

MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL

Dezembro/2014.



MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL

Dezembro/2014.

EXPEDIENTE

Sistema FIRJAN
Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
Presidente Eduardo Eugênio Gouvêa Vieira

Elaboração do Mapeamento

Diretoria de Desenvolvimento Econômico
Luciana de Sá

Gerência de Economia e Estatística
Guilherme Mercês

Divisão de Economia Empresarial
Tatiana Sanchez

Equipe Técnica
Marcio Afonso
Carolina Neder
Marcelo Nicoll

Elaboração dos Casos por Área Criativa

Programa Indústria Criativa
Cristiane de Andrade Alves | Gerente
Gabriel Bicharra Santini Pinto | Coordenador

www.firjan.org.br/economicriativa

**Sistema
FIRJAN**



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

ÍNDICE

Resumo Executivo	4
Introdução	6
A Economia Criativa: Ótica da Produção	10
A Economia Criativa: Ótica do Mercado de trabalho	11
Empregos Criativos	11
Os Criativos na Indústria Clássica	13
Remuneração dos trabalhadores criativos	15
A Indústria Criativa nos Estados	17
Empregos Criativos	17
Remuneração dos trabalhadores criativos	18
Áreas Criativas e Seus 13 Segmentos	22
Consumo	22
Caso.1: Indústrias do design em tempo de transformação	26
Cultura	27
Caso.2: Preservação do patrimônio imaterial. Museu: o novo velho entretenimento	31
Mídias	31
Caso.3: O novo cenário do Audiovisual	35
Tecnologia	35
Caso.4: Inovação na era dos <i>makers</i>	39
Referência Bibliográfica	40

RESUMO EXECUTIVO

- A edição 2014 do **Mapeamento da Indústria Criativa** celebra os dez anos desta Indústria no Brasil. Assim, o objetivo do trabalho vai além de atualizar as estatísticas, propondo-se também a analisar o quanto evoluiu a Indústria Criativa brasileira na última década. Outra novidade desta edição é a agregação dos segmentos em quatro grandes **Áreas Criativas: Consumo, Cultura, Mídias e Tecnologia**. Por possuírem características semelhantes entre seus segmentos, esta agregação facilita tanto a leitura do comportamento das áreas e de seus segmentos ao longo dos anos, como também a identificação das vocações das regiões e estados brasileiros.
- O mapeamento aborda a Indústria Criativa sob duas óticas. A primeira é a ótica da produção, que lança um olhar sobre as empresas criativas - que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos em seus quadros. A segunda ótica é a do mercado de trabalho, ou seja, dos profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica.
- Sob a ótica da produção, 251 mil empresas formavam a indústria criativa no Brasil em 2013. Num olhar sobre a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram 148 mil empresas. Com base na massa salarial destas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos.
- Sob a ótica do mercado formal de trabalho, a Indústria Criativa é composta por 892,5 mil profissionais formais. Entre 2004 e 2013, houve alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Dessa forma, o mercado de trabalho criativo se expandiu não apenas em números absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros alcançou 1,8% em 2013, ante 1,5% em 2004. Houve crescimento relevante nas quatro grandes áreas criativas: Tecnologia (+102,8%), Consumo (+100,0%), Mídias (+58,0%) e Cultura (+43,6%).
- Apesar de o senso comum associar os trabalhadores criativos a ambientes profissionais exclusivamente criativos, como agências de publicidade, escritórios de design, produtoras de conteúdo audiovisual, entre outros, dos 892,5 mil profissionais criativos mapeados no Brasil, 221 mil (24,7%) atuam na Indústria de Transformação, onde representam 2,8% dos trabalhadores, percentual superior ao observado no mercado de trabalho nacional (1,8%). Dentre os 13 segmentos criativos, a presença destes profissionais "Clássico-Criativos" se destaca em quatro: *Pesquisa & Desenvolvimento, Moda, Design e Publicidade*.

