

2012

INDÚSTRIA CRIATIVA

MAPEAMENTO DA
INDÚSTRIA CRIATIVA
NO BRASIL

Sistema
FIRJAN



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

Expediente

Sistema FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

Presidente Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira

Diretoria Geral do Sistema FIRJAN

Diretor Augusto Franco Alencar

Diretoria de Desenvolvimento Econômico e Associativo

Diretora Luciana Costa M. de Sá

Gerência de Estudos Econômicos

Gerente Guilherme Mercês

Equipe Técnica

Gabriel Bicharra Santini Pinto

Marcio Afonso

Tatiana d'Aboim Inglez Sanchez

Jonathas Goulart

William Figueiredo

Pedro Nakashima

Daniel Vainfas

.....

Elaboração do Estudo

DDE – Diretoria de Desenvolvimento Econômico e Associativo

GEE – Gerência de Estudos Econômicos

Produção Gráfica

SESI/SENAI Maracanã

Outubro de 2012

Índice

■ Introdução	1
■ Resumo dos Resultados	4
■ A Economia Criativa: Empresas e Produção	6
■ O Mercado de Trabalho Criativo: Empregos e Remuneração	8
■ Empregos Criativos	8
■ Remuneração dos trabalhadores criativos	11
■ A Indústria Criativa nos Estados	13
■ Empregos Criativos	13
■ Remuneração dos trabalhadores criativos	14
■ Os Segmentos Criativos	17
■ Arquitetura & Engenharia	17
■ Artes	17
■ Artes Cênicas	18
■ Biotecnologia	18
■ Design	18
■ Expressões Culturais	19
■ Filme & Vídeo	19
■ Mercado Editorial	19
■ Moda	20
■ Música	20
■ Pesquisa & Desenvolvimento	20
■ Publicidade	21
■ Software, Computação e Telecom	21
■ Televisão & Rádio	22
■ Referências Bibliográficas	23
■ Bibliografia	23

Introdução

No final da década de 1990, o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido¹ cunhou um novo conceito ao lançar o primeiro mapeamento das indústrias criativas. Um dos objetivos era mostrar que estas vão além do papel fundamental da cultura e que possuem um vasto potencial de geração de empregos e riqueza.

Com uma visão abrangente, essa iniciativa agrupou atividades econômicas cujo principal insumo produtivo era a criatividade, desde o design ao desenvolvimento de softwares. Sob a perspectiva do processo produtivo, o estudo mapeou não só as empresas essencialmente criativas, como também aquelas que se relacionavam com elas, jogando luz sobre a importância das cadeias criativas.

Em 2001, dois estudos trouxeram novas perspectivas sobre o tema. O pesquisador John Howkins (2001) agregou ao método britânico (DCMS, 1998) uma visão empresarial baseada nos conceitos mercadológicos de propriedade intelectual, na qual marcas, patentes e direitos autorais forneciam os princípios para transformação da criatividade em produto². Logo em seguida, o professor Richard Florida (2001) teve como foco os profissionais que trabalhavam com processos criativos, os quais ele denominou de classe criativa. Além da representatividade numérica, este estudo jogou luz sobre as características sociais dessa nova classe de trabalhadores, bem como sobre seu potencial de contribuição para o desenvolvimento.

Uma década após o lançamento da primeira metodologia sobre indústrias criativas e com base nas metodologias do DCMS (1998), de Howkins (2001) e Florida (2001), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008) publicou o primeiro estudo de abrangência internacional sobre o tema. Com enfoque nas trocas comerciais, o trabalho mostrou que as exportações das indústrias criativas no mundo superavam U\$ 500 bilhões.

Tendo em vista esse cenário, bem como o potencial de desenvolvimento das indústrias criativas no Brasil, o Sistema FIRJAN lançou, em 2008, um estudo pioneiro no país: "A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil"³. O conceito que definia as indústrias criativas e que servia como base para a taxonomia das atividades econômicas era o mesmo do DCMS. Foram classificadas como indústrias criativas as atividades "que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individual e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual." (DCMS, 1998). Tal estudo foi atualizado em 2011.

De lá para cá, o diálogo com instituições de ensino, entidades de classe, agências de fomento, secretarias de cultura e com o Ministério da Cultura fomentou no Sistema FIRJAN a ideia de uma abordagem

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

2 Sua metodologia se diferenciava do DCMS na definição dos segmentos ao excluir Turismo e Esporte e incluir Software, Pesquisa e Desenvolvimento, Brinquedos e Jogos e Vídeo Games.

3 www.firjan.org.br/economicriativa

ainda mais completa sobre a economia criativa. A concretização dessa ideia em um produto, no entanto, só foi possível graças às novas estatísticas disponibilizadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) em 2012⁴ que forneceram o insumo necessário para um novo passo na trilha do mapeamento da economia criativa no Brasil.

Em sintonia com a literatura internacional, esta edição inova ao somar uma nova abordagem ao método das edições anteriores. Além da visão sobre cadeia produtiva, cujo foco são as empresas e o valor de produção gerado por elas, foi construída uma análise sobre os profissionais criativos. Isso é fundamental uma vez que estes não trabalham exclusivamente nas empresas que produzem bens e serviços criativos. Por exemplo, um designer não está empregado apenas nas empresas criativas, ele pode trabalhar na indústria automotiva, siderúrgica ou de máquinas e equipamentos. Em outras palavras, enquanto as edições anteriores se restringiam à análise dos dados da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE), a atual também utiliza a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).

Outra novidade desta edição é a agregação de dois novos segmentos aos 12 pesquisados anteriormente: *Pesquisa & Desenvolvimento* e *Biotecnologia*. A inserção desses dois novos segmentos está alinhada aos estudos internacionais sobre o tema. A inclusão do segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* é uma proposta de Howkins, enquanto a do segmento de *Biotecnologia* está alinhada com a ênfase da UNCTAD sobre o papel da economia criativa no desenvolvimento socioeconômico sustentável⁵. Agora são 14 segmentos criativos: *Arquitetura & Engenharia, Artes, Artes Cênicas, Biotecnologia, Design, Expressões Culturais, Filme & Vídeo, Mercado Editorial, Moda, Música, Pesquisa & Desenvolvimento, Publicidade, Software, Computação & Telecom*.

A visão sobre a Cadeia da Indústria Criativa permanece a mesma das edições anteriores, mantendo-se alinhada com a definição da UNCTAD: “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”⁶. Nesse sentido, a cadeia da indústria criativa é formada por três grandes áreas:

- **Núcleo Criativo:** centro de toda a Cadeia Produtiva da Indústria Criativa, é formado por atividades econômicas que têm as ideias como insumo principal para geração de valor;
- **Atividades Relacionadas:** provêm diretamente bens e serviços ao núcleo, são representadas em grande parte por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo;
- **Apoio:** ofertantes de bens e serviços de forma indireta ao núcleo.

Este estudo está dividido em cinco seções. A primeira traz um resumo dos resultados. A segunda aborda a perspectiva das empresas criativas e do valor de produção gerado por elas, enquanto a terceira apre-

4 Em setembro de 2012, o Ministério do Trabalho disponibilizou para acesso público os microdados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS.

