

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA**

**CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**ECONOMIA CULTURAL E CRIATIVA:**  
**UMA FORMA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL ATRAVÉS DA**  
**GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA EM 2019**

**SAMUEL DE PAULA**

**DOURADOS/MS**

**2022**

SAMUEL DE PAULA

**ECONOMIA CULTURAL E CRIATIVA:  
UMA FORMA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL ATRAVÉS DA  
GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA EM 2019**

Trabalho de Graduação II apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Enrique Duarte Romero.  
Banca examinadora: Profa. Dra. Letícia Xander Russo.

Banca examinadora: Profa. Dra. Roselaine Bonfim de Almeida.

Área de concentração: 6.03.04.01-  
4 Crescimento e Desenvolvimento  
Econômico.

Dourados/MS

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

P324e Paula, Samuel Dos Santos De  
ECONOMIA CULTURAL E CRIATIVA: UMA FORMA DE DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO E SOCIAL ATRAVÉS DA GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA EM 2019  
[recurso eletrônico] / Samuel Dos Santos De Paula. -- 2022.

Arquivo em formato pdf.

Orientador: ENRIQUE DUARTE ROMERO .

TCC (Graduação em Ciências Econômicas)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2022.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:

<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Economia Cultural. 2. Economia Criativa. 3. Desenvolvimento Econômico. 4. Renda. 5.  
Emprego. I. Romero, Enrique Duarte. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
E ECONOMIA - FACE/UFGD



ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE  
GRADUAÇÃO II, SEMESTRE LETIVO 2021.2, RAEMF

**ECONOMIA CULTURAL E CRIATIVA:  
UMA FORMA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL ATRAVÉS DA  
GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA EM 2019**

Samuel dos Santos de Paula

Esta monografia, realizada presencialmente, foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Prof. Dr. Enrique Duarte Romero (Presidente)

Profa. Dra. Leticia Xander Russo (Avaliadora 1)

Profa. Dra. Roselaine Bonfim de Almeida (Avaliadora 2)

DOURADOS-MS, 09 de junho de 2022.

REGISTRO:  
AB - 77/2022

*Dedico esse trabalho a todas e todos que atuam nesse setor tão incrível, porém tão difícil. Dedico a vocês que batalham e correm atrás para conseguir ter seus trabalhos reconhecidos, em especial ao meu irmão Gabriel, que com certeza terá seu momento de brilhar nos palcos, a ti, digo paciência e diligência você vai chegar lá. Por fim, dedico também ao meu sobrinho Aleck, seu nascimento foi uma benção para todos nós, estaremos aqui para você em tudo que você precisar.*

*Aos meus, muito amor.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, que em sua plenitude de graça, me sustentou para que eu pudesse chegar até esse momento, depois agradeço aos meus pais pelos anos se dedicando e sonhando comigo tudo isso. Deixo aqui também meu agradecimento ao meu professor e querido amigo Enrique, que desde a primeira vez em que o procurei e propus fazer um trabalho sobre um tema nada convencional nas pesquisas em ciência econômica, se prontificou e veio comigo até nesse momento.

Agradeço também a professora Letícia, que com sua perspicácia em lidar com dados, me mostrou diversas possibilidades das quais pudemos usar algumas e deixar mais interessante esse trabalho. Agradeço também aos demais professores do curso e da FACE, aos quais tenho muito respeito e admiração por cada um.

Por fim, não menos importante, agradeço aos amigos que fiz ao longe dessa graduação, que foram essenciais para que eu pudesse chegar até aqui. Em especial, agradeço a Ana Lúcia por ter sido uma boa companheira nessa jornada, diversos trabalhos e estudos juntos, um incentivando ao outro, foi importante para que eu pudesse chegar até esse momento.

## **RESUMO**

O presente trabalho busca apresentar o setor cultural e criativo como tem sido discutido no mundo e no Brasil. Em consonância, como essa indústria pode contribuir para o desenvolvimento econômico e social através da geração de emprego e renda. Para tal finalidade, foi observado os estados e regiões brasileiras com análises de pessoas empregadas no setor cultural criativo e a remuneração média, estratificada por faixa etária, grupos de raça e cor, grau de escolaridade. Com dados retirados da PNAD-Continua para o ano de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, buscou-se fazer análises descritivas e estatística através do I de Moran e mapas espaciais. Foram encontrados alguns resultados como o fato de o setor econômico cultural criativo empregar 5,8% da força de trabalho brasileira, na semana de referência. E a média salarial para as pessoas que tinham o ensino superior era de R\$4.064,57. Assim, foi possível fazer um breve panorama do setor no Brasil, podendo ser mais explorado como uma ferramenta de auxílio em tomadas de decisões, por parte dos governos e dos agentes do setor privado.

Palavras-chave: Economia Cultural; Economia da Criatividade; Desenvolvimento Econômico; Renda; Emprego.

## **ABSTRACT**

The present work seeks to present the cultural and creative sector as it has been discussed in the world and in Brazil. Accordingly, how this industry can contribute to economic and social development through the generation of employment and income. For this purpose, Brazilian states and regions were analyzed with analyzes of people employed in the creative cultural sector and average remuneration, stratified by age group, race and color groups, and level of education. With data taken from the PNAD-Continua for the year 2019 from the Brazilian Institute of Geography and Statistics, we sought to perform descriptive and statistical analyzes using Moran's I and spatial maps. Some results were found, such as the fact that the creative cultural economic sector employs 5.8% of the Brazilian workforce, in the reference week. And the average salary for people who had higher education was R\$4.064,57. Thus, it was possible to make a brief overview of the sector in Brazil, which can be further explored as a tool to aid in decision-making, by governments and private sector agents.

**Keywords:** Cultural Economy; Economy of Creativity; Economic development; Income; Job.

## LISTAS DE TABELAS, QUADROS E FIGURAS

<b>Quadro 01</b> - Indústrias autorais criativas do Modelo WIPO.....	20
<b>Quadro 02</b> - Ocupações criativas segundo o modelo do DCMS.....	21
<b>Quadro 03</b> - Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais da economia brasileira.....	22
<b>Tabela 01</b> - Remuneração média dos trabalhadores culturais criativos.....	29
<b>Figura 01</b> – Mapa de distribuição da atividade cultural e criativa.....	30
<b>Figura 02</b> – Diagrama de Dispersão de Moran .....	31
<b>Figura 03</b> – Mapa de Dispersão de Moran para indústria cultural e criativa .....	32
<b>Quadro 04</b> – principais atividades para os Estados .....	33

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
1.1. DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA .....	10
1.2. OBJETIVOS .....	12
1.2.1. OBJETIVO GERAL .....	12
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	12
<b>2. 2. JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>13</b>
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
3.1. A DESINDUSTRIALIZAÇÃO E A ASCENSÃO DA CULTURA .....	14
3.2. CULTURA COMO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL .....	15
3.3. ECONOMIA CRIATIVA .....	17
3.4. ECONOMIA DA CULTURA .....	18
3.5. ECONOMIA DA CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA, SINÔNIMOS? .....	18
3.6. MODELOS LIGADOS A ECONOMIA CRIATIVA E CULTURAL .....	20
3.6.1. MODELO WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION .....	19
3.6.2. MODELO DCMS – DEPARTAMENTO PARA CULTURA, MÍDIA E ESPORTE DO GOVERNO BRITÂNICO .....	21
3.6.3. MODELO CNAE – CÓDIGOS NACIONAIS DE ATIVIDADES ECONÔMICA .....	22
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>25</b>
4.1. ÍNDICE DE MORAN .....	25
4.2. BASE DE DADOS .....	26
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>27</b>
5.1. ANÁLISE DESCRITIVA .....	27
5.2. ANÁLISE DE CLUSTERS ESPACIAL .....	30
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>37</b>
<b>ANEXO A</b> .....	<b>39</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – após muitas conferências mundiais nas décadas de 1960 e 1970, esteve convicta de que só poderia haver um desenvolvimento equilibrado, de uma determinada localização, se nesse projeto fosse incluída a dimensão Cultural (LEITE, 2015). Nesse aspecto, mostra-se a importância que a cultura possui, sobretudo, a cultura local<sup>1</sup>, no momento de discutir políticas públicas, desenvolvimento.