- No que se refere à remuneração, enquanto o rendimento mensal médio do trabalhador brasileiro era de R\$ 2.073 em 2013, o dos profissionais criativos chegou a R\$ 5.422, quase três vezes superior ao patamar nacional. Em uma análise evolutiva, ainda que em 2004 os salários da classe criativa já fossem bastante superiores à média nacional, houve crescimento real de 25,4%, acompanhando o expressivo avanço do rendimento do trabalhador brasileiro nesse período (+29,8%).
- Entre os segmentos criativos, os mais numerosos em termos de profissionais também se distinguem por apresentarem os maiores salários médios – *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 9.990), *Arquitetura* (R\$ 6.927), *TIC* (R\$ 5.393) e *Publicidade* (R\$ 5.075), refletindo a alta capacitação técnica desses profissionais e a posição estratégica desses setores no mercado. Já em comparação com 2004, os maiores aumentos reais de salário ocorreram justamente nos segmentos que apresentavam menor remuneração: *Moda* (42,1%), *Música* (33,3%), *Audiovisual* (32,7%) e *Expressões Culturais* (31,6%).
- Entre os estados, São Paulo e Rio de Janeiro se sobressaem no mercado de trabalho criativo: são 349 mil trabalhadores paulistas e 107 mil trabalhadores fluminenses. Respectivamente, isso significa que 2,5% e 2,3% do mercado de trabalho desses estados são representados por profissionais que têm como principal ferramenta de trabalho a criatividade.
- Em uma análise evolutiva, entre 2004 e 2013 houve aumento no número de empregos criativos formais em todos os estados brasileiros. Esse movimento permitiu um aumento da participação relativa desses trabalhadores na economia de 23 estados, com destaque para Santa Catarina e Rio de Janeiro: de 1,5% para 2,0% e de 1,8% para 2,3%, respectivamente.
- Na análise de remuneração por estado, o Rio de Janeiro é o grande protagonista. Em sete dos treze setores criativos analisados os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações: *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 14.510), *Artes Cênicas* (R\$ 8.107), *TIC* (R\$ 7.265), *Audiovisual* (R\$ 5.350), *Patrimônio & Artes* (R\$ 5.260), *Design* (R\$ 3.326) e *Moda* (R\$ 1.965).
- Na comparação com 2004, todos os estados apresentaram crescimento real do salário médio da classe criativa. Vale mencionar que os estados que detinham os menores salários em 2004 foram justamente os que mais avançaram na década, Rondônia (+90,9%) e Paraíba (+65,6%).

INTRODUÇÃO

"In Brazil, the creative economy push began in 2004, when the eleventh session of the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD XI) was organized in São Paulo, and was followed up by the International Forum on Shaping an International Centre on Creative Industries in Salvador de Bahia in 2005. Momentum was generated in the States of São Paulo, Espírito Santo, Rio de Janeiro and Ceará." (Creative Economy Report 2013, UNDP)

No final da década de 1990, o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido¹ lançou o primeiro mapeamento de Indústrias Criativas. Um dos objetivos era mostrar que estas vão além do papel da cultura e possuem um vasto potencial de geração de empregos e riqueza. 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, evidenciando seu potencial de contribuição para o desenvolvimento.

Reconhecendo o potencial das indústrias criativas, o Sistema FIRJAN lançou em 2008 um estudo pioneiro no País: "A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil"³. O conceito que norteava as indústrias criativas e que servia como base para a taxonomia das atividades econômicas era o mesmo do DCMS 1998⁴. Tal estudo foi atualizado em 2011. Em 2012, em sintonia com a literatura internacional sobre o tema, o Sistema FIRJAN inovou mais uma vez ao somar uma

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/economiacriativa

⁴ 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).

nova abordagem ao mapeamento: além da visão sobre o produção criativa, foi construída uma análise sobre os profissionais criativos.

A partir de então, o mapeamento passou a abordar a Indústria Criativa sob duas óticas. A primeira é a ótica da produção, que lança um olhar sobre as empresas criativas - que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos em seus quadros. A segunda ótica é a do mercado de trabalho, ou seja, dos profissionais criativos, independentemente do lugar onde trabalham, seja na indústria criativa, na clássica, ou em qualquer outra atividade econômica⁵.

Com base nessa metodologia e inspirada na epígrafe acima, a edição 2014 do **Mapeamento da Indústria Criativa** celebra os dez anos desta indústria no Brasil. Assim, o objetivo do trabalho vai além de atualizar as estatísticas, propondo-se também a analisar o quanto evoluiu a Indústria Criativa brasileira. Outra novidade desta edição é a agregação dos segmentos em quatro grandes **Áreas Criativas: Consumo, Cultura, Mídias e Tecnologia**. Por possuírem características semelhantes entre seus segmentos, esta agregação facilita tanto a leitura do comportamento das áreas e de seus segmentos ao longo dos anos, como também a identificação das vocações das regiões e estados brasileiros.

A visão sobre a Cadeia da Indústria Criativa também permanece a mesma da edição anterior, mantendo-se alinhada à visão 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". Nesse sentido, a cadeia da Indústria Criativa é formada por três grandes categorias:

- **Indústria Criativa (Núcleo):** é formado pelas atividades profissionais e/ou econômicas que têm as ideias como insumo principal para geração de valor.
- **Atividades Relacionadas:** são profissionais e estabelecimentos que provêm diretamente bens e serviços à Indústria Criativa. São representadas em grande parte por indústrias, empresas de serviços e profissionais fornecedores de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo criativo;

⁵ Por exemplo, um designer não está empregado apenas nas empresas criativas, ele é encontrado também na indústria automotiva, siderúrgica ou de máquinas e equipamentos.

- **Apoio:** são ofertantes de bens e serviços de forma indireta à Indústria Criativa.

Este estudo tem como foco mapear a Indústria Criativa através das bases de dados oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego. A identificação das empresas que oficialmente atuam nessa área é feita com base na Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE), enquanto a mão-de-obra criativa formalmente contratada na economia é identificada segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).