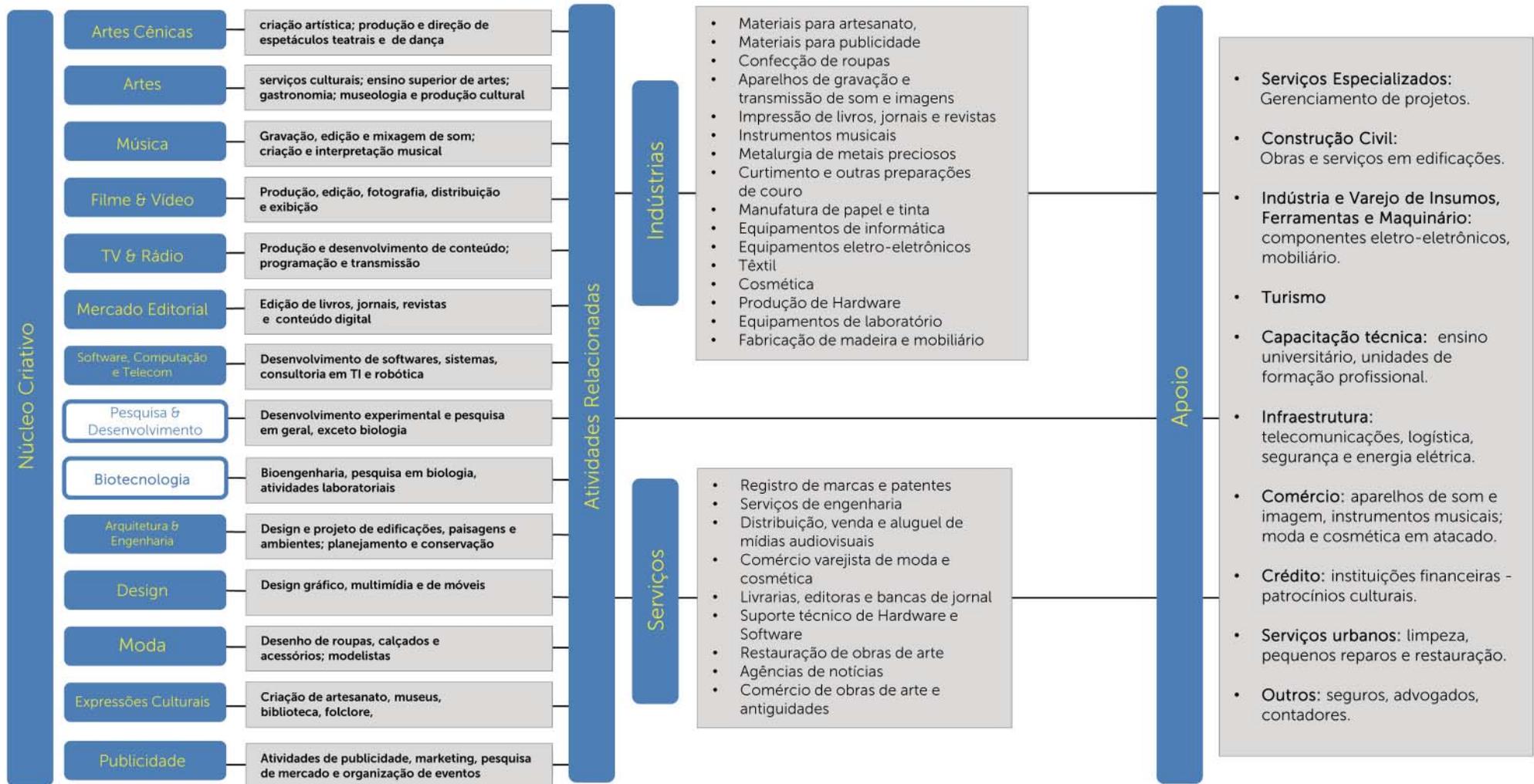
5 E-Newsletter Creative Economy Programme – Abril 2010.

6 “CreativeEconomy – Report 2008”, Nações Unidas, 2008.

sentada a nova abordagem, com enfoque no mercado de trabalho criativo. Por sua vez, a quarta seção traça um panorama da Indústria Criativa nos estados brasileiros. Na última, o estudo apresenta uma breve análise de cada um dos catorze segmentos criativos analisados.

Além das análises apresentadas neste estudo, os dados relativos aos empregos criativos estão disponíveis em uma ferramenta de consulta dinâmica, no endereço: www.firjan.org.br/economiacriativa.

Figura I: fluxograma detalhado para a cadeia da indústria criativa no Brasil



Resumo dos Resultados

Este estudo traça um panorama das indústrias criativas no Brasil, com base nas estatísticas do Ministério do Trabalho e Emprego. Além da visão sobre a cadeia produtiva, cujo foco são as empresas e o valor de produção gerado por elas, o trabalho apresenta uma análise sobre os profissionais criativos.

- Em 2011, 243 mil empresas formavam o núcleo da indústria criativa. Com base na massa salarial gerada por essas empresas, estima-se que o núcleo criativo gera um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 110 bilhões, ou 2,7% de tudo o que é produzido no Brasil. Esses resultados colocam o Brasil entre os maiores produtores de criatividade do mundo, superando Espanha, Itália e Holanda.
- O mercado formal de trabalho do núcleo criativo é composto por 810 mil profissionais, o que representa 1,7% do total de trabalhadores brasileiros. O segmento de *Arquitetura & Engenharia* é o que tem a maior representatividade, concentrando mais de um quarto (230 mil) desse universo. Logo em sequência vêm os segmentos de *Publicidade* e *Design* que empregam mais de 100 mil trabalhadores cada. Juntos, esses três setores concentram metade dos trabalhadores criativos brasileiros.
- Entre as 10 mais numerosas profissões criativas, quatro estão relacionadas ao segmento de *Publicidade*: *Analista de negócios*, *Analista de pesquisa de mercado*, *Gerente de marketing* e *Agente publicitário*. Juntas, somam 115 mil trabalhadores.
- No que se refere à remuneração, enquanto o rendimento mensal médio do trabalhador brasileiro era de R\$ 1.733 em 2011, o dos profissionais criativos chegou a R\$ 4.693, quase três vezes superior ao patamar nacional. O segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* é o que apresenta o maior salário médio (R\$ 8.885), refletindo a alta capacitação técnica desses profissionais. Nesse segmento, a profissão de *Geólogo e Geofísico* possui a maior remuneração média: R\$ 11.385, quase sete vezes a média nacional.
- Na análise dos estados, São Paulo e Rio de Janeiro se sobressaem: são 311 mil trabalhadores paulistas e 96 mil trabalhadores fluminenses no núcleo criativo. Respectivamente, isso significa que 2,3% e 2,2% do mercado de trabalho desses estados são representados por profissionais que têm como principal ferramenta de trabalho a criatividade.
- Os estados da região Sul também registram grande presença das atividades do núcleo criativo em suas economias. O destaque neste caso é o setor de *Design*, cuja representatividade no núcleo criativo é a maior do país: Santa Catarina (20,4%), Rio Grande do Sul (17,2%) e Paraná (15,2%). Para efeitos de comparação, no Brasil como um todo o segmento de *Design* emprega 12,7% do núcleo criativo.