Para além de vários conceitos e abordagens de Desenvolvimento Econômico, destaca-se aqui, a abordagem – Teoria evolucionária do Desenvolvimento Econômico – que reconhece a existência de falhas de mercado, assim como falhas de governo, isso se explica porque as instituições envelhecem e precisam de ajustamentos contínuos, para aumentar a eficiência e melhorar sua função no desenvolvimento (SOUZA, 2012).

Ainda de acordo com Souza (2012), a própria definição do termo desenvolvimento, ao ser diferenciado de crescimento, traz implícita a ideia de transformação e de evolução, explicando porque esse conceito abrange a percepção de mudanças das estruturas econômicas, sociais, culturais e tecnológicas. Ainda dentro da teoria evolucionária de desenvolvimento, se tem a teoria do desenvolvimento por etapas, de Rostow (SOUZA, 2012), a qual existem seis etapas de evolução, será exposto aqui a quinta e sexta etapa, que subentende tratar diretamente de problemas e soluções que possam envolver de forma mais direta a cultura e criatividade.

A quinta etapa é a da era do consumo em massa, em que os setores de maior crescimento da economia são os que produzem bens duráveis de consumo e os serviços suscetíveis de aumentar o bem-estar da população. [...] uma sexta etapa foi vislumbrada por Rostow, segundo a qual as pessoas trocariam mais consumo por mais lazer e outros valores, como família mais numerosa, mais cultura e mais religiosidade. (SOUZA, 2012, p. 248)

Por fim a intenção é estar em um espaço suplementar de debates que busca uma estruturação do setor para melhorar a qualidade de atuação dos agentes envolvidos na cultural e criatividade e o desenvolvimento advindo. Assim, a participação dos próprios agentes se faz importante, pois devem ocupar esses espaços de debates, para terem participativas na

---

<sup>1</sup> Entende-se por cultura local as particularidades culturais regionais de cada país, entes federativos, municipais e etc. Podendo ser algo incorporado ou ramificado de outras culturas, porém, contendo aspectos locais, modo de viver, organizar.

inovação e na forma de atuação da cultura, afinal, sem os principais agentes no debate, o desenvolvimento pode ser malsucedido.

### **1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA**

Busca-se compreender o movimento da Economia Cultural e Criativa nas suas potencialidades como geradora de renda e emprego, com enfoque no desenvolvimento social e econômico advindo da economia cultural. Por ora, confunde-se a cultura como tradição, de modo conservador, no sentido estrito dessa palavra. No entanto, ao tratar de cultura aqui nesse trabalho, compreende-se uma dimensão de manifestação de movimentos locais e globais, que entretém, que mexe com emoções, de forma individuais e/ou coletivas, nas suas formas materializadas em bens e serviços. Existem diversas formas para os países, estados e municípios criarem um arcabouço de elementos para o desenvolvimento social e econômico, no entanto, é perceptível que ao traçarem seus planos ignora-se por muitas vezes a criatividade.

A cultura é algo que particulariza a sociedade em seus territórios e espaços. Se por um lado, a globalização permite que as tecnologias massivas sejam inseridas/exportadas em todos os continentes; por outro, ela também, se faz observar que o aumento de consumo do que é importado, por parte dos locais, não consegue - e nem se pode dizer ser a intenção - modificar aquilo que é cultura no lugar. Ao contrário, se é observado que a tecnologia importada ou disseminada globalmente é utilizada para continuação e propagação, da cultura local. Conhecer instrumentos musicais, como a guitarra elétrica, não fez com que as músicas com aspectos culturais regionais no Brasil deixassem de ser elaboradas; assim como os avanços tecnológicos cinematográficos não eximiram os países emergentes de criarem filmes dotados de aspectos culturais locais.

Numa economia em que a competitividade é em grande parte fundada na inovação, é essencial a formação de forças produtivas adaptadas a esses padrões de competitividade. Nesse sentido, as práticas culturais, como atividades altamente simbólicas, isto é, atividades que apelam para as capacidades intelectuais e emocionais dos indivíduos, participam, em conjunto com a educação e a pesquisa científica, na formação de um sistema de conhecimentos que permite aos agentes econômicos serem eficazes na antecipação e na interpretação das informações. (DINIZ, 2008, p. 03)

Em outras palavras, as práticas culturais contribuem para que o desenvolvimento cognitivo, levando as pessoas à uma agilidade no pensar. Ora, se assim o é, a cultura pode ser enxergada como contribuinte ao capital intelectual tido como pesquisadores, no modelo de Romer (1986) na teoria de Crescimento Endógeno para o crescimento econômico, por exemplo.

Como visto, a cultura poder ser discutida numa perspectiva microeconômica, a exemplo através da demanda; em uma perspectiva macroeconômica, fator gerador de renda e emprego; e em uma ótica também de crescimento e desenvolvimento econômico, por intermédio de políticas para o desenvolvimento considerando a cultura como contribuinte.

Nos países do norte europeu, a cultura é abordada como indústria cultural ou como economia criativa. O seu papel no desenvolvimento surge pela procura do seu efeito multiplicador, ou se quisermos criador de riqueza na economia. Acresce os benefícios da cultura para o bem-estar geral e para a criação de inovação (LEITE, 2015, p. 38).

Assim, a economia criativa contribui ao desenvolvimento também por beneficiar o bem-estar geral, social, dos lugares onde está inserida. A cultura está inserida dentro do lazer, e como divulgado pela Netflix (et al EXAME, 2020) – plataforma de streaming de vídeos –durante a pandemia no ano de 2020 no primeiro trimestre, a plataforma foi assinada por mais de 16 milhões de pessoas, um aumento de 23% em relação ao mesmo período no ano de 2019. Só no Brasil nesse mesmo ano foram lançados 887 filmes com uma arrecadação de R\$2,7 bilhões com mais de 172,2 milhões de espectadores (G1, 2020).

As ferramentas da ciência econômica são utilizadas para analisar a notabilidade da economia cultural na relação com formação de emprego (formal e informal) e renda, tal como contribuição ao bem-estar. Baseado no conceito de Bem Público explicado por VARIAN (2003) - um bem que tem de ser fornecido na mesma quantidade para todos os consumidores envolvidos – podemos também classificar alguns dos bens da economia cultural como Bem Público, pois o consumo de alguns desses bens culturais por parte de um indivíduo não implica que esses bens sejam entregues com menor quantidade ou de forma diferente aos demais consumidores daqueles bens; ora, se um indivíduo acompanha uma partida de futebol via um canal de TV aberto, todos os outros consumidores daquela partida a consumirá na mesma equivalência.

Em 2010 a ONU – Organização das Nações Unidas – convida a uma maior integração da cultura nas políticas e estratégias de desenvolvimento, o que reforçar a importância de um desenvolvimento econômico e social, levando em consideração a cultural local, contribuindo com os residentes daquele espaço geográfico (LEITE, 2015).

A partir destas constatações realizadas nos parágrafos precedentes, indaga-se, qual é a capacidade da Economia Cultural e Criativa na geração de emprego e renda na economia brasileira?

Assim, entende-se que independente das diversas abordagens, o passo de interesse é criar um ambiente onde se possa debater políticas, incentivos e fomentos da cultura e criatividade, como um insumo parte das cadeias criativas e culturas, prontas desenvolver-se. A questão a ser pesquisada é a cultura tida como instrumento de desenvolvimento social e econômico. Como determinar a contribuição da cultura no processo de desenvolvimento econômico e social?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Compreender a economia cultural e criativa brasileira como ferramenta de desenvolvimento econômico e social através da geração de emprego e renda com base na análise de dados para o ano de 2019.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

A) Analisar dados sobre pessoas empregadas no setor cultural, geração de emprego, com dados retirados da PNAD Contínua – Pesquisa Nacional por Amostra e Domicílio Contínua do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, para o ano de 2019;

B) Avaliar a cultura como forma de desenvolvimento econômico através da geração de emprego e renda;

C) Destacar as regiões com maiores índices de remuneração média por hora do setor, através de análises espaciais;

D) Avaliar a remuneração dos trabalhadores desfragmentada em grau de escolaridade, cor/raça e faixa etária.

## 2. JUSTIFICATIVA

É relevante, para a pluralidade cultural que se tem no Brasil, a compreensão da parte econômica por de trás da economia cultural brasileira. É fundamental compreender a cultura e criatividade como formas de desenvolvimento social, citamos aqui Medellín, cidade modelo em 2013 pelo *The Wall Street Journal* (SANT'ANNA, 2017). Após o combate à criminalidade e implementar aspectos culturais e criativos, estes, ocuparam os lugares de visibilidades que antes eram exercidas pelas atividades dos criminosos nas comunidades, além de implementar bibliotecas e livrarias como forma de alcance pela via educacional (SANT'ANNA, 2017).