O trabalho está dividido em quatro seções. A primeira aborda a perspectiva das empresas criativas e o valor de produção gerado por elas, enquanto a segunda concentra-se no mercado de trabalho criativo. Por sua vez, a terceira seção traça um panorama da Indústria Criativa nos estados brasileiros. A última seção apresenta uma análise de cada uma das quatro áreas criativas e sua evolução nos últimos 10 anos.

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.

AJUSTES METODOLÓGICOS Edição 2014

O diálogo entre o Sistema FIRJAN com instituições e entidades de classe, agências de fomento, profissionais da área, secretarias de cultura e com o Ministério da Cultura foram essenciais para a construção conjunta do conceito de Indústria Criativa e de identificação cada vez mais apurada de seus segmentos ao longo desses anos.

Nesta edição, o antigo segmento de Arquitetura & Engenharia sofreu uma reformulação. Os Arquitetos, Engenheiros Cíveis e outros profissionais ligados à Construção Civil, Urbanismo e Paisagismo passaram a compor o novo setor de **Arquitetura**, enquanto os demais Engenheiros migraram para o segmento de **Pesquisa & Desenvolvimento**.

Os profissionais da Gastronomia passaram a integrar o setor de **Expressões Culturais**. Esses profissionais deixam o antigo setor de Artes, que nesta edição abre espaço para ocupações ligadas à manutenção do patrimônio histórico, sendo rebatizado como **Patrimônio & Artes**.

Devido às similaridades e à sobreposição de atividades e ocupações, os antigos segmentos de TV & Rádio e Filme & Vídeo convergiram para formar o setor de **Audiovisual**; e o antigo setor de **Software**, Computação & Telecomunicações passou a se chamar **TIC** (Tecnologias da Informação e Comunicação).

Figura 1: Fluxograma da Cadeia da Indústria Criativa no Brasil



A ECONOMIA CRIATIVA: ÓTICA DA PRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as empresas não só passaram a reconhecer a importância da criatividade 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.

De fato, a criatividade como capacidade de inovar de forma significativa se consolidou como um dos fatores determinantes da vantagem competitiva das empresas. Dentro de um cenário onde os produtos são cada vez mais parecidos, a criatividade passa a ser vista como um ativo importante dentro da lógica de agregação de valor. 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.

No Brasil, sob a ótica da produção, a indústria criativa é formada por 251 mil⁶ empresas, segundo dados de 2013. Num olhar sobre a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram cerca de 148 mil empresas. Esse avanço toma ainda maior proporção e relevância quando comparado à movimentação de empresas no Brasil, que de uma forma geral cresceu 35,5%, ou seja: os estabelecimentos criativos cresceram quase o dobro no mesmo período.

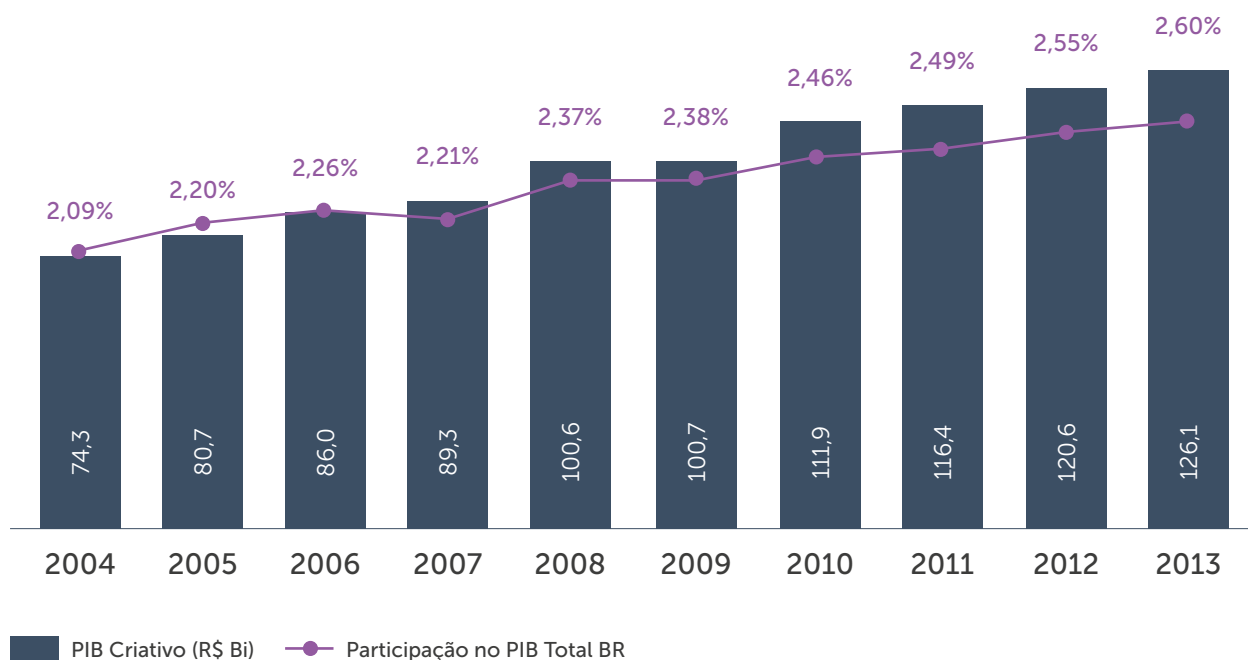
Indústria Criativa brasileira gera mais de R\$ 126 bilhões ao ano e avançou 69,8% na última década.