- No que se refere à remuneração, o núcleo criativo do estado do Rio de Janeiro é o grande protagonista. Em oito dos catorze setores criativos analisados os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações: *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 12.036); *Arquitetura & Engenharia* (R\$ 10.809), *Artes Cênicas* (R\$ 7.015), *Software, Computação e Telecom* (R\$ 5.820), *Televisão & Rádio* (R\$ 4.709), *Filme & Vídeo* (R\$ 3.671), *Design* (R\$ 3.023) e *Artes* (R\$ 2.954).
- Na região de maior biodiversidade do planeta, não surpreende que os profissionais de *Biotechnology* sejam os mais bem remunerados do país: o núcleo da *Biotechnology* do Amazonas apresenta salário médio de R\$ 9.009, mais que o dobro da média nacional para o segmento (R\$ 4.258).
- No nordeste brasileiro, o estado com maior representatividade do núcleo criativo no mercado de trabalho formal é o Ceará. Isso reflete a força do segmento de *Moda*, responsável por 13,1% do núcleo criativo estadual, percentual mais de duas vezes superior ao patamar nacional (5,4%). Outro ponto forte do Ceará são os setores ligados à cultura, que também se destacam em outros dois estados nordestinos, Pernambuco e Bahia.
- Entre os segmentos, se destacou a cadeia da *Moda* que responde por quase 30% dos estabelecimentos (620 mil) da cadeia da Indústria Criativa no Brasil, atrás apenas do segmento de *Arquitetura & Engenharia*. Os números de emprego também chamam a atenção: a cadeia criativa da *Moda*, que mobiliza desde os designers de moda até os vendedores que levam o produto final ao grande público, emprega cerca de 1,2 milhão de pessoas, fazendo do setor o segundo maior empregador entre os catorze segmentos criativos.

A Economia Criativa: Empresas e Produção

Nas últimas décadas, as empresas não só passaram a reconhecer a importância do conhecimento como insumo de produção como também perceberam seu papel transformador no sistema produtivo. Além do capital, da matéria-prima e da mão de obra, as áreas estratégicas das empresas voltaram os olhos para o uso das ideias como recurso essencial para geração de valor. Na esteira desse movimento, surgiram ao redor do globo modelos de negócios e setores completamente novos, fomentando a geração de empregos e riqueza.

De fato, a criatividade – ou, segundo o dicionário Webster, a capacidade de inovar de forma significativa – se consolidou como o fator determinante da vantagem competitiva das empresas. Como observado por Florida (2001), em praticamente todos os segmentos da economia, aqueles que conseguem criar e continuar inovando são os que obtêm sucesso de longo prazo. Na verdade, desde a revolução agrícola sempre foi assim. A diferença é que nas últimas décadas as empresas passaram a reconhecer a importância da criatividade e da inovação no seu planejamento estratégico.

No Brasil, os dados mostram alinhamento a essa tendência internacional. Em 2011, 243 mil empresas formavam o núcleo da indústria criativa. Sob uma perspectiva mais abrangente, os números mostram que toda a Cadeia da Indústria Criativa, que inclui atividades relacionadas e de apoio, movimentam mais de 2 milhões de empresas brasileiras. Com base na massa salarial gerada por essas empresas, estima-se que o núcleo criativo gera um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 110 bilhões, ou 2,7% do total produzido no Brasil. Essa cifra chega a R\$ 735 bilhões se considerada a produção de toda a Cadeia da Indústria Criativa nacional, equivalente a 18% do PIB brasileiro.

Brasil está entre os maiores produtores de criatividade do mundo

Esses números dão ao Brasil uma boa colocação na economia criativa mundial. Os dados agregados pela UNCTAD (2010)⁷ mostram que o PIB gerado pelas empresas do núcleo criativo brasileiro já supera o de países como Itália, Espanha e Holanda – tabela I. De fato, ainda há um longo caminho para que o desenvolvimento das indústrias criativas brasileiras alcance o patamar do Reino Unido, da França ou dos Estados Unidos, mas fica claro que o Brasil já alcançou uma posição de destaque e, sem dúvidas, é um país criativo.

⁷ Embora os dados ao redor do mundo sejam fragmentados e imprecisos, os números agregados pela UNCTAD (2010) permitem uma comparação do quadro internacional.

Tabela I: PIB do núcleo criativo e participação no PIB, países selecionados – 2011

País	PIB Criativo (R\$ Bilhões)	Participação no PIB (%)
Estados Unidos	1.011	3,3
Reino Unido	286	5,8
França	191	3,4
Alemanha	181	2,5
Brasil*	110	2,7
Itália	102	2,3
Espanha	70	2,3
Holanda	46	2,7
Noruega	32	3,2
Bélgica	27	2,6
Suécia	26	2,4
Dinamarca	21	3,1
Áustria	15	1,8
Grécia	6	1,0

Fonte: *FIRJAN; UNCTAD com base nos dados do PIB (2011) do Banco Mundial.

O Mercado de Trabalho Criativo: Empregos e Remuneração

Sob a ótica da economia criativa, a capacidade de criar do homem é o principal insumo de produção, estando presente não só nas empresas criativas, mas em toda a economia. Com efeito, os profissionais criativos estão distribuídos por todos os setores econômicos, até mesmo nos mais tradicionais. Por exemplo, um designer pode estar empregado em uma siderúrgica ou na indústria automotiva, enquanto os desenvolvedores de sistemas estão presentes em quase todos os setores. Embora não trabalhem em uma empresa cuja atividade econômica é necessariamente criativa, são profissionais cujo insumo principal são as ideias.

Tendo isso em vista, com base na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), esta seção apresenta uma análise sobre os profissionais criativos, ou seja, aqueles que compõem o núcleo dos segmentos criativos.

Empregos Criativos

No Brasil, o mercado formal de trabalho do núcleo criativo é composto por 810 mil profissionais, o que representa 1,7% do total de trabalhadores brasileiros com carteira assinada. O segmento de *Arquitetura & Engenharia* é o que tem a maior representatividade, concentrando mais de um quarto (230 mil) desse universo. Logo em sequência vêm os segmentos de *Publicidade e Design* que empregam mais de 100 mil trabalhadores cada. Juntos, esses três setores concentram metade dos trabalhadores criativos brasileiros.

O núcleo criativo possui 810 mil profissionais, 1,7% do total de trabalhadores brasileiros

Os setores ligados à tecnologia também apresentam números robustos. Somados, os segmentos de *Software, Computação & Telecom, Pesquisa & Desenvolvimento e Biotecnologia* possuem mais de 150 mil profissionais. Composta pelos segmentos de *Filme & vídeo, Mercado Editorial e Televisão & Rádio*, a área de mídia soma quase 100 mil profissionais.

A força do segmento de *Moda* brasileira também fica clara nos dados da Indústria Criativa: são mais de 44 mil profissionais contribuindo para a sedimentação do DNA da moda brasileira no competitivo mercado global.

Por sua vez, os segmentos de *Artes Cênicas, Expressões Culturais e Música* são os menos representativos em número de empregados formais, somando apenas 3,5% dos trabalhadores do núcleo criativo. Esse fato é em parte explicado por uma característica particular desses segmentos: em muitos casos a contratação dos serviços desses profissionais é feita através de empresa própria, e não na forma de contrato de trabalho.

Tabela II: número de empregados do núcleo criativo no Brasil, por segmento
2011 – Total e participação (%)

Segmentos	Empregados	Participação (%)
Arquitetura & Engenharia	230.258	28,4
Publicidade	116.425	14,4
Design	103.191	12,7
Software, Computação & Telecom	97.241	12,0
Mercado Editorial	49.661	6,1
Moda	44.062	5,4
Pesquisa & Desenvolvimento	37.251	4,6
Artes	32.930	4,1
Televisão & Rádio	26.004	3,2
Biotecnologia	23.273	2,9
Filme & Vídeo	20.693	2,6
Música	11.878	1,5
Artes Cênicas	9.853	1,2
Expressões Culturais	6.813	0,8
Total	809.533	100,0%

Box I: 10 profissões criativas mais numerosas

Entre as 10 mais numerosas profissões criativas, quatro estão relacionadas ao segmento de *Publicidade*: *Analista de negócios*, *Analista de pesquisa de mercado*, *Gerente de marketing* e *Agente publicitário*. Juntas, somam mais de 100 mil trabalhadores. Apesar disso, *Arquitetos* e *Engenheiros* são os mais numerosos: 230 mil – tabela III.