Assim, compreendendo a relevância da cultura pode-se estabelecer pontos, que contribuem para o desenvolvimento social através da cultura e criatividade. Pois enxerga-se a cultura como uma via facilitadora para desenvolver, para o qual é observado as demandas locais e tratadas com os aspectos locais, sem ignorá-los. Diniz (2008) vai dizer que “um ambiente cultural” rico e diversificado pode ser entendido como um insumo ao desenvolvimento regional, o que justifica a importância de se estudar o setor cultural e suas relações com a economia das localidades”. O fomento da cultura, também contribui para circulação da moeda na economia, tendo em vista que havendo incentivos às manifestações culturais de forma abrangentes no país, haverá também consumo, ingresso para o espetáculo, cinema, partidas esportivas, dentro outros diretamente, e indiretamente o consumo com gastronomia, serviço de mobilidade urbana.

Por fim, considera-se essa pesquisa no pleito das inovações tecnológicas que muito fora usada em favor da propagação da criatividade e cultura, onde também é algo que possa se dizer de muita relevância social, para os diversos grupos de interesses e de classes. Tendo em vista que a cultura é não só está inserida na comunidade, como ela faz parte da comunidade, e suas nuances e forma de organizar, viver. Afinal, como existir um Brasil sem futebol? Assim, a economia cultural tem uma oportunidade para aplicabilidade das ferramentas oriundas das ciências econômicas.

### 3. REFENCIAL TEÓRICO

Para melhor compreender a temática, resgata-se pontos iniciais do surgimento das discussões acerca da cultura e políticas culturais, como ela foi compreendida no globo, quando o debate plural acerca da cultura fosse inserido como contribuição ao desenvolvimento.

É importante se iniciar falando acerca de que a ONU tem uma agência especializada para a tratar da cultura, a UNESCO, assim, traz a ideia da importância que a Cultura pode ter a nível global, para os países e as relações entre os mesmos. No trabalho de pesquisa acerca da cultura e desenvolvimento, Leite (2015, p. 16) afirma que:

A UNESCO é o organismo das Nações Unidas que trabalha sobre as questões da cultura. O primeiro elemento de reflexão sobre as políticas culturais e o desenvolvimento surge em 1966 na Declaração de Princípios sobre a Cooperação Cultural que no seu artigo primeiro reconhece que cada cultura tem dignidade e valor que deve ser respeitado e preservado (a); cada povo tem o direito e o dever de desenvolver a sua cultura (b); e que essa riqueza e diversidade, as suas interinfluências fazem com que todas as culturas façam parte duma herança comum da humanidade.

Compreende-se então que a alteração acerca da cultura surge de uma importância dada ao fato de que a valorização cultural de todas as formas de culturas, são importantes, e de que é importante discutir políticas culturais para o desenvolvimento, ou/e desenvolver-se levando em consideração a cultura local. A cultura está em todos os países, e de forma particular ela atua e define a maneira comunitária de viver, de comportar-se. A exemplo, no Brasil, o Carnaval, que como manifestação cultural a qual acontece uma vez a cada ano, mexe com as grandes capitais do país em questões de infraestrutura, movimenta milhões e milhares de pessoas que saem a se divertir, a trabalhar, respectivamente, em torno dessa manifestação cultural. Onde se tem uma cidade como o Rio de Janeiro, que durante quatro dias a cidade se volta a fazer todas as coisas pensando no evento, reforço policial, fechamento de principais ruas e vias, destinadas aos foliões; o crescimento da informalidade, geração de empregos temporários em hotéis, bares, dentre outros estabelecimentos.

#### 3.1 A desindustrialização e a ascensão da cultura

Há uma ligação entre a observação, de forma mais técnica e abrangente, por parte de governos à cultura, frente ao desemprego causado pela desindustrialização. No transcorrer das décadas de 70 e 80 o processo de desindustrialização das principais economias do globo se acentuou (ALVES & COUTO, 2019).

Assim, buscando envolver a temática, foi encontrada uma autora que fala sobre o início das contribuições para as políticas culturais ter a ver com a desindustrialização, o crescente desemprego, além da insegurança social, na Inglaterra nos anos 1980.

As origens das contribuições no âmbito das “políticas culturais-industriais” e grande parte da literatura acadêmica em economia da cultura e em economia criativa encontram-se na Inglaterra, no início dos anos 1980, na forma de iniciativas de governos trabalhistas locais de antigas cidades industriais para fazer frente à escalada de desemprego e insegurança social que se seguiu ao rápido processo de desindustrialização. (CORAZZA, 2013, p. 228)

A desindustrialização leva a escalada de desemprego que leva as pessoas a se rearranjarem nas informalidades, muitas destas as intervenções artísticas nas praças, avenidas etc. Como dito no Atlas econômico da cultura brasileira (2017, p.37 apud ROWTHORN e RAMASWAMY, 1997, p. 63) o aumento relativo do setor de serviços e a diminuição da participação de trabalhadores industriais levou à desindustrialização.

A autora Corazza (2013), completa seu raciocínio dizendo que a partir de 1997, com a ascensão do New Labour de Tony Blair – que foi o primeiro-ministro do Reino Unido de 1997 a 2007 -, as iniciativas em economia criativa passaram a ser institucionalizadas na esfera federal como estratégia para um desenvolvimento pós-industrial e para o reposicionamento da Grã-Bretanha no cenário de uma nova divisão internacional do trabalho.

Como se pode perceber, a cultura, foi e pode ser usada como uma forma de política desenvolvimentista, até mesmo como segurar a alta do desemprego, uma política macroeconômica. O que leva esse trabalho a um segundo questionamento, a cultura como Desenvolvimento econômico e social.

### **3.2 Cultura como Desenvolvimento Econômico e Social**

Já na década de 1970, com a ascensão da desindustrialização, na conferência intergovernamental de Veneza, tem o primeiro documento orientador das políticas culturais como instrumento de desenvolvimento (LEITE, 2015). Desse momento em diante surge em diversos encontros mundiais, as cobranças e incentivos de alguns países, para incluir a cultura nos planos de desenvolvimento, mais ainda, considerar a cultura como forma de desenvolver. Como é um caso do encontro em Acra – na Gana, no continente africano – que leva os países em desenvolvimento a reivindicar a inclusão da dimensão cultural como ato de desenvolvimento (LEITE, 2015).

E por fim, é no México, na Conferência Mundial de Políticas Culturais, em 1982, que se chega a um acordo sobre o aprofundamento e enriquecimento dos conceitos para um debate que permita um avanço nas relações entre cultura e desenvolvimento (LEITE, 2015).

As conclusões destes encontros vão influenciar profundamente o trabalho da UNESCO nos anos seguintes, com base na convicção que só pode haver um desenvolvimento equilibrado de um determinado espaço se nesse projeto for incluída a dimensão cultural. (LEITE, 2015, p. 20)

O economista e a gerente do Departamento de Economia da Cultura do BNDES, respectivamente, Nyko & Zendron (2018), vão dizer que além dos impactos econômicos, as externalidades sociais frequentemente justificam o apoio governamental às atividades culturais, uma vez que promovem a identidade cultural dos povos, a diversidade cultural, a inclusão social, o aumento do capital social, o bem-estar social e a educação, entre outros benefícios. Os autores ilustram como há externalidades geradas pelo setor cultural em outros setores.

É possível mencionar as contribuições econômicas e culturais dos setores da indústria audiovisual do Reino Unido (cinema, TV, animação e games). Por exemplo, foi identificado que os filmes oriundos do Reino Unido contribuíram para a formação de uma imagem positiva desse país no exterior, reforçando seu soft power.<sup>5</sup> Dos £ 21 bilhões gastos por visitantes estrangeiros em turismo no Reino Unido em 2013, estima-se que £ 840 milhões tenham sido induzidos pelos filmes britânicos (NYKO & ZENDRON, 2018, p. 265)

Nesse aspecto, é possível compreender que a cultura além de beneficiar o setor da atividade cultural e criativa, ela também é um potencial contribuidora de outros setores. Para além dos outros setores, a cultura tem no berço de sua manifestação a qualidade de abranger as atividades do lazer, tendo assim, uma forma concernente de enxergar a cultura, como algo que promove o bem-estar social, o que abarca uma instrumentalidade grande ao desenvolvimento social, com a melhoria do bem-estar coletivo.