Com base na massa salarial dessas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos. Para se ter uma ideia do tamanho dessa riqueza, o montante gerado é equivalente ao PIB do Estado de Pernambuco. Outra comparação possível é com o valor de mercado de marcas mundialmente

⁶ Esse número engloba tanto as empresas que possuíam vínculos empregatícios em 2013 quanto as que declararam atividade porém não possuíam empregados. Esta situação é muito comum na indústria criativa onde muitas vezes empresários e sócios são os próprios fornecedores de trabalho, como escritórios de arquitetura e agência de publicidade, por exemplo.

conhecidas por agregarem valor aos seus produtos e serviços justamente pela criatividade. Os valores divulgados em 2013 pela Best Global Brands⁷ mostram que o PIB gerado pelas empresas criativas no Brasil era equivalente ao valor da marca Microsoft, duas vezes a marca Disney e Louis Vuitton e quatro vezes a marca IKEA⁸.

Gráfico 1: PIB Criativo Estimado e Sua Participação no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2013



A ECONOMIA CRIATIVA: ÓTICA DO MERCADO DE TRABALHO

Empregos Criativos

Em 2013, o Brasil tinha 892,5 mil profissionais criativos, frente a 469,8 mil registrados em 2004. Isso significa que esta indústria foi responsável pela geração de mais de 420 mil empregos nos últimos dez anos, uma alta de 90%, bem acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Dessa forma, o mercado de trabalho criativo se expandiu não apenas em números absolutos, mas também em termos relativos: a participação da classe criativa no total de trabalhadores formais brasileiros alcançou 1,8% em 2013, ante 1,5% em 2004.

⁷ <http://www.bestglobalbrands.com/previous-years/2013>

⁸ Para conversão de valores foi utilizado o dólar médio de 2013, logo, R\$ 126 bilhões equivale aproximadamente a US\$ 58 bilhões de 2013.

Entre as grandes áreas criativas, *Consumo* se destacou por dobrar o número de trabalhadores formais entre 2004 e 2013 e por abrigar os dois setores criativos que mais cresceram no período. O maior avanço foi observado no segmento de *Publicidade* (+238,5%), cujo número de profissionais mais do que triplicou em apenas uma década. Esse movimento vem a reboque da expansão do mercado consumidor e do poder de compra observada nesse mesmo período. Além disso, a revolução das tecnologias digitais propiciou o desenvolvimento de meios de contato inéditos entre empresas e consumidores, as chamadas novas mídias (RODRIGUES, CHIMENTI e NOGUEIRA, 2012), que tornaram a publicidade uma ferramenta indispensável para um negócio prosperar.

Tabela 1: Número de Empregados da Indústria Criativa no Brasil, por Áreas Criativas e Segmentos 2004 e 2013

Segmentos	2004	2013	Cresc.
Consumo	211,5	422,9	100,0%
Publicidade	45,7	154,8	238,5%
Arquitetura	62,7	124,5	98,5%
Design	42,6	87,0	104,3%
Moda	60,5	56,7	-6,3%
Cultura	43,3	62,1	43,6%
Expressões Culturais	18,3	22,5	22,7%
Patrimônio e Artes	10,2	16,4	60,9%
Música	7,5	12,0	60,4%
Artes Cênicas	7,2	11,2	54,9%
Mídias	64,2	101,4	58,0%
Editorial	27,8	50,8	82,5%
Audiovisual	36,3	50,6	39,1%
Tecnologia	150,9	306,1	102,8%
P&D	82,2	166,3	102,3%
TIC	55,5	112,9	103,6%
Biotecnologia	13,2	26,9	102,8%
Indústria Criativa	469,8	892,5	90,0%

Nesse contexto, a diferenciação de produtos e marcas também ganhou relevância, colocando o *Design* como uma peça chave nesse processo – não por acaso, foi o segundo setor que mais cresceu nesse período, mais do que dobrando o número de trabalhadores com carteira assinada (+104,3%).

A indústria criativa possui 892,5 mil profissionais, cresceu 90% em 10 anos, e atualmente representa 1,8% do total de trabalhadores brasileiros.

Da mesma forma, a expansão da informática e da ciência da computação nos últimos anos não só possibilitou como tornou necessária a inovação tecnológica contínua, tanto no campo dos negócios, quanto da bioengenharia e da comunicação pessoal. Nesse cenário, os segmentos da área Tecnológica (*P&D*, *TIC* e *Biotecnologia*) duplicaram suas forças de trabalho entre 2004 e 2013. Hoje são mais de 306 mil profissionais trabalhando nessas áreas no Brasil. Dentre eles, o segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento*, que engloba desde os pesquisadores dos mais diversos campos até os Engenheiros que perseguem soluções inovadoras, manteve-se como o mais numeroso, com mais de 166 mil profissionais.