Tabela III: 10 profissões mais numerosas do núcleo criativo

Profissão	Segmento	Empregados	
1º	Arquitetos e Engenheiros	Arquitetura & Engenharia	229.877
2º	Programador de sistemas de informação	Software, Computação & Telecom	50.440
3º	Analista de negócios	Publicidade	45.324
4º	Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	25.141
5º	Gerente de marketing	Publicidade	20.382
6º	Designer gráfico	Design	17.806
7º	Biólogo	Biotecnologia	15.182
8º	Agente publicitário	Publicidade	14.032
9º	Gerente de P&D	Pesquisa & Desenvolvimento	13.414
10º	Designer de calçados sob medida	Moda	13.068

O setor de tecnologia também é destaque entre as principais profissões criativas, além de exemplo de como as atividades criativas demandam trabalhadores qualificados. Prova disso é a elevada demanda por *Programadores de sistemas de informação* e *Biólogos*. Para se ter uma ideia, enquanto no Brasil apenas 16% dos empregados possuem ensino superior completo, esse percentual chega a 75% entre os programadores e 91% entre os biólogos.

Completam a lista das 10 maiores profissões criativas os *Designers gráficos* (17.806 trabalhadores), os *Gerentes de pesquisa e desenvolvimento* (13.414), além dos *Designers de calçados sob medida* (13.068), que atuam na indústria da moda.

Remuneração dos trabalhadores criativos

De maneira geral, as profissões criativas demandam elevado grau de formação, contribuindo para geração de produtos de alto valor agregado. Além disso, a meritocracia é um fator muito valorizado entre as profissões criativas, pois estas privilegiam o trabalho movido a desafios e estímulos (Florida, 2001).

Por essas razões, os trabalhadores criativos apresentam salários superiores à média da economia. De fato, enquanto o rendimento mensal médio do trabalhador brasileiro era de R\$ 1.733 em 2011, o dos profissionais criativos chegou a R\$ 4.693, quase três vezes superior ao patamar nacional.

A tabela IV apresenta a remuneração média dos segmentos criativos: em onze dos catorze segmentos, os profissionais apresentam renda superior à média brasileira. O segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* é o que apresenta o maior salário médio (R\$ 8.885), refletindo a alta capacitação técnica desses profissionais. Outro segmento que merece destaque é o de *Arquitetura & Engenharia*: entre os segmentos do núcleo criativo, além do número maior de profissionais, é o segundo que paga melhor.

Tabela IV: remuneração média do núcleo criativo no Brasil, por segmento – 2011 (R\$)

Segmento	Remuneração Média (R\$)
Pesquisa & Desenvolvimento	8.885
Arquitetura & Engenharia	7.518
Software, Computação & Telecom	4.536
Publicidade	4.462
Biotecnologia	4.258
Mercado Editorial	3.324
Artes Cênicas	2.767
Design	2.363
Artes	2.195
Televisão & Rádio	2.015
Música	1.944
Filme & Vídeo	1.661
Moda	1.193
Expressões Culturais	939
Total	4.693

Box II: 10 maiores Remunerações Criativas⁸

A valorização dos profissionais criativos fica ainda mais evidente quando analisadas as 10 profissões criativas mais bem remuneradas – tabela V. Nessa lista, os *Geólogos e Geofísicos* têm remuneração média superior a R\$ 11 mil, quase sete vezes a média nacional. Em segundo, terceiro, quinto, sexto e nono lugares, as profissões de *Diretor de programas de televisão*, *Ator*, *Diretor de redação*, *Editor de revista* e *Autor roteirista* refletem a valorização dos profissionais de mídia no Brasil.

Tabela V: 10 maiores profissões do núcleo criativo, conforme remuneração média – 2011

Profissão	Segmento	Remuneração (R\$)
1º Geólogos e Geofísicos	Pesquisa & Desenvolvimento	11.385
2º Diretor de programas de televisão	Televisão & Rádio	10.753
3º Ator	Artes Cênicas	10.348
4º Biotecnologista	Biotecnologia	8.701
5º Diretor de redação	Mercado Editorial	7.774
6º Editor de revista	Mercado Editorial	7.594
7º Arquitetos e Engenheiros	Arquitetura & Engenharia	7.524
8º Engenheiros Eletroeletrônicos e Computação	Software, Computação & Telecom	7.431
9º Autor roteirista	Filme & Vídeo	7.347
10º Pesquisadores em geral	Pesquisa & Desenvolvimento	7.102

⁸ Estão apresentadas nessa tabela as 10 ocupações com as remunerações mais elevadas, com representatividade numérica superior a 300 profissionais.

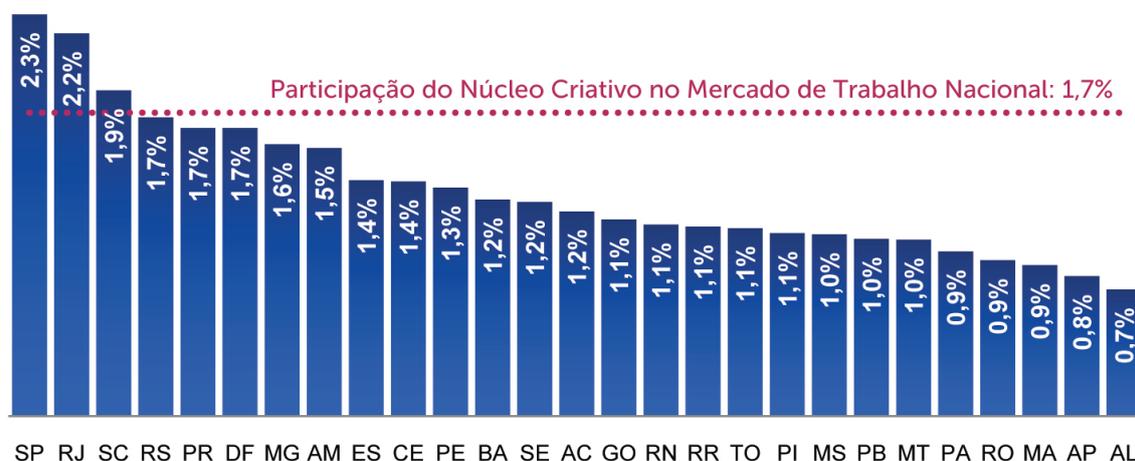
A Indústria Criativa nos Estados

Segundo a pesquisadora Margareth Jane Wyszomirski (2004), o desenvolvimento dos setores criativos desempenha papel-chave no progresso urbano e regional, devido a seu estímulo à geração de empregos qualificados e ao desenvolvimento de produtos de alto valor agregado. À luz dessa ideia, esta seção apresenta um panorama do emprego e da remuneração da Indústria Criativa nos estados brasileiros.

Empregos Criativos

Nessa análise, São Paulo e Rio de Janeiro se sobressaem: são 311 mil trabalhadores paulistas e 96 mil trabalhadores fluminenses no núcleo criativo. Respectivamente, isso significa que 2,3% e 2,2% do mercado de trabalho desses estados é representado por profissionais que têm como principal ferramenta de trabalho a criatividade – gráfico I.