Há alguns modelos usados para mensurar a economia criativa e cultural, os quais tem suas motivações particulares para incluir uma atividade enquanto deixa outras de fora, será apresentado aqui, três desses modelos.

### 3.3 Economia Criativa

Há diversos debates sobre a economia criativa, tal qual os que versão sobre o fato de compreender a criatividade como um insumo, enquanto a propriedade intelectual, o conteúdo gerado, como o produto (POTTS & CUNNINGHAM, 2008).

Em consonância, Bakhshi, Freeman e Higgs (2013) defendem que o trabalhador criativo é o insumo mais importante nas indústrias criativas, pois a criatividade é um fator humano, intelectual.

O Departamento de Cultura, Mídia e Esportes – DCMS –, departamento do governo Britânico, em sua abordagem ocupacional<sup>2</sup>, propõe que mas também faz parte desta, os trabalhadores que atuam fora dessa indústria, desde que necessário do uso da criatividade, a fim de identificar o dinamismo e as atividades criativas inclusas em todo o meio da economia britânica (VALIATTI, 2017). Os modelos do DCMS têm características ligadas à economia criativa, pois, segundo suas intepretações, a economia criativa não é limitada somente a fatores culturais, como o é a economia cultural. Assim, é possível enxergar, que os autores convergem com a ideia de que a economia criativa é um campo mais amplo, comparado a economia da cultura, sobretudo abrangendo a economia da cultura.

Já a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – WIPO ou OMPI –, descreve como economia criativa, tudo aquilo que vem do rompimento industrial para pós-industrial, baseado no intelecto, visando o crescimento econômico para o qual a criatividade é o principal coeficiente (WIPO, 2015). Indicando deste modo que há uma demanda pós-industrial de novas formas de ofício, que necessita para além de atividades monótonas fabris e de força, entrando na equação habilidades mais alinhada ao pensar, à ação cognitiva. A entidade, instrui a uma observação do domínio privado das criatividades, ao passo de que seja garantido os direitos aos produtos advindos das atividades criativas, para que sua contribuição continue à disposição na economia em sua quantidade ótima, encorajando à manutenção dos agentes econômicos nos mercados criativos e da execução eficiente da distribuição dos bens e serviços ligados a eles (WIPO, 2015).

Como visto, a economia criativa passa por diversas definições, que em alguns casos acabam por convergirem sobre o que seria esse setor, em outros, decidem por trazer interpretações diversas, que demonstram a questão dimensional do que seria essa indústria e para onde se caminha ao trazer à tona a discussão central. E essa amplitude e divergência está centrada

---

<sup>2</sup> Abordagem que trata de elencar os trabalhadores da economia criativa (2016).

naquilo que é ser criativo, as escolas que defendem o termo economia da cultura ou economia cultural, demonstram motivos importantes do porquê desse posicionamento.

### **3.4 Economia da Cultura**

A discussão continua num campo de alinhamentos das definições, na tentativa de incorporar tudo aquilo que, de uma visão cultural mais na linha sociológica, não poderia ficar de fora. O que nos coloca diante de entidades que defendem que a economia da cultura trata da expressão simbólica da cultura da sociedade, são os chamados produtos culturais, materializados na forma de bens, serviços e manifestações culturais (DINIZ, 2008). Em conformidade, a *European Commission* (2010), defende que as indústrias culturais são tais que geram e distribuem bens e serviços que são pertinentes a expressões culturais, independentemente de seu valor comercial.

Outro ponto de partida da qual é discutido sobre a cultura, é sua presença em governos na tentativa de aumento de abrangência política, e ou, da abertura de oportunidade para movimentar as cidades.

Encetamos o complexo campo de reflexão que traça o paralelo entre cidade e cultura. Isto é, consideramos que as ações e os dinamismos próprios da cultura e da produção cultural repercutem e interpõem o espaço da cidade e vice-versa, já que são as cidades os principais espaços onde ocorre o consumo cultural. Desse modo, são várias as relações que se estabelecem entre cidade e cultura e que acabam por aproximar as políticas urbanas das políticas culturais, quando, por exemplo, assistimos a processos de revitalização de espaços públicos a partir dos eventos – como Copa do Mundo e Olimpíadas – ou mesmo os que se apoiam nos equipamentos culturais como âncora de várias outras transformações do tecido urbano. Comumente, festivais e eventos culturais são usados não só para alavancar o turismo na cidade, mas, sobretudo, como parte integrante de um plano mais amplo de ressignificação da imagem que se tem da cidade. (SILVA & ZIVIANI, P09, 2020)

Como visto, a cultura está inserida também nas políticas públicas como uma ferramenta de trabalho pronta para a construção do meio urbano da cidade.

### **3.5 Economia da cultura e economia criativa, sinônimos?**

Por fim, existem teóricos que defendem a necessidade da não separação das indústrias culturais com as criativas, na intenção de ter maior abrangência no momento de mensurar e trazer luz à importância desses setores, além do fato interpretativo. Throsby (2008) debruça na ideia de que as indústrias culturais e indústrias criativas são sinônimas.

Não há consenso quanto à forma terminológica entre citar indústrias culturais e criativas na economia.

As diferenças nas metodologias remontam à discussão de enfoques e terminologias. Enquanto alguns modelos estão mais ligados às questões simbólicas e de expressões culturais características de uma nação, outros estão centrados em processos como a criatividade, o conhecimento e o desenvolvimento de novas tecnologias. (Valiati et al, p.15, 2017).

A importância está na oportunidade utilizar dessas ferramentas para crescimento e desenvolvimento econômico, pois o estímulo a criatividade artística, cria estímulos ao modo de comportamento no dia a dia.

Não menos importante é o papel das indústrias criativas e culturais para o futuro do emprego, tanto por sua contribuição na absorção de mão de obra quanto por seu papel no desenvolvimento de competências fundamentais para a nova economia. A partir das contribuições das indústrias criativas e culturais para o desenvolvimento econômico, social e cultural brasileiro, é possível observar as características dessa indústria no mundo e no Brasil, em particular, para identificar um conjunto de políticas voltadas para destravar, potencializar e transformar esses setores e, portanto, consolidar-se como vetor para o desenvolvimento brasileiro. (NYKO & ZENDRON, P261, 2018).

É importante compreender que no geral a economia criativa e a economia da cultura, para além de caminharem juntas, coexistirem e estarem interligadas, há definições que tendem a querer separar uma da outra, enquanto há definições que visam manter as duas como uma só, dentro de uma ideia de indústria cultural e criativa. Assim, é coerente trazer algumas discussões que falam dos dois campos e suas características, a fim de enriquecer o debate sobre o tema.

### **3.6 Modelos Ligados a Economia Criativa e Cultural**

Na apresentação dos modelos, pretende-se trazê-los para questão de conhecimento, enquanto que um deles, o modelo CNAE 2.0, por ser usado pelo IBGE, o qual faz pesquisas amostrais e populacionais no Brasil, será o modelo usado para embasa essa pesquisa e fazer as análises conforme pretendidas.

#### **3.6.1 Modelo WIPO - World Intellectual Property Organization**

Como cada instituição procura uma forma melhor de mensurar as atividades de acordo com a demanda e as particularidades regionais, algumas acabam por trazer modelos ligados a economia criativa, enquanto outros a economia cultural, e até alguns modelos que estão

ligados as duas definições. Entre os modelos ligados mais à descrição de economia criativa, se deparam com os que levam em conta ocupações relacionadas aos direitos autorais, à inovação e ao conhecimento, sem tirar da equação as expressões artísticas tradicionais (VALIATTI et al, 2017). De acordo com essa instituição é necessário para tanto considerar e assegurar os direitos da propriedade privada, para estimular que os agentes econômicos dessas atividades permaneçam no mercado desses bens e serviços. Abaixo pode-se acompanhar as atividades econômicas consideradas por este modelo.