Na esteira do avanço da tecnologia outros segmentos se beneficiaram, em especial na área de Mídias que em 2013 atingiu mais de 100 mil profissionais criativos no Brasil. O destaque ficou com o segmento *Editorial*, no qual o mercado de trabalho cresceu 82,5% nos últimos dez anos, devido principalmente aos profissionais do jornalismo.

Por sua vez, a área de Cultura cresceu 43,6% entre 2004 e 2013, com avanço em todos os segmentos criativos analisados, e destaque para o crescimento de *Patrimônio e Artes* (+60,9%) e *Música* (+60,4%), ambas acima do avanço de 56% do mercado de trabalho brasileiro nesse período. Ainda assim, os segmentos ligados à Cultura são os menos representativos em número de empregados formais, somando apenas 7,0% dos trabalhadores da Indústria Criativa⁹.

Os Criativos na Indústria Clássica

O senso comum costuma associar os trabalhadores criativos a ambientes profissionais exclusivamente criativos, como agências de publicidade, escritórios de design, produtoras de conteúdo audiovisual, entre outros. Contudo, os números relevam que a classe criativa está presente em quase todos os setores econômicos, o que ratifica a importância e a geração de valor obtida através de um diferencial criativo. Basta dizer que apenas um em cada cinco desses

⁹ Esse fato é em parte explicado por uma característica peculiar desses segmentos: em muitos casos, a contratação dos serviços desses profissionais é feita através de empresa própria, de maneira informal, ou como autônomos, e não através da assinatura da carteira de trabalho.

profissionais (19,4%) atua de fato em empresas criativas puras, logo, quase 80% da classe criativa encontra-se em outros setores.

Dos 893 mil profissionais criativos mapeados no Brasil, 221 mil (24,7%) atuam na Indústria de Transformação, onde representam 2,8% dos trabalhadores, percentual superior ao observado no mercado de trabalho nacional (1,8%).

Dentre os 13 segmentos criativos, a presença destes profissionais "Clássico-Criativos" se destaca em quatro:

- **Pesquisa & Desenvolvimento.** Responde por um terço dos profissionais criativos na Indústria de Transformação, majoritariamente Engenheiros. São eles que desenvolvem e projetam materiais, produtos, processos e métodos relacionados à engenharia e tecnologia.

- **Moda.** É, por definição, uma indústria clássica. Estes profissionais atuam em fabricação de têxteis, nas suas novas padronagens, cores e materiais; passam por confecção e alta costura; visitam o mundo dos sapatos; e alcançam os conceituados projetos de joias brasileiras, mundialmente reconhecidas. São 42 mil profissionais criativos trabalhando para a *Moda* dentro da Indústria de Transformação.


- **Design.** São profissionais responsáveis por desenvolver os modelos e projetos de diversos produtos. Um carro, uma torneira, um móvel ou um protótipo ortopédico ganham maior valor e funcionalidade sob o traço especializado de um profissional de design. Bastante numerosos, respondem por quase um quinto dos profissionais criativos da Indústria de Transformação (17,1%).

- **Publicidade.** Essencial na elaboração das estratégias de marketing, no *branding* e na diferenciação da propriedade intelectual das indústrias, é responsável por 11,7% da presença da classe criativa dentro da Indústria Clássica. A publicidade tem um papel tão importante que a indústria deixou de tê-la apenas terceirizada e passou a contar com mais profissionais deste segmento dentro de seus quadros funcionais¹⁰.

¹⁰ Entre 2004 e 2013, o número de profissionais do criativos da publicidade que atuam na Indústria de Transformação cresceu 140%, quase quatro vezes mais que o crescimento dos empregos na Indústria de Transformação como um todo (36%).

A tabela 2 elenca as dez profissões criativas mais numerosas na Indústria (que, embora Clássica, é também competitiva e criativa).

Tabela 2

 Profissões criativas mais numerosas na Indústria de Transformação	Segmentos	Empregados (em milhares)
1º Engenheiros	P&D	60,1
2º Desenhistas técnicos e projetistas	Design Arquitetura	32,7
3º Artesãos de calçados e artefatos de couros e peles	Moda	16,1
4º Analistas de negócios	Publicidade	9,8
5º Programadores	TIC	8,2
6º Gerentes de P&D	P&D	6,9
7º Artesãos de metais preciosos e semi-preciosos	Moda	6,8
8º Modelista de roupas	Moda	6,7
9º Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	6,1
10º Gerente de marketing	Publicidade	5,8

Remuneração dos Trabalhadores Criativos

Os trabalhadores criativos apresentam salários superiores à média da economia como um todo. Enquanto o rendimento médio mensal do trabalhador brasileiro era de R\$ 2.073 em 2013, o dos profissionais criativos atingiu R\$ 5.422, quase três vezes superior ao patamar nacional. 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, 2011).

Em uma análise evolutiva, vale mencionar que, ainda que em 2004 os salários da classe criativa já fossem bastante superiores à média nacional (R\$ 4.323, frente a R\$ 1.598 do Brasil como um todo), houve crescimento real de 25,4%, acompanhando o expressivo avanço do rendimento do trabalhador brasileiro nesse período (+29,8%).

