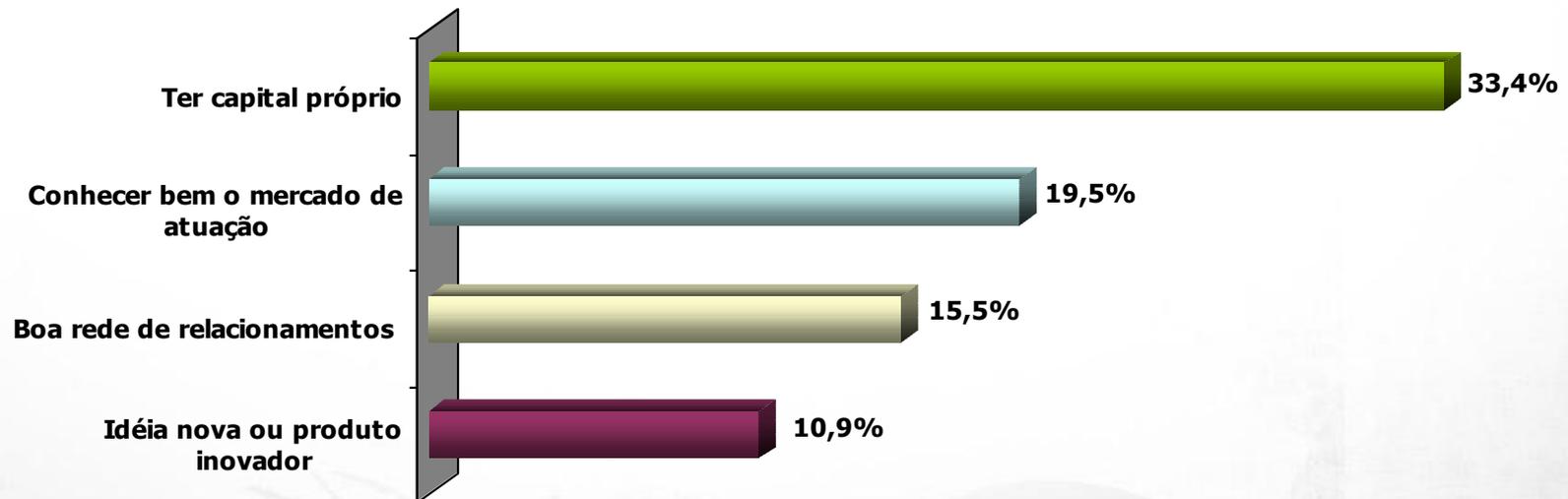
## Principais Dificuldades Percebidas para realização dos planos



- Conseguir penetração junto às grandes empresas
- Divulgar o meu trabalho junto aos grandes nomes da área
- Conseguir abrir meu próprio negócio
- Desenvolver relacionamentos com as pessoas que já trabalham na área
- Outra

## Principais Fatores de Sucesso no Negócio Próprio

→ Possuir capital próprio, conhecimento do mercado de atuação, ter uma boa rede de relacionamentos e ser criativo foram os fatores citados como principais para os que pretendem abrir o próprio negócio obtenham sucesso.



## Principais Setores Industriais Demandantes de Serviços Criativos

→ Os entrevistados percebem que profissionais criativos são necessários em vários segmentos da indústria, com destaque para as áreas de edição, impressão, reprodução e gravações e a área de confecção, além do setor de material eletrônico e equipamentos de comunicação.



## Ícones na profissão

→ Apesar de nenhuma personalidade, obra ou evento terem sido citadas como inspiradoras no momento da escolha da profissão para 76,6% dos entrevistados, pode-se perceber o amadurecimento do jovem durante o seu curso de graduação, ao reconhecer ícones dentro da sua área que são referências na sua futura profissão.

## Personalidades do RJ destacadas pelos estudantes

- **Arquitetura e Urbanismo:** Oscar Niemeyer (27,5%), Lúcio Costa (16,4%) e Burle Max (9,4%).
- **Comunicação Social:** Washington Olivetto (7,9%), Ancelmo Góis (6,7%) e William Bonner (6,7%)
- **Cinema:** Fernando Meirelles (16,4%), Walter Salles (13,1%) e Nelson Pereira dos Santos (9,8%)

## Personalidades do RJ destacadas pelos estudantes

- **Design Gráfico:** Aloísio Magalhães (18,4%), Hans Donner (11,2%) e André Storlarski (9,2%)
- **Design de Produto:** Guto Índio da Costa (19,7 %), Oscar Niemeyer (17,1%) e Tátil Design (11,1%)
- **Moda:** Zuzu Angel (20%), Mara Mac (11,3%) e Isabela Capeto (11,3%)

## Obras de Destaque

→ **Arquitetura e Urbanismo:** museus MAC (17,7%) e MAM (11,4%) e Arcos da Lapa (8,2%).

→ **Cinema:** Cidade de Deus (20,1%) e Tropa de Elite (10,7%)

## Fatos de Destaque

- **Comunicação Social:** censura militar - AI5 (12,9%) e o surgimento da TV Globo (12,1%)
- **Design Gráfico:** fundação da Escola Superior de Desenho Industrial-ESDI (24,6%), selo Rio Faz Design (12,3%) e 1º Bienal Internacional de Desenho Industrial (10,9%)
- **Design de produto:** fundação da Escola Superior de Desenho Industrial-ESDI (16,8%), Seminário Internacional de Design em 2003 (11,2%) e Abertura da loja de Design brasileiro Novo Desenho, MAM 2003 (11,2%)

## Fatos de Destaque - Moda

→ A criação do Fashion Rio e Business é o fato mais expressivo ocorrido no Estado do Rio de Janeiro, sendo citado por quase dois terços dos entrevistados da área de moda.