### **Quadro 01 - Indústrias autorais criativas do Modelo WIPO.**

<b>NÚCLEO DAS INDÚSTRIAS DOS DIREITOS AUTORAIS</b>
Imprensa e literatura
Música, teatro e óperas
Filme e vídeo
Rádio e televisão
Fotografia
Software, bases de dados e jogos eletrônicos
Artes visuais e gráficas
Publicidade
Sociedades arrecadadoras de direitos autorais
<b>INDÚSTRIAS INTERDEPENDENTES DOS DIREITOS AUTORAIS</b>
Eletrônicos (televisões, rádios, reprodutores de som, aparelhos de DVD, entre outros equipamentos)
Computadores e equipamentos
Instrumentos musicais
Equipamentos fotográficos e cinematográficos
Fotocopiadoras
Material para gravação em branco
Papel
<b>INDÚSTRIAS PARCIAIS DOS DIREITOS AUTORAIS</b>
Vestuário, calçados e tecidos
Joias e moedas
Outros artesanatos
Móveis, artigos domésticos, cerâmica e vidro
Papéis de parede e tapetes
Brinquedos e jogos
Arquitetura, engenharia, inspeção e design de interiores
Museus
<b>INDÚSTRIAS DE APOIO NÃO DEDICADAS</b>
Vendas em atacado e varejo
Transporte
Telefonia e Internet

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da WIPO (2015).

Neste modelo da WIPO, além das atividades convencionais da indústria da cultura, como música, teatro, operas, levam em consideração também outras atividades que detêm de direitos autorais, completos ou parciais, como as arquiteturas, engenharias, brinquedos, jogos, artesanatos, joias, entre outras atividades. Alguns outros modelos incorporam algumas dessas atividades e acrescentam outras, enquanto outros agregam estas e algumas mais, como pode se ver no modelo descrito abaixo.

### 3.6.2 Modelo DCMS - Departamento para Cultura, Mídia e Esporte do governo Britânico

Após verificar o modelo da WIPO, enxerga-se como oportuno trazer aqui o modelo DCMS, o qual foi elaborado pelo governo britânico, tido como um modelo exemplo para outros países do continente europeu. No quadro abaixo é percebido que atividades artesanais como moveleiros e tricoteiros estão inseridos neste modelo.

**Quadro 02 - Ocupações criativas segundo o modelo do DCMS**

GRUPO	CÓDIGO SOC 2010	DESCRIÇÃO
PUBLICIDADE MARKETING	1132	Diretores de marketing e de vendas
	1134	Diretores de publicidade e de relações públicas
	2472	Profissionais das relações públicas
	2473	Gerentes de contas de publicidade e diretores criativos
	2473	Profissionais associados ao marketing
ARQUITETURA	2431	Arquitetos
	2432	Urbanistas
	2435	Tecnólogos em arquitetura
	3121	Técnicos em arquitetura e urbanismo
	5211	Ferreiros
ARTESANATO	5411	Tecelões e tricoteiros
	5441	Decoradores e finalizadores de vidro e cerâmica
	5442	Moveleiros e outros carpinteiros artesanais
	5449	Outros trabalhadores artesanais não classificados em outros grupos
DESIGN: PRODUTO, GRÁFICO E MODA	3421	Designers gráficos
FILME, TV (1), VÍDEO, RÁDIO E FOTOGRAFIA	3422	Designer de produto, de vestuário e relacionados
	3416	Diretores, produtores e funcionários das artes
TI (2), SOFTWARE E SERVIÇOS DE INFORMATICA	3417	Fotógrafos, profissionais do audiovisual e de transmissão
	1136	Diretores de tecnologia de informação e telecomunicação
EDITORIAL	2135	Analistas de TI, arquitetos e designers de sistemas
	2136	Programadores e profissionais de desenvolvimento de software
MUSEUS, GALERIAS E BIBLIOTECAS	2137	Profissionais de desenvolvimento e design de web
	2471	Jornalistas, editores de jornais e periódicos
MÚSICA, ARTES PERFORMÁTICAS E ARTES VISUAIS	3412	Autores, escritores e tradutores
	2451	Bibliotecários
E BIBLIOTECAS	2452	Arquivistas e curadores
	3411	Artistas
	3413	Atores, animadores e apresentadores
E ARTES VISUAIS	3414	Dançarinos e coreógrafos
	3415	Músicos

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do DCMS (2016).

É interessante perceber que as atividades são diversas e tem suas particularidades. Enxerga-se que atividades tradicionais da cultural como músicos, dançarinos, artistas, atores, fazem parte desse ranking da DCMS, porém acrescenta-se atividades distintas do tradicional como analista de TI, programadores, jornalista. Estes se encaixam no ranking, pois como foi dito, os trabalhadores criativos não se limitam aos que apenas atuam nas atividades tradicionais da indústria cultural criativa, porém também os que atuam fora dessa indústria, que, no entanto, são trabalhadores criativos.

### 3.6.3 Modelo CNAE - Códigos Nacionais de Atividade Econômica

Este modelo elenca os setores culturais brasileiros. Vale aqui ressaltar e trazer a título de mostrar os caminhos, que esse modelo é oriundo do modelo usado pelo Convênio Andrés Bello (CAB) e pela Unesco. O CAB empenhou-se para sugerir um método universal de mensuração da cultura nas economias Latina Americana (CAB, 2009). Voltando a CNAE para cultura, esta tem uma junção de contribuição das parcerias do até então, Ministério da Cultura, no momento extinto pelo governo em 2019, IBGE e o IPEA, além da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), com o objetivo de reunir informações estatísticas a fim de ter como mensura a atividade econômica (LINS, 2017).

A CNAE para as atividades culturais da economia brasileira é descrita como CNAE 2.0, contando com 10 cadeias gerais, entre elas; música, entretenimento, formação, editoração, audiovisual, artes etc., e mais de 30 atividades, é a fonte dos institutos brasileiros, que permite ser feito análises para melhorar o fomento e os investimentos na cultura e criatividade afim de gerar emprego e renda. Conforme Lins, “CNAE assegura a coerência das informações ao longo do tempo, no espaço territorial e entre fontes diversas, além de permitir a comparabilidade internacional das estatísticas nacionais.” (LINS, p. 72, 2017)

#### Quadro 03 - Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais da economia brasileira (continua)

<b>CÓDIGO CNAE</b>	<b>DESCRIÇÃO CNAE 2.0</b>	<b>CADEIAS GERAIS</b>
7111	Serviços arquitetura	Arquitetura
9001	Artes cênicas, espetáculos etc.	Artes
9002	Criação artística	Artes
7420	Atividades fotográficas e similares	Artes
7722	Aluguel de fitas vídeo, DVD etc.	Audiovisual
6143	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	Audiovisual
6142	Operadoras de televisão por assinatura por microondas	Audiovisual
6141	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	Audiovisual
6021	TV aberta	Audiovisual

**Quadro 03 - Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais da economia brasileira (conclusão)**

6022	TV por assinatura	Audiovisual
6010	Atividades de rádio	Audiovisual
5914	Exibições cinematográficas	Audiovisual
5913	Distribuição cine, vídeos, programas TV	Audiovisual
5912	Pós Produção cine, vídeos, programa TV	Audiovisual
5911	Produção cine, vídeos, programa TV	Audiovisual
7410-2	Desenho e decoração	Design
4783	Comércio varejista de jóias e relógios	Design
3212	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	Design
3211	Lapidação, fab. ourivesaria e joalheria	Design
5812	Edição de jornais	Editoração
5813	Edição de revistas	Editoração
5822	Edição integrada impressão jornais	Editoração
5823	Edição integrada impressão revistas	Editoração
5811	Edição de livros	Editoração
5821	Edição integrada impressão livros	Editoração
4761	Com. Var. Livros, jornais, papelaria.	Editoração
4647	Com. Atac. Livros, jornais, papelaria.	Editoração
9329-8	Atividades de lazer não especificadas anteriormente	Entretenimento
9321-2	Parques de diversão e parques temáticas	Entretenimento
8593	Ensino de idiomas	Formação
8592	Ensino de arte cultura	Formação
9493	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	Gestão
9003	Gestão espaço para espetáculos	Gestão
5920	Gravação de som e edição música	Música
4756	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios	Música
4762	Com. var. discos, CDs, DVDs	Música
3220	Fab. instrumentos musicais	Música
9103	Jardim botânico, zoo, parques e reservas ecológicas.	Patrimônio
9102	Museus, restaurações, prédios históricos	Patrimônio
9101	Bibliotecas e arquivos	Patrimônio

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do CEGOV (2016).

No intuito de abranger diversas áreas estratégicas para o setor, se tem no modelo da CNAE além das atividades já esperadas, outras não tão comum ao setor como jardim botânico, zoo, parque ecológicos, parque de diversões, ensinos de idiomas, atividades que contribuem para uma melhor abrangência da cultura e criatividade na hora de ser feito análises sobre o setor.