Gráfico I: participação dos empregados criativos no total de empregados do estado – 2011



Em ambos os estados, assim como em todo o País, o núcleo criativo da *Arquitetura & Engenharia* é aquele com o maior contingente de profissionais, representando 24,7% do núcleo criativo em São Paulo e 35,4% no Rio de Janeiro. Contudo, outros setores também se destacam. Em São Paulo, maior mercado consumidor do Brasil, o setor de *Publicidade* responde por quase um quinto (19,3%) dos empregos do núcleo criativo, maior proporção do país. Já no Rio de Janeiro, sede de universidades de renome internacional e múltiplos institutos de pesquisa, o segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* possui a maior participação no núcleo entre as unidades de federação, 7,7%, frente a 4,6% da média nacional.

Os estados da região Sul também registram grande presença das atividades do núcleo criativo em suas economias. O destaque neste caso é o setor de *Design*, cuja representatividade no núcleo criativo é a

maior do país: Santa Catarina (20,4%), Rio Grande do Sul (17,2%) e Paraná (15,2%). Para efeitos de comparação, no Brasil como um todo o segmento de *Design* emprega 12,7% do núcleo criativo.

Pelo fato de abrigar a capital nacional, a força criativa do Distrito Federal reflete principalmente a presença de sucursais de diversos veículos de comunicação e dos principais órgãos de processamento de dados do país⁹. Por isso, os mercados *Editorial* e de *Software, Computação e Telecom* são mais representativos no Distrito Federal, com 10,6% e 15,4% dos empregados do núcleo criativo, respectivamente, maiores parcelas do País e bastante superiores às médias nacionais (6,1% e 12,0%).

Nos estados de Minas Gerais e Amazonas a atividade criativa também mostra força. Apesar de um perfil econômico bastante distinto, os estados têm, ao lado do líder Rio de Janeiro, as maiores participações do segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* no núcleo criativo: o percentual é de 5,6% em Minas Gerais e chega a 7,4% no Amazonas.

No nordeste brasileiro, o estado com maior representatividade do núcleo criativo no mercado de trabalho formal é o Ceará. Isso reflete a força do segmento de *Moda*, responsável por 13,1% do núcleo criativo estadual, percentual mais de duas vezes superior ao patamar nacional (5,4%). Outro ponto forte do Ceará são os setores ligados à cultura, que também se destacam em outros dois estados nordestinos, Pernambuco e Bahia. Os segmentos de *Artes, Artes Cênicas, Expressões Culturais* e *Música* representam 13,2% dos empregos do núcleo criativo no Ceará, 9,9% na Bahia e 9,6% em Pernambuco, frente a 7,6% da média nacional.

Remuneração dos trabalhadores criativos

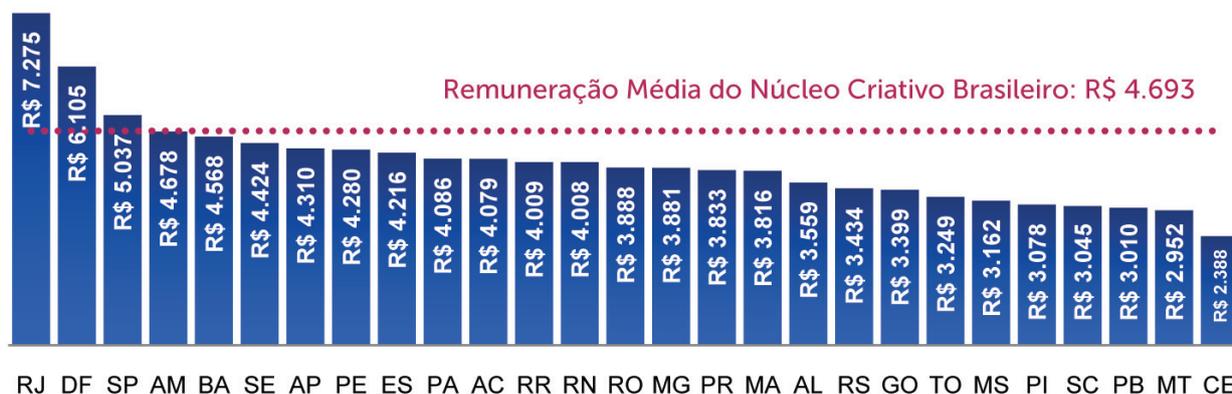
Salário superior à média do mercado de trabalho é uma realidade compartilhada por todos os núcleos criativos estaduais. Enquanto o trabalhador brasileiro recebe, em média, R\$ 1.733 por mês, os profissionais do núcleo criativo recebem de 38% a mais no Ceará (R\$ 2.388) a até mais de quatro vezes esse valor no Rio de Janeiro (R\$ 7.275), o estado onde o trabalhador criativo tem a maior remuneração – gráfico II.

Realmente, em termos de salário médio, o núcleo criativo do estado do Rio de Janeiro é o grande protagonista. Em oito dos catorze setores criativos analisados os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações: *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 12.036); *Arquitetura & Engenharia* (R\$ 10.809), *Artes Cênicas* (R\$ 7.015), *Software, Computação e Telecom* (R\$ 5.820), *Televisão & Rádio* (R\$ 4.709), *Filme & Vídeo* (R\$ 3.671), *Design* (R\$ 3.023) e *Artes* (R\$ 2.954).

Na segunda posição aparece o Distrito Federal, mundialmente notório por seus projetos arquitetônicos ousados e onde o salário médio da *Arquitetura & Engenharia* (R\$ 9.084) é o mais elevado entre os núcleos criativos do Distrito Federal. Além disso, o *Mercado Editorial* local se beneficia do status de capital federal, sendo o mais bem pago do País (R\$ 5.832).

⁹ O Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), maior empresa pública de prestação de serviços em tecnologia da informação da América Latina, possui sede em Brasília, por exemplo.

Gráfico II: Remuneração Média Mensal dos profissionais criativos, por estado – 2011



Em terceiro lugar no ranking de remuneração aparece São Paulo, onde os maiores salários estão nos segmentos de *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 8.912) e *Arquitetura & Engenharia* (R\$ 7.313). Mais uma vez, o mercado publicitário paulista se sobressai: o núcleo de *Publicidade* possui a maior remuneração média dentre as 27 unidades de federação: R\$ 5.266, contra R\$ 4.462 da média brasileira.

Na região de maior biodiversidade do planeta, não surpreende que os profissionais de *Biotecnologia* sejam os mais bem remunerados do país: o núcleo da *Biotecnologia* do Amazonas apresenta salário médio de R\$ 9.009, mais que o dobro da média nacional para o segmento (R\$ 4.258). No estado, o núcleo do segmento de *Música* também possui o melhor salário do país (R\$ 4.241, frente a R\$ 1.944 da média nacional), com destaque para os músicos intérpretes instrumentistas.

Por fim, também chamou atenção o segmento de *Moda* no Rio Grande do Sul, onde a remuneração média dos profissionais do núcleo é de R\$ 1.656, valor 39% superior à média nacional (R\$ 1.193). No maior polo calçadista do País¹⁰, destacam-se os *Modelistas de calçados*, com remuneração média próxima a R\$ 3 mil. A tabela VI detalha as informações de renda média do núcleo criativo por segmento e estado. Em azul, estão as maiores rendas em cada segmento.

¹⁰ Um terço dos trabalhadores da Indústria de Calçados brasileira está no Rio Grande do Sul.