A tabela 3 apresenta a remuneração média dos segmentos criativos: nas quatro Áreas Criativas. Em onze dos treze segmentos pesquisados os profissionais apresentam renda superior à média brasileira. Entre as áreas, Consumo e Cultura tiveram os maiores avanços reais de remuneração, 29% em média. Entre os segmentos criativos, os mais numerosos em termos de profissionais também se distinguem por apresentarem os maiores salários médios –

Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 9.990), *Arquitetura* (R\$ 6.927), *TIC* (R\$ 5.393) e *Publicidade* (R\$ 5.075), refletindo a alta capacitação técnica desses profissionais e a posição estratégica desses setores no mercado.

Em comparação com 2004, os maiores aumentos reais de salário ocorreram justamente nos segmentos que apresentavam menor remuneração: *Moda*, *Música*, *Audiovisual* e *Expressões Culturais*. Esse movimento revela que a redução da desigualdade da renda do trabalho, observada nos últimos anos no Brasil, também se fez presente entre os segmentos da Indústria Criativa. Por outro lado, a renda média do setor de *Publicidade* recuou na comparação com 2004, em consequência do expressivo crescimento no número de profissionais do setor (+238,5%), que mais que triplicou em apenas uma década – esse movimento é intrínseco à dinâmica do mercado de trabalho, onde os profissionais iniciantes tendem a receber salários menores que a média do setor no qual ingressam.

Tabela 3: Remuneração Média da Indústria Criativa no Brasil, por Segmento 2004 e 2013 (a preços de 2013)

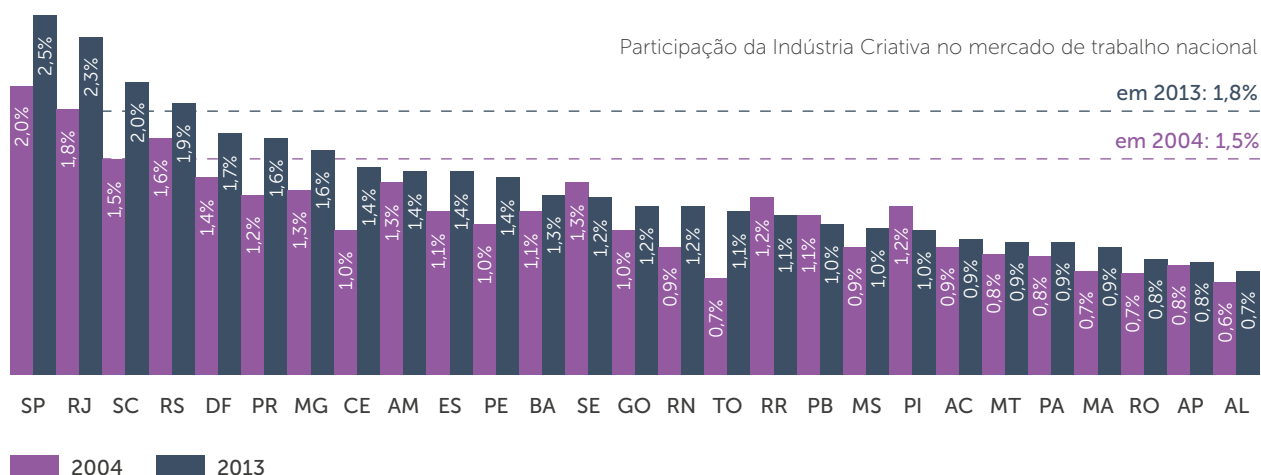
Segmentos	2004	2013	Cresc.
Consumo	R\$ 3.619	R\$ 4.653	28,6%
Arquitetura	R\$ 5.354	R\$ 6.927	29,4%
Publicidade	R\$ 5.701	R\$ 5.075	-11,0%
Design	R\$ 2.556	R\$ 2.760	8,0%
Moda	R\$ 993	R\$ 1.412	42,1%
Cultura	R\$ 1.962	R\$ 2.527	28,8%
Patrimônio e Artes	R\$ 2.880	R\$ 3.721	29,2%
Artes Cênicas	R\$ 3.047	R\$ 3.157	3,6%
Música	R\$ 1.662	R\$ 2.216	33,3%
Expressões Culturais	R\$ 1.146	R\$ 1.508	31,6%
Mídias	R\$ 2.670	R\$ 3.080	15,4%
Editorial	R\$ 3.829	R\$ 3.794	-0,9%
Audiovisual	R\$ 1.782	R\$ 2.364	32,7%
Tecnologia	R\$ 6.688	R\$ 7.848	17,3%
Biotecnologia	R\$ 3.791	R\$ 4.911	29,6%
P&D	R\$ 8.344	R\$ 9.990	19,7%
TIC	R\$ 4.926	R\$ 5.393	9,5%
Indústria Criativa	R\$ 4.323	R\$ 5.422	25,4%

A INDÚSTRIA CRIATIVA NOS ESTADOS

Empregos Criativos

Entre os estados brasileiros, São Paulo e Rio de Janeiro se destacam no mercado de trabalho criativo: são 349 mil trabalhadores paulistas e 107 mil trabalhadores fluminenses. Juntos concentram 51,1% dos 892,5 mil profissionais criativos do Brasil. Dessa forma, estes profissionais possuem participação significativa no total do mercado de trabalho da economia desses estados: 2,5% e 2,3%, respectivamente, percentuais superiores à média nacional de 1,8% – gráfico.