Assim, fecha-se a revisão, dando um panorama sobre o setor, na visão das diversas instituições, e possibilitando a continuidade no estudo ao usar os modelos para mensuração.

## 4. METODOLOGIA

O presente trabalho tem como proposta trabalhar a economia cultural e criativa do Brasil sobre a perspectiva das ocupações nas atividades desse setor. Os dados serão analisados de forma regional, dividido então nas cinco regiões do país, Norte, Sul, Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste. As escolhas por incorporar todas as regiões está no fato de que alguns estados concentram maiores estatísticas, tendo em vista suas populações grandes e suas concentrações de atividades urbanas, enquanto outros estados não têm muitos incentivos acerca da atividade estudada, nem mesmo a depender, incentivos de geração de dados, assim, de forma regional possa ter uma visão melhor do comportamento acerca do alvo da pesquisa.

Será tratado como retirado de cada classe os rendimentos efetivos totais das pessoas do setor, no ano analisado. Assim, pretende-se obter índices dos rendimentos culturais frente aos rendimentos nos demais setores. Para a geração de emprego oriundas do setor estudado, será analisado no ano de referência, a quantidade de pessoas empregadas no setor.

### 4.1. Índice de Moran

O I de Moran global afere a associação de dependência espacial por meio de conglomeradas localidades, através de um método de autocorrelação espacial em estrato regionalizado, embasada na magnitude do desvio em torno da média do atributo em pauta. Este índice examina o quanto a dimensão espacial afeta a distribuição de um determinado item, na hipótese de ter sido analisado de modo correlacionada com um molde de distribuição aleatória (ALMEIDA, 2012). Assim, há como possibilidade verificar a existência de dependência espacial, ou seja, se existe alguma relação espacial entre as áreas analisadas que apresentam taxas de crescimento semelhantes.

O resultado deste índice varia no intervalo de -1 e 1, em que os valores que se aproximam de zero indicam que as regiões analisadas demonstram baixa associação espacial. Já para valores próximos do -1, há uma correlação espacial negativa entre as regiões de análise, e, por fim, os valores próximos de 1, indicam uma correlação espacial positiva entre as áreas analisadas (ALMEIDA, 2012). Com a finalidade de analisar a associação espacial da região, é usado então o I de Moran, o indicador é dividido assim, em quatro classes (AA, BB, AB e BA), consistindo cada uma destas correspondente a uma localidade no mapa de concentração de Moran, Alto-Alto, Baixo-Baixo, Baixo-Alto e, Alto-Baixo. Que traduzindo, AA é quando a

localidade de referência tem índice alto para a cultura, e seus vizinhos analisados também têm índice alto, já BB é quando a localidade analisada é baixa tendo vizinhos também baixos, por fim, AB é quando a localidade de análise é alta e seus vizinhos baixos, e BA a localidade é baixa com vizinhos altos.

#### **4.2. Base de Dados**

O cálculo da análise de Moran e os cálculos da remuneração e remuneração média, por cor/raça, faixa etária e educação foi realizado utilizando os dados referentes às vinte e sete unidades federativas do país, sendo vinte e seis estados mais o Distrito Federal para o ano de 2019. A escolha do ano levou em consideração ter sido o último ano antes da conjuntura pandêmica internacional, que afetou diversos setores negativamente, tendo o setor cultural criativo como um dos mais afetados e um dos últimos a retornar com as atividades pós pandemia. Os dados foram obtidos da Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílio Contínua (PNAD-C) do IBGE.

Foram considerados os pesos amostrais disponíveis na base de dados da PNAD-C, já as pessoas que não trabalharam na semana de referência e que as informações estavam incompletas foram excluídas da base.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As análises tiveram resultados importantes para este trabalho, por meio delas foi possível embasar melhor o que se buscava compreender. Dividido assim em análise descritiva e análise de clusters.

### 5.1. Análise descritiva

Com os dados da PNAD Contínua (2019), foram encontrados alguns resultados relevantes para esta pesquisa. Foi possível verificar que as pessoas que se declararam amarelas na semana de referência, tinham a maior média salarial entre as classes de cor/raça, chegando a R\$3.504,91. Já as pessoas que se declaradas brancas, pretas e pardas, tinham uma média salarial de R\$2.913,87, R\$1.930,40 e R\$1.697,50, respectivamente. Os indígenas são os que tem as menores remunerações de acordo com a análise, sendo remunerados com apenas R\$1.067,15. Quando convertidos salário/hora de trabalho, enxerga-se que os amarelos são remunerados em R\$21,12/h, enquanto os brancos e negros tem suas remunerações em R\$18,34 e R\$14,14, respectivamente [tabela 01].

Quando levado para faixa etária o grupo que se encontra na idade de 20 a 40 anos, tem a segunda maior remuneração, chegando a ser R\$2.344,80, ficando atrás somente das pessoas com a faixa entre 45 e 65 anos de idade, sendo de R\$2.648,61. Quem menos recebe são os mais jovens com a faixa etária de 14 a 19 anos de idade, com apenas R\$938,94, sabendo-se que no geral a maioria são ainda estudantes, e possivelmente suas remunerações são oriundas de estágios e programas de jovens aprendizes. Também chama atenção na análise por faixa, o grupo que está acima de 65 anos de idade, que é a idade média da aposentadoria no Brasil, sendo, o grupo entre os adultos, que menos recebem, com uma remuneração aproximada de R\$1.839,66.

Quando observa as remunerações considerando a escolaridade das pessoas, tem-se que, como esperado, quem tem ensino superior recebe em média R\$4.064,57, sendo R\$2.371,48 a mais comparado ao segundo grupo que mais recebe. Este grupo, que tem o ensino médio, é remunerado em média com R\$1.693,09, sendo em salário/hora R\$11,19. O grupo que nunca frequentou escola recebe cerca de R\$883,37, remuneração que se encontra abaixo do salário-mínimo vigente.

De Uma forma geral, foi classificado os tipos de emprego, se formal e informal, onde se tem na formalidade uma remuneração média de R\$2.568,93, enquanto quem está na informalidade tem uma remuneração média de R\$1.934,72. Todos estes dados supracitados, podem ser

vistos na tabela abaixo. Estima-se também que 5.039.958,00 trabalhadores estão inseridos no setor cultural e criativo, o que representa em torno de 5,80% dos trabalhadores no país.

**Tabela 01 - Remuneração média dos trabalhadores culturais criativos.**

<b>TRABALHADORES DO SETOR CULTURAL</b>	<b>QUANTIDADE DE TRABALHADORES</b>	<b>QUANTIDADE DE TRABALHADORES EM RELAÇÃO AO TOTAL (%)</b>	<b>REMUNERAÇÃO MÉDIA (R\$)</b>	<b>SALÁRIO POR HORA (R\$)</b>
<b>1. IDADE POR FAIXA ETÁRIA</b>				
1.1 De 14 a 19 anos de idade	299	3,50%	938,94	10,98
1.2 De 20 a 40 anos de idade	4542	53,20%	2.344,80	14,95
1.3 De 40 a 65 anos de idade	3331	39,02%	2.648,61	16,48
1.4 Acima de 65 anos de idade	365	4,28%	1.839,66	16,09
<b>2. ESCOLARIDADE</b>				
2.1 Nunca frequentou	52	0,61%	833,37	5,35
2.2 primeiro grau	1996	23,38%	1.194,38	8,46
2.3 segundo grau	3962	46,41%	1.693,09	11,19
2.4 Superior	2527	29,60%	4.064,57	25,38
<b>3. COR/RAÇA</b>				
3.1 Branco	4225	49,49%	2.913,87	18,34
3.2 Preto	692	8,11%	1.930,40	14,14
3.3 Amarelo	78	0,91%	3.504,91	21,12
3.4 Pardo	3505	41,06%	1.697,50	11,25
3.5 Indígena	34	0,40%	1.067,15	8,57
3.6 Não Declarado	3	0,04%	7.980,77	39,55
<b>4. TIPO DE EMPREGO</b>				
4.1 Formal	2909	71,30%	2.568,93	
4.2 Informal	1171	28,70%	1.934,72	

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da PNAD-C (2019)