Tabela VI: remuneração média mensal dos empregados do núcleo criativo – 2011 – R\$

UF	Núcleo Criativo (Média)	Arquitetura & Engenharia	Artes	Artes Cênicas	Biotecnologia	Design	Mercado Editorial	Expressões Culturais	Filme & Vídeo	Moda	Música	P&D	Publicidade	Software, Computação & Telecom	Televisão e Rádio
BR	4.693	7.518	2.195	2.767	4.258	2.363	3.324	939	1.661	1.193	1.944	8.885	4.462	4.536	2.015
RJ	7.275	10.809	2.954	7.015	6.231	3.032	4.427	954	3.671	1.606	2.599	12.036	5.078	5.820	4.709
DF	6.105	9.084	2.904	1.367	8.517	2.631	5.832	759	2.861	877	1.651	8.706	4.950	5.233	4.080
SP	5.037	7.313	2.680	2.581	4.509	2.802	4.262	1.125	1.693	1.228	2.589	8.912	5.266	5.694	2.616
AM	4.678	7.590	1.691	2.047	9.009	1.970	2.513	938	828	968	4.241	9.893	3.291	4.369	1.759
BA	4.568	7.902	1.620	1.708	3.118	1.720	2.610	765	1.178	695	2.162	10.383	3.620	2.681	1.641
SE	4.424	8.478	1.305	861	2.270	1.203	2.301	872	825	841	1.188	10.121	2.182	3.289	1.534
AP	4.310	7.885	2.551	1.100	4.426	1.440	1.468	818	968	704	554	8.716	1.687	2.488	1.151
PE	4.280	7.390	1.841	1.202	2.695	2.027	2.970	798	1.304	798	1.270	5.061	2.789	3.491	1.579
ES	4.216	6.977	1.691	1.884	3.016	1.853	2.557	930	1.138	1.030	1.449	8.738	3.323	2.843	1.600
PA	4.086	6.715	1.576	1.428	3.044	1.596	2.062	766	1.196	761	1.104	7.726	2.726	2.980	1.150
AC	4.079	5.743	1.401	3.050	4.806	1.921	2.453	1.733	1.313	615	1.216	5.598	2.151	3.076	1.435
RR	4.009	6.383	1.445	679	3.410	1.613	1.828	743	1.355	1.451	1.053	3.171	2.302	3.556	1.116
RN	4.008	7.999	1.301	888	2.531	1.384	1.965	822	1.066	775	918	11.302	1.778	2.667	1.173
RO	3.888	7.608	1.212	1.826	2.938	1.336	1.521	745	1.181	770	1.032	5.910	2.387	2.301	1.275
MG	3.881	6.334	1.770	1.303	3.347	2.018	2.460	752	1.132	867	1.845	7.049	3.242	3.350	1.371
PR	3.833	6.617	1.648	1.696	4.099	1.969	2.580	867	1.280	1.129	2.030	7.345	3.453	3.109	1.559
MA	3.816	6.379	1.454	754	2.598	1.533	1.942	780	1.008	703	814	7.031	2.641	2.308	1.334
AL	3.559	7.172	1.335	553	2.147	1.445	2.635	599	947	756	1.435	4.391	1.944	2.868	1.489
RS	3.434	6.175	1.905	2.047	3.381	2.184	2.184	870	1.541	1.656	1.466	6.594	3.418	3.482	1.239
GO	3.399	5.972	1.432	1.354	2.894	1.475	2.356	778	1.180	930	1.306	6.781	4.560	2.711	1.467
TO	3.249	5.296	1.211	1.206	3.633	1.139	2.677	679	1.585	701	1.114	4.534	2.310	2.085	1.172
MS	3.162	5.469	1.424	1.030	4.162	1.782	2.053	724	1.124	839	1.131	5.521	2.083	2.516	1.208
PI	3.078	6.652	1.157	847	2.493	1.143	1.653	785	895	679	893	6.275	1.513	2.182	1.221
SC	3.045	5.582	1.808	1.723	2.981	1.958	1.936	1.075	1.376	1.543	1.271	6.246	3.126	2.743	1.468
PB	3.010	6.405	1.195	929	2.513	1.480	1.875	747	752	1.104	737	5.524	1.818	2.210	1.196
MT	2.952	5.000	1.665	1.078	2.866	1.257	1.862	873	1.214	876	1.863	6.562	2.325	2.666	1.292
CE	2.388	5.912	1.346	888	2.573	1.298	1.739	641	1.096	753	598	5.693	1.835	2.424	1.496

■ Maiores rendas em cada segmento

Os Segmentos Criativos

Ao avaliar a relevância econômica dos 14 segmentos da indústria criativa brasileira é fundamental percebê-los como uma cadeia produtiva. Nesse sentido, além do núcleo criativo, devem ser consideradas as atividades de provisão direta de bens e serviços ao núcleo – as chamadas atividades relacionadas – e os setores de provisão indireta – denominados de apoio. É possível exemplificar considerando a produção de gravações musicais. Neste processo, a criação musical é considerada como núcleo, a fabricação de instrumentos musicais e a gravação pertencem à indústria relacionada, enquanto a comercialização do CD resultante da criação musical faz parte da atividade de apoio ao núcleo.

Arquitetura & Engenharia

As empresas de *Arquitetura & Engenharia* fornecem as ideias e a criatividade para a indústria da Construção Civil, e, por isso, a cadeia desse segmento é a mais expressiva sob a ótica da Indústria Criativa. No Brasil, são 833 mil empresas em toda a cadeia da *Arquitetura & Engenharia*, das quais 28 mil estão concentradas no núcleo criativo. Entre as nove atividades do núcleo, os *Serviços de Arquitetura e de Atividades Paisagísticas* são os que agregam o maior número de empresas, 9 e 5 mil, respectivamente.

Sob o enfoque do emprego, o segmento de *Arquitetura & Engenharia* é também o maior da Indústria Criativa, tanto no núcleo (230 mil trabalhadores) quanto na cadeia como um todo (2,7 milhões). No núcleo, quase a totalidade dos trabalhadores são *Arquitetos e Engenheiros*, que elaboram projetos de topografia, urbanismo, cartografia e edificações, serviços técnicos que demandam alto grau de especialização. Por isso, a renda média desses profissionais (R\$ 7.523) impulsiona a renda do núcleo de *Arquitetura & Engenharia* (R\$ 7.517), fazendo do segmento o segundo mais bem remunerado dentre os catorze analisados. Para efeitos de comparação, a renda média do trabalhador brasileiro é R\$ 1.733, e a do trabalhador do núcleo criativo é de R\$ 4.693 mensais.

Artes

A cadeia de *Artes* é composta por 18 mil empresas, estando a grande maioria (86%) concentrada no núcleo criativo. Dentre essas atividades, as *Organizações associativas ligadas à cultura, que agregam clubes literários, de cinema e fotografia*, são as que reúnem o maior número de empresas, seguidas pelo *Comércio varejista de objetos de arte*.

Os profissionais do segmento somam 62 mil, com 53% (33 mil) trabalhando no núcleo criativo. Destacam-se os trabalhadores das *Artes culinárias*, como *Chefes de cozinha, de confeitaria e bar*, que somam 18 mil profissionais em todo o País. Por outro lado, quando o enfoque é a renda média, os mais bem pagos do núcleo de *Artes* são os *Diretores de serviços culturais*, com salário médio de R\$ 5.221, mais do que o dobro da média do segmento, R\$ 2.195.