Gráfico 2: Participação dos Empregados Criativos no Total de Empregados do Estado 2004 e 2013



Em São Paulo, maior mercado consumidor do Brasil, os profissionais de *Publicidade* são os mais representativos: são 80 mil trabalhadores – ou 23,1% da indústria criativa paulista – maior proporção do país. Já no Rio de Janeiro, sede de universidades de renome internacional e múltiplos institutos de pesquisa públicos e privados, o segmento de *Pesquisa & Desenvolvimento* é o mais abundante, com 32 mil trabalhadores e, como consequência, maior participação na classe criativa fluminense: 29,5%.

Os estados da região Sul também registram grande presença das atividades profissionais criativas em suas economias. As participações da Indústria Criativa no total da força de trabalho de Santa Catarina (2,0%) e Rio Grande do Sul (1,9%) também ficam acima da média brasileira, e o Paraná (1,6%) muito próximo. Nestes casos, o segmento com maior representatividade na indústria criativa local é o *Design*: Santa Catarina (16,9%), Rio Grande do Sul (13,7%) e Paraná (13,6%). Para efeitos de comparação, no Brasil como um todo o segmento de *Design* emprega 9,7% de todos os profissionais criativos.

No nordeste brasileiro, o estado com maior representatividade da classe criativa no mercado de trabalho formal é o Ceará (1,4%). Isso reflete principalmente a força do segmento de *Moda*, responsável por 14,0% dos empregos criativos cearenses, maior percentual do país nesse segmento e mais de duas vezes superior ao patamar nacional (6,4%).

Em uma análise evolutiva, entre 2004 e 2013 houve aumento no número de empregos criativos formais em todos os estados brasileiros. Esse movimento permitiu um aumento da participação relativa desses trabalhadores na economia de 23 estados, com destaque para Santa Catarina e Rio de Janeiro: de 1,5% para 2,0% e de 1,8% para 2,3%, respectivamente. Em linha com o movimento nacional, em Santa Catarina as maiores contratações ocorreram nos segmentos de *TIC* (+5,2 mil), *Design* (+4,2 mil) e *Publicidade* (+3,5 mil). Por sua vez, no Rio de Janeiro, os setores com maior aumento do número de empregados foram *Pesquisa & Desenvolvimento* (+18,0 mil), *Publicidade* (+10,9 mil) e *Arquitetura* (+7,7 mil). Em termos relativos, em ambos a *Biotecnologia* foi a área que mais evoluiu: alta de 411,9% em Santa Catarina e 239,6% no Rio de Janeiro.

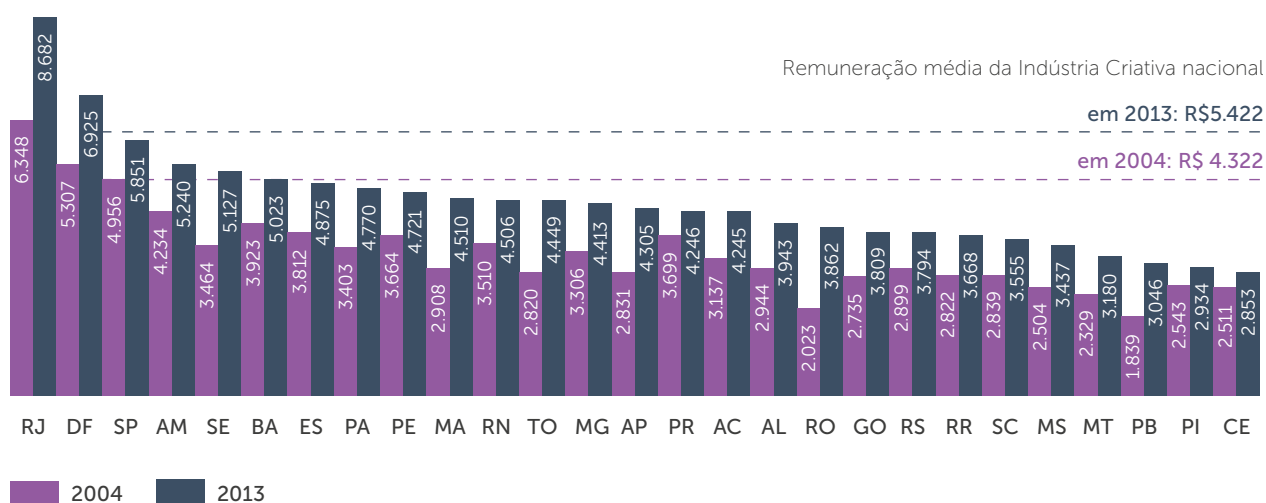
Remuneração dos trabalhadores criativos

Salários superiores à média do mercado de trabalho é uma realidade compartilhada pela classe criativa de todos os estados brasileiros. A diferença entre a remuneração média brasileira (R\$ 2.073) e a remuneração da classe criativa varia de 38% a mais no Ceará (R\$ 2.853) a até quatro vezes a mais no Rio de Janeiro (R\$ 8.682) – gráfico.