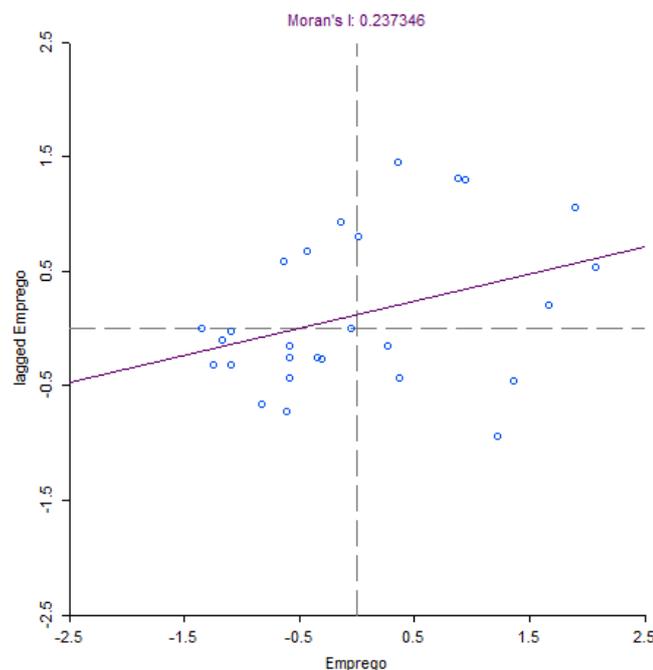


Sergipe, seguidos ali de três estados que ficam classificados entre 4% e 5%, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte.

No Centro-Oeste do país, destaca-se o Distrito Federal, estando acima dos 5%, enquanto o estado de Goiás e do Mato grosso do Sul se encontram no grupo entre os 4% e 5%.

É possível também construir um diagrama de dispersão de Moran multivariado, colocando no eixo das ordenadas a ocupação no setor cultural criativo por parte dos estados vizinhos, a saber utilizou-se a matriz de pesos espaciais de quatro vizinhos, e no eixo das abscissas a ocupação no setor por parte do estado em questão, conforme o diagrama abaixo [Figura 02]. Almeida (2004, p. 47). “O diagrama de dispersão de Moran multivariado plota, no eixo das abscissas, os valores de uma variável, observados numa determinada região, com o valor médio de uma outra variável, observado nas regiões vizinhas, no eixo das ordenadas.”

**Figura 02 – Diagrama de Dispersão de Moran**



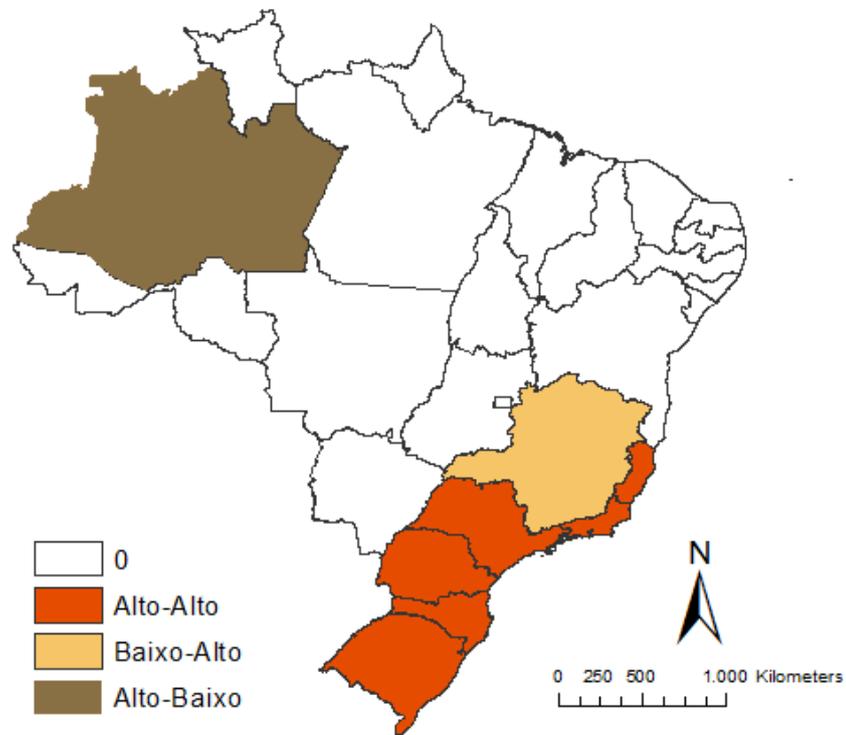
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do PNAD- Contínua (2019).

Como pode-se perceber [Figura 02] o Moran's I deu um valor de 0,237, tendendo a 1, o que indica que há indícios de uma correlação de interdependência dos estados, o que significa, que a cultura no estado em questão é dependente da cultura nos estados vizinhos, quatro, levados em consideração.

É oportuno mapear os resultados apresentados no diagrama de dispersão de Moran, através do Mapa de Dispersão de Moran [Figura 03], foi construído o mapa para analisar a situação da cultura brasileira, e pode-se perceber, no mapa da figura abaixo que ao analisar agrupamentos

para quatro vizinhos, toda a região Sul e três estados da região sudeste, a saber São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo, deram uma distribuição do tipo Alto-Alto, que significa que a cultura inserida nestes estados é alta e a dos seus quatro vizinhos considerados também é alta. Já o estado de Amazonas apresenta um resultado destoante na região Norte como outrora apontado, onde a distribuição ficou Alto-Baixo, que traduzindo significa que o estado tem a cultura forte/alta, no entanto todos os seus vizinhos são fracos/baixos, ou insignificantes para análise. Por fim, o estado de Minas Gerais cercado por outros já citados da região sudeste, é o único que tem seu índice Baixo-Alto, o estado tem a cultura fraca/baixa para vizinhos fortes/altos.

**Figura 03 – Mapa de Dispersão de Moran para indústria cultural e criativa**



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do PNAD- Contínua (2019).

Como havia sido notado na análise da distribuição, o estado de Amazonas está destacado na região norte, além de outros estados que se destacam em suas respectivas regiões, assim, analisar-se-á agora, os motivos desses destaques destoantes de alguns estados.

**Quadro 04 – principais atividades para os estados**

<b>AMAZONAS</b>		
<b>CÓDIGO ATIVIDADE</b>	<b>DEFINIÇÃO ATIVIDADE</b>	<b>% ATIVIDADE/TOTAL</b>
26030	Fabricação de equipamentos de comunicação e de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo	36,55%
26010	Fabricação de componentes eletrônicos	16%
90000	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	11,72%
<b>CEARÁ</b>		
<b>CÓDIGO ATIVIDADE</b>	<b>DEFINIÇÃO ATIVIDADE</b>	<b>% ATIVIDADE/TOTAL</b>
61000	Telecomunicações	26,83%
18000	Impressão e reprodução de gravações	16,26%
90000	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	14,63%
<b>MATO GROSSO DO SUL</b>		
<b>CÓDIGO ATIVIDADE</b>	<b>DEFINIÇÃO ATIVIDADE</b>	<b>% ATIVIDADE/TOTAL</b>
61000	Telecomunicações	20,51%
73010	Publicidade	16,67%
48074	Comércio de equipamentos e produtos de tecnologias de informação e comunicação	15,38%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do PNAD- Contínua (2019).

No quadro 04, pode se observar que o estado de Amazonas forma 36,55% das suas atividades culturais criativas em fabricação de equipamentos e de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo, além de 16% em fabricação de componentes eletrônicos, o que totaliza 52,55% das atividades que deixam o estado destacado na região norte, vale ressaltar que há em Manaus, capital do estado, a Zona Franca de Manaus (ZFM) que é um parque industrial, o que pode explicar os motivos do destaque de Amazonas na região norte, acrescentando as atividades artísticas, criativas e de espetáculos, que tem 14,63%, totaliza-se 67,18% da força cultural criativa do estado.