Artes Cênicas

A cadeia de *Artes Cênicas* apresenta uma particularidade que a distingue da grande maioria dos setores criativos: o número de empresas é maior do que o de empregados. Enquanto as empresas somam 18 mil, o total de empregados é de 13 mil. Essa diferença é explicada pelo fato dos profissionais possuírem empresas próprias, e não vínculos empregatícios. Nesse segmento, onde todas as empresas criativas se concentram no núcleo, as atividades de produção de espetáculos de teatro e dança se destacam, com 8.493 estabelecimentos.

Dentre os 10 mil empregados do núcleo criativo das *Artes Cênicas*, os profissionais mais representativos são os *Professores de dança* (3.105) e os *Apresentadores de evento* (1.004). Pela ótica da renda, por sua vez, a liderança é dos *Atores*, que recebem em média R\$ 10.348, quase quatro vezes a renda média do núcleo de *Artes Cênicas* (R\$ 2.767).

Biotecnologia

Nos últimos anos, os grandes laboratórios têm gradualmente mudado o foco de suas pesquisas das tradicionais drogas químicas para células e demais organismos vivos, o que faz da *Biotecnologia* um segmento com grande potencial, sobretudo em um país com enorme biodiversidade como o Brasil. Nessa conjuntura, a cadeia de *Biotecnologia* é composta por quase 13 mil empresas, majoritariamente *Laboratórios*, estabelecimentos do núcleo criativo.

No mercado de trabalho, são 160 mil profissionais na cadeia criativa da *Biotecnologia*, dos quais 23 mil atuam em ocupações do núcleo, com destaque para os *Biólogos* que representam 15 mil empregos criativos. A renda média dos empregados do núcleo de *Biotecnologia* é de R\$ 4.258, a quinta maior remuneração dentre os catorze setores da Indústria Criativa. Neste aspecto, os *Biotecnologistas* se sobressaem com salário médio de R\$ 8.701.

Design

Em mercados cada vez mais competitivos, o design se torna um instrumento primordial para conquistar novos clientes e diferenciar os produtos. No Brasil, a cadeia de *Design* engloba 117 mil empresas, sendo 2.717 no núcleo criativo do segmento. Entre as atividades com maior número de estabelecimentos, o *Comércio varejista de móveis* se destaca no agregado da cadeia, enquanto a atividade de *Decoração de interiores* lidera entre as atividades do núcleo.

No que diz respeito ao emprego, o segmento possui o terceiro maior núcleo criativo do país, são 103 mil profissionais. Quando considerada a cadeia do *Design*, esse número chega a 207 mil. Entre as ocupações do núcleo criativo, os *Designers gráficos* são os mais numerosos (17.806 profissionais), ao passo que os *Desenhistas técnicos aeronáuticos* são os mais bem remunerados, com salário médio de R\$ 7.032, o triplo da média do segmento (R\$ 2.363).

Expressões Culturais

Na cadeia de *Expressões culturais*, a produção e a comercialização do produto final geralmente se confundem devido a características intrínsecas ao segmento. Por essa razão, o *Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos* concentra 30 mil das 48 mil empresas que compõem o segmento em todo país.

Em relação aos empregos criativos, a cadeia de *Expressões Culturais* responde por 56 mil trabalhadores, dentre os quais 7 mil fazem parte do núcleo. Esses profissionais têm o menor salário médio do núcleo criativo (R\$ 939). Entre as ocupações do núcleo criativo, os quase dois mil *Artífices de couro* são o destaque em quantidade, enquanto os mais bem remunerados são os *Conservadores-restauradores de bens culturais* (R\$ 1.552) e *Cenógrafos carnavalescos* (R\$ 1.542).

Filme & Vídeo

Assim como o segmento de *Artes Cênicas*, o setor de *Filme & Vídeo* se distingue por possuir maior número de empresas do que de empregados: são 81 mil empresas na cadeia e 30 mil empregados. Da mesma forma, tal fato decorre da difundida prática dos profissionais do setor de trabalharem em empresas próprias, sem vínculos empregatícios. Um bom exemplo disso são os fotógrafos, basta dizer que a produção fotográfica é a principal atividade do núcleo de *Filme & Vídeo* em número de empresas – são 6.268 dos 22.629 estabelecimentos do núcleo criativo.

Sob a ótica do emprego, os *Montadores de filme* são os principais profissionais do núcleo de *Filme & Vídeo*, que tem cerca 13 mil empregados. Por outro lado, quando o enfoque é a renda, os mais bem remunerados são os *Autores roteiristas*, cujo salário médio é de R\$ 7.347, bastante superior à média do núcleo criativo de *Filme & Vídeo* (R\$ 1.661).

Mercado Editorial

No Brasil, 18 mil empresas compõem o núcleo criativo do *Mercado Editorial*, ou seja, atuam diretamente na edição de livros, jornais e revistas. Quando consideradas as atividades da cadeia criativa, como a impressão gráfica e o comércio de livros, esse número se expande e ultrapassa os 100 mil estabelecimentos no País.

Em termos de empregados, o setor está entre os cinco maiores da Indústria Criativa, com 235 mil trabalhadores na cadeia e quase 50 mil no núcleo criativo. Entre as profissões do núcleo, os *Editores de texto e imagem* e os *Jornalistas* são os mais numerosos, somando mais de 21 mil profissionais. Em contrapartida, os *Diretores de redação* e *Editores de revista* são os mais bem remunerados, com salários de R\$ 7.774 e R\$ 7.594, respectivamente, mais do que o dobro do salário médio no núcleo editorial (R\$ 3.323).

Moda

Segundo Howkins (2001), o mercado da *Moda* pode ser definido como uma volátil mistura de arte, expressões culturais, design, manufatura, comércio e publicidade. Devido a essa pluralidade intrínseca ao segmento, a cadeia da *Moda* responde por quase 30% dos estabelecimentos (620 mil) da cadeia da Indústria Criativa no Brasil, atrás apenas do segmento de *Arquitetura & Engenharia*.

Os números de emprego também chamam a atenção: a cadeia criativa da *Moda*, que mobiliza desde os designers de moda até os vendedores que levam o produto final ao grande público, emprega cerca de 1,2 milhão de pessoas, fazendo do setor o segundo maior empregador entre os catorze segmentos criativos. Apenas no núcleo da *Moda* são 44 mil profissionais, dentre os quais os *Designers de sapatos* estão em maior número (13 mil). No que diz respeito à remuneração, os *Modelistas de calçados* (R\$ 2.455) e *Designers de moda* (R\$ 2.227) estão na liderança, com salários médios duas vezes maiores que a média do núcleo criativo brasileiro (R\$ 1.193).

Música

A música é o mais intangível dos produtos criativos (Howkins, 2001), e por isso é difícil mensurar com precisão seu tamanho na economia. De fato, a cadeia e o núcleo da *Música* são os que apresentam o menor número de empresas formais dos catorze segmentos da Indústria Criativa, 6 mil e 2,4 mil, respectivamente. Enquanto o núcleo criativo se refere às empresas de gravação de som e de edição de música, a cadeia abrange também o comércio de mídias e instrumentos musicais.

No que tange ao número de empregados formais, o núcleo criativo concentra 12 mil dos 27 mil profissionais da cadeia da *Música*. No núcleo, os *Músicos intérpretes instrumentistas* se destacam por estarem em maior número (5,5 mil) e receberem um dos maiores salários médios (R\$ 2.131), ao lado dos *Projetistas de sistemas de áudio* (R\$ 2.157). Ainda em relação à renda, também merecem destaque os *Compositores* (R\$ 2.052) e os *Músicos arranjadores* (R\$ 2.016), também com remunerações acima do patamar médio do setor (R\$ 1.944).

