

PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

João Maria de Oliveira

Técnico de Planejamento e Pesquisa da Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais, de Inovação, Regulação e Infraestrutura (Diset) do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)

Bruno Cesar de Araujo

Técnico de Planejamento e Pesquisa da Diset/Ipea

Leandro Valério Silva

Bolsista do Ipea

O conceito de economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganhou expressão e relevância a partir dos anos 2000. Economia Criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, guardando estreita relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual. 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.

Assim, neste trabalho são apresentados diferentes conceitos e formas de mensuração ao redor do mundo, para depois se apresentar uma mensuração da economia criativa no Brasil, tanto a formal quanto a informal. A intenção é que essa análise possa orientar 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 Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Ela tem crescido mais rápido que o resto da economia, de forma que a economia criativa ampliou a participação tanto no Valor Adicionado (VA) total quanto no PIB. Entretanto, esta análise se baseia apenas em três anos, e mais observações precisam ser adicionadas para se ter ou não uma confirmação de tendência.

Quando se compara esta participação com a observada em outros países, percebe-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 este percentual aumente significativamente.

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 este 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.

Dentro da economia criativa, os segmentos constituintes das indústrias criativas têm o VA majoritariamente distribuído 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, que 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 dificuldade em converter as áreas e campos da economia criativa para as classificações de atividades e ocupações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Ainda assim, estima-se que a economia criativa deve corresponder a aproximadamente 3% da força de trabalho brasileira 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 estas 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, que se acredita ser mais expressiva no Brasil, pela própria natureza 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 os diferenciais salariais da economia criativa em comparação com o resto da economia brasileira.

SUMÁRIO EXECUTIVO