O estado de Ceará que na região do nordeste foi um dos que se destacaram, tem ao todo 57,72% da sua cultura concentrada em telecomunicações, impressão, reprodução de gravações e atividades artísticas, criativas e de espetáculos, sendo 26,83%, 16,26% e 14,63%, respectivamente. Por fim, o estado do Mato Grosso do Sul, tem entre suas atividades culturais fortes, uma particularidade destacável, o índice de 16,67% em publicidade que é forte no estado, além de 15,38% no comércio de equipamentos e produtos de tecnologias de

informação e comunicação, com o maior destaque de 20,51% em telecomunicações, já observada também em outros estados da federação.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se iniciou o projeto, foi constatado que havia um setor econômico importante que está na sociedade no geral, mas que, no entanto, não havia muitas pesquisas, sobretudo no Brasil, sobre o tema. Assim, viu-se a importância de se pesquisar sobre economia da cultura e criatividade.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral compreender o setor como ferramenta para geração de emprego e renda, para o desenvolvimento econômico e social. Constata-se que o objetivo geral foi atendido, tendo em vista que foi possível identificar que uma parte significativa das pessoas, um pouco mais de cinco milhões, trabalhavam no setor. Também foi possível identificar uma renda média para empregos formalizados no setor acima de R\$2.500,00, enquanto os empregados informais tinham renda média acima de R\$1.900,00.

Diante da metodologia proposta, percebe-se que o trabalho poderia ter sido analisado partir dos estados e microrregiões, e através metrópoles, para que fosse possível captar mais as nuances do setor a partir de cidades com hiper populações. Cabe posteriormente destacar diferença salarial entre homens e mulheres, a fim de verificar se no setor cultural criativo, há também essa disparidade salarial baseada no gênero. Enxerga-se como oportunidade verificar os gastos das famílias com o setor cultural, a fim de capturar as movimentações que esse setor pode trazer na sociedade, assim, como verificar o surgimento das empresas registradas nas atividades que englobam o setor.

Por fim o presente trabalho buscou destacar os pontos que trazem uma visão da possibilidade de o setor cultural criativo ser uma ferramenta na criação de emprego e renda, a fim de melhorar os indicadores nacionais, para tanto, é necessário, o fomento das atividades culturais através investimentos públicos, e também, através de incentivos fiscais e outros incentivos para que o setor privado possa fazer aportes no setor e gerar renda e emprego.

É observado que a análise de clusters considerando quatro vizinhos, destaca poucos estados, tendo em vista que gera uma dificuldade para encontrar 4 vizinhos fortes numa dada região, além disso as análises feitas com dados amostrais e para estados, e não municípios por exemplo, não permite captar 100% aquilo que é a atividade cultural no país, acreditasse que a partir de uma pesquisa populacional, e uma maior convergência na forma de mensurar a cultural, poderá se obter resultados melhores, e poder compara-los aos de outros países e destacar os pontos de crescimento desse setor no mundo. Assim, poder ver formas de ampliar as atividades culturais e criativas, para contribuição de geração de renda e emprego. Tendo

em vista que trabalhadores culturais e criativos representaram 5,80% da força trabalhadora do país na semana de referência, é possível criar forma de fazer crescer essa proporção e gerar mais renda e polos de empregos, assim, dando continuidade nas propostas que podem surgir de pesquisas sobre o referido setor.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, E. S., Haddad, E. A. e Hewings, G. J. D. (2004). The spatial patterning of crime in Minas Gerais): an exploratory analysis. *Economia Aplicada* (próximo número).
- ALVES, Elder Maia; COUTO, Bruno Gontyjo do. **“Economia criativa” como categoria nativa: a atuação dos economistas e as condições de legitimação de um novo recurso de poder**, Florianópolis, v. 18, n. 41, 23 set. 2019. *Política & Sociedade*, p. 328 - 359. DOI <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2019v18n41p328>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2019v18n41p328>. Acesso em: 20 fev. 2020.
- BAKHSI, H.; FREEMAN, A.; HIGGS, P. A dynamic mapping of the UK’s creative industries. Londres: Nesta, 2013. Disponível em: <[https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a\\_dynamic\\_mapping\\_of\\_the\\_creative\\_indusindus.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a_dynamic_mapping_of_the_creative_indusindus.pdf)>. Acesso em: 11 ago. 2016.
- CENTRO DE ESTUDOS INTERNACIONAIS SOBRE GOVERNO (CEGOV). Produto 1: Revisão de modelos existentes e contribuições teóricas para a conta satélite de cultura, fundamentando opções metodológicas. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.
- CONVENIO ANDRÉS BELLO (CAB). Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación. Bogotá: CAB, 2009.
- CORAZZA, Rosana Icassatti. G. **Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas**, Campinas, v. 12, 23 fev. 2013. *Revista Brasileira de Inovação*, p. 207 - 231. DOI 10.20396/rbi.v12i1.8649059. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8649059>. Acesso em: 20 fev. 2020.
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT (DCMS). Creative industries economic estimates methodology. Londres: DCMS, 2016
- DINIZ, Sibelle Cornélio. **Análise do setor cultural nas regiões metropolitanas brasileiras**, Belo Horizonte: ANPEC, 2008. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807211651060-.pdf>. Acesso em: 6 maio 2021.
- EXAME (São Paulo). **Netflix ganha 16 milhões de assinantes no primeiro trimestre com covid-19**, São Paulo, p. 01-01, 21 abr. 2020.

EUROPEAN COMMISSION. Green paper: unlocking the potential of cultural and creative industries. Bruxelas: European Commission, 2010

G1 (São Paulo). **Cinema cresce no Brasil em 2019, mas público de filmes brasileiros foi menor que em 2018**, São Paulo, p01-01 jan. 2020.

LEITE, Pedro Pereira. **Cultura e Desenvolvimento**, Coimbra PT: Centro de Estudos Sociais Universidade de Coimbra, 2015. Disponível em: <https://issuu.com/pedropereiraleite>. Acesso em: 20 fev. 2020.

NYKO, Diego; ZENDRON, Patricia. Economia criativa = Creative economy. In: PUGA, Fernando Pimentel; CASTRO, Lavínia Barros de (Org.). **Visão 2035: Brasil, país desenvolvido: agendas setoriais para alcance da meta**. 1. ed. Rio de Janeiro : Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2018. p. 259-288. Disponível em: <http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/16280>

POTTS, J.; CUNNINGHAM, S. Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, v. 14, n. 3, p. 233-247, ago. 2008.

ROMER, Paul. *“Endogenous technological change”*. *Journal of Political Economy*, **October** 1990, v. 98, n. 5, S71-S102.

ROWTHORN, R.; RAMASWAMY, R. *Deindustrialization: causes and implications*. Washington: International Monetary Fund, 1997.

SANT'ANNA, Lourival. **Como Medellín virou a cidade-modelo que está vencendo o crime**, Medellín: EXAME, p. 01-01, 5 out. 2017. Disponível em: <https://exame.com/revista-exame/menos-violenta-e-mais-prospera/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa Políticas públicas, ZIVIANI, Paula. *Economia Criativa e da Cultura*. – Brasília: Ipea, 2020. 244 p.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento Econômico**. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2012.

THROSBY, D. The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, v. 17, n. 3, p. 147-164, set. 2008.

VALIATTI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento (Org.). *Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I*. Porto Alegre: Editora da UFRGS; CEGOV, 2017. p. 11-30

VARIAN, Hal R. **Microeconomia**. / Hal Varian. tradução [da 6.ed. original] de Maria José Cyhlar Monteiro.- Rio de Janeiro : Campus, 2003

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). *Guide on surveying the economic contribution of the copyright industries: 2015 revised edition*. Genebra: Wipo, 2015.

## ANEXO A

### Atividades econômicas e ocupações culturais

- 18000 - Impressão e reprodução de gravações
- 26010 - Fabricação de componentes eletrônicos
- 26020 - Fabricação de equipamentos de informática e periféricos
- 26030 - Fabricação de equipamentos de comunicação e de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo
- 26042 - Fabricação de equipamentos e instrumentos ópticos, fotográficos e cinematográficos e de mídias virgens, magnéticas e ópticas
- 32001 - Fabricação de artigos de joalheria, bijuteria e semelhantes
- 32002 - Fabricação de instrumentos musicais
- 32003 - Fabricação de artefatos para pesca e esporte e de brinquedos e jogos recreativos
- 48072 - Comércio de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações
- 48074 - Comércio de equipamentos e produtos de tecnologias de informação e comunicação
- 58000 - Edição e Edição integrada à impressão
- 59000 - Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão, gravação de som e de música
- 60001 - Atividades de rádio60002 - Atividades de televisão
- 61000 – Telecomunicações
- 63000 - Atividades de prestação de serviços de informação
- 73010 – Publicidade
- 77010 - Aluguel de objetos pessoais e domésticos
- 90000 - Atividades artísticas, criativas e de espetáculos
- 91000 - Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental
- 93020 - Atividades de recreação e lazer