Pesquisa & Desenvolvimento

No setor onde a inovação tecnológica é o produto final, todos os estabelecimentos estão concentrados no núcleo criativo. São mais de 14 mil empresas, que atuam em atividades como *Pesquisa & Desenvolvimento experimental em ciências físicas, naturais, sociais e humanas* e *Testes e análises técnicas*.

Em relação ao mercado de trabalho, o segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* chama a atenção no quesito renda. Os 37 mil profissionais que compõem o núcleo são os mais bem remunerados da Indústria Criativa brasileira, com salário médio de R\$ 8.885, valor mais de cinco vezes superior à média do trabalhador brasileiro (R\$ 1.733) e bem acima da média do núcleo criativo nacional (R\$ 4.693). De fato,

80% dos profissionais estão nessa situação, com destaque para os *Petrógrafos* (R\$ 32.267), *Geofísicos* (R\$ 14.969) e *Astrônomos* (R\$ 11.269).

Publicidade

Nos últimos anos, o já robusto mercado consumidor brasileiro tem experimentado acelerado crescimento, alicerçado no avanço do emprego e da massa salarial. Nessa conjuntura, a *Publicidade* tem conquistado cada vez mais espaço na economia brasileira¹¹, já que é vista como ferramenta imprescindível na conquista dessa nova parcela do mercado. Em 2011, mais de 52 mil empresas estavam envolvidas na cadeia da *Publicidade*, com participação maciça das atividades do núcleo (48 mil). Os maiores destaques ficam por conta da *Organização de feiras, congressos, exposições e festas* e das *Agências de publicidade*¹².

O mercado de *Publicidade* emprega 396 mil empregados na cadeia criativa, dos quais 116 mil concentram-se em ocupações do núcleo. Isso faz do segmento o segundo maior contratante dentre os catorze núcleos criativos investigados, ficando atrás apenas do segmento de *Arquitetura & Engenharia*. Os *Analistas de negócios* aparecem em maior número no núcleo da *Publicidade*, com mais de 45 mil profissionais. Além disso, esse é o cargo não gerencial com maior remuneração: com salário médio de R\$ 4.192, são ultrapassados apenas pelos *Gerentes* (R\$ 7.092) e *Diretores* (R\$ 14.911) de Marketing. Dessa forma, o salário médio no núcleo publicitário é o quarto maior entre os núcleos criativos, R\$ 4.462.

Software, Computação e Telecom

A cadeia de *Software, Computação e Telecom* engloba 176 mil empresas no Brasil. No núcleo criativo, é o segmento com maior número de estabelecimentos (56 mil). Esse é mais um exemplo de setor impulsionado pela figura do empresário autônomo que exerce individualmente atividades criativas, como o *Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda* e *Consultoria em TI*, destaques setoriais.

São mais de 364 mil profissionais na cadeia de *Software, Computação e Telecom*, dentre os quais 97 mil estão núcleo. Esses números fazem do segmento o quarto maior empregador da Indústria Criativa em ambos os recortes. Entre as profissões criativas, destacam-se os *Programadores de sistemas de informações*, que representam mais da metade do núcleo (50 mil), e os bem-remunerados *Gerentes de segurança de tecnologia de informação* (R\$ 9.289) e de *Desenvolvimento de sistemas* (R\$ 9.078), cujos salários são o dobro da média do segmento (R\$ 4.536).

11 Para se ter uma ideia, entre 2010 e 2011, a *Publicidade* registrou o maior crescimento dentre os catorze núcleos criativos analisados, com alta de 15% no seu número de empregados, frente a 8% da média nacional.

12 Vale lembrar que as *Agências de publicidade* brasileiras se destacam internacionalmente, sendo algumas das principais vencedoras do Festival de *Publicidade de Cannes*, na França.

Televisão & Rádio

O segmento de *Televisão & Rádio* possui um número reduzido de empresas quando comparado à maioria dos segmentos criativos¹³. No Brasil, há 6,5 mil empresas na cadeia de *TV & Rádio*, com predomínio no núcleo criativo – 6,1 mil (94%). As atividades de *Rádio* se destacam, respondendo por 76% dos estabelecimentos do núcleo criativo, seguidas pelas atividades de *Televisão aberta*, com 20% do total.

A cadeia de *TV & Rádio* é composta por 67 mil empregados, dos quais 39% (26 mil) atuam em ocupações do núcleo criativo. Os *Locutores e Repórteres de rádio e televisão* possuem a maior presença nesse grupo, somando 15 mil profissionais, enquanto os *Diretores de programas de televisão* se destacam pelo elevado salário médio: R\$ 10.753, valor mais de cinco vezes maior do que da remuneração média do núcleo de *TV & Rádio* (R\$ 2.015).

¹³ Em Televisão e rádio, em função do formato de criação do empreendimento, relacionado ao sistema de concessões públicas, dos custos de entrada nas redes de assinatura e do elevado grau de abrangência dos produtos do segmento, as grandes empresas são predominantes.

Referências Bibliográficas

- FLORIDA, Richard; 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, John; The Creative Economy – How People Make Money from Ideas. Londres: Penguin Books, 2007
- ONU, UNCTAD; Creative Economy Report 2008 – Creative Economy: A Feasible Development Option. UN, 2008
- _____; Creative Economy Report 2010 – Creative Economy: A Feasible Development Option. UN, 2010
- WYSZOMIRSKI, Margaret J.; Cultural Industries / Creative Sector: Definitional Approaches. Ohio, 2004
- SISTEMA FIRJAN, "A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil", 2008.
- _____, Nota Técnica "A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil", 2011.
- REINO UNIDO. DCMS; Creative Industries Economic Estimates – Full Statistical Release. Londres, 2011

Bibliografia

- AMABILE, Teresa M.; Creativity and Innovation in Organizations. Harvard, 1996.
- BOESE, Martina; Creative Industries training and urban regeneration – domestication versus empowerment. Vienna, 2004
- BOP CONSULTING; Mapping the Creative Industries: a Toolkit. Londres: British Council, 2010
- CUNNINGHAM, Stuart D. and HIGGS, Peter L.; Creative industries mapping: where have we come from and where are we going? Creative Industries Journal, Volume 1 Número 1. pp. 7-30, 2008
- FRANTZ, Monika de; Cultural Regeneration as Discursive Governance: Political Decision-making on the Vienna "Museumsquartier" with a Comparative Perspective on the Berlin "Stadtschloss". Florence, 2004
- HANDKE, Christian; Defining creative industries by comparing the creation of novelty. Berlin, 2004
- HIGGS, P., CUNNINGHAM, S.; Australia's Creative Economy: Mapping Methodologies, ARC Centre of Excellence for Creative Industries & Innovation (CCI), Brisbane, 2007. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00006228/>
- KARKULEHTO, Sanna; LAINE, Kimmo Call for Creative Futures Conference Proceedings 1ª edição. Oulu, 2007
- KETTNER, Norbert; Funding Bodies Defining Who is in and Who is out. Vienna, 2004
- NEWBIGIN, John.; A Economia Criativa: um Guia Introdutório. Londres: British Council, 2010
- ROTHAUER, Doris; The run on Creativity. Vienna, 2004
- TOWSE, Ruth; Towards an Economics of Creativity? Rotterdam, 2004



Sistema
FIRJAN



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