De fato, em termos de salário, o Rio de Janeiro é o grande protagonista. Em sete dos treze segmentos criativos analisados os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações médias do país: *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 14.510), *Artes Cênicas* (R\$ 8.107), *TIC* (R\$ 7.265), *Audiovisual* (R\$ 5.350), *Patrimônio & Artes* (R\$ 5.260), *Design* (R\$ 3.326) e *Moda* (R\$ 1.965).

Na segunda posição aparece o Distrito Federal, mundialmente reconhecido por seus projetos arquitetônicos e onde o salário médio da *Arquitetura* (R\$ 9.614) é o mais elevado do país. Além disso, o setor *Editorial* local se beneficia do *status* de capital federal, possuindo o maior salário médio para esse segmento entre todos os estados brasileiros (R\$ 6.749).

Gráfico 3: Remuneração Média Mensal dos Profissionais Criativos, por Estado
2004 e 2013 (a preços de 2013)



Em terceiro lugar no *ranking* de remuneração aparece São Paulo, onde os maiores salários estão nos segmentos de *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 9.256) e *Arquitetura* (R\$ 7.019). O mercado publicitário paulista novamente se sobressai, haja vista que possui a maior remuneração média dentre as 27 unidades de federação: R\$ 5.943, contra R\$ 5.075 da média brasileira. Além disso, impulsionado pela forte veia gastronômica do estado, o segmento de *Expressões Culturais* (R\$ 1.757) paulista é o que possui melhor remuneração do país.

Na região de maior biodiversidade do planeta, não surpreende que os profissionais de Biotecnologia sejam os mais bem remunerados do país: a *Biotecnologia* do Amazonas apresenta salário médio de R\$ 10.710, mais que o dobro da média nacional para o segmento (R\$ 4.911). No estado, o segmento de *Música* também possui o melhor salário do país (R\$ 4.052, frente a R\$ 2.216 da média nacional), com destaque para os músicos intérpretes instrumentistas.

Na comparação com 2004, todos os estados apresentaram crescimento real do salário médio da Indústria Criativa. Vale mencionar que os estados que detinham os menores salários em 2004 foram os que mais avançaram na década: Rondônia (+90,9%) e Paraíba (+65,6%). Entre os que já apresentavam altos salários em 2004, a evolução também foi significativa nesses 10 anos. Em termos reais, os salários dos criativos do Rio de Janeiro e do Distrito Federal cresceram 36,8% e 30,5%, respectivamente, acima do mercado de trabalho desses estados (+33,3% e +25,1%). Em São Paulo, houve alta de 18,1%, um pouco abaixo do avanço da remuneração do trabalhador paulista (+20,2%).

Tabela 4: Remuneração Média Mensal da Classe Criativa por Unidade da Federação – 2013 – R\$

UF	Indústria Criativa	Arquitetura	Artes Cênicas	Biociologia	Design	Expressões Culturais	Moda	Música	P&D	Publicidade	Audiovisual	Editorial	Patrimônio & Artes	TIC
BR	5.422	6.927	3.157	4.911	2.760	1.508	1.412	2.216	9.990	5.075	2.364	3.794	3.721	5.393
RJ	8.682	9.158	8.017	7.086	3.326	1.691	1.965	3.111	14.510	5.917	5.350	5.129	5.260	7.265
DF	6.925	9.614	1.356	9.438	3.126	1.571	1.083	2.197	9.935	5.762	4.079	6.749	4.225	7.106
SP	5.851	7.019	2.729	5.291	3.286	1.757	1.521	2.873	9.256	5.943	2.783	4.714	4.599	6.694
AM	5.240	6.903	2.253	10.710	2.407	1.427	1.210	4.052	9.943	3.410	1.338	2.711	2.802	5.012
SE	5.127	7.002	1.260	2.820	1.440	1.127	1.118	1.404	13.117	2.507	1.479	2.779	1.830	3.756
BA	5.023	7.011	1.938	3.469	1.897	1.114	967	2.520	10.823	3.922	1.693	2.908	2.603	4.016
ES	4.875	5.793	2.217	2.986	1.923	1.444	1.204	2.263	9.727	3.755	1.822	3.039	2.408	3.581
PA	4.770	6.914	1.625	3.766	1.742	1.538	994	1.472	9.511	3.242	1.638	2.535	2.524	3.381
PE	4.721	6.515	1.210	3.188	2.035	1.304	1.020	1.732	9.376	3.262	1.645	3.391	2.746	3.809
MA	4.510	7.143	917	2.447	1.710	1.185	893	949	9.063	2.394	1.496	2.186	3.519	2.630
RN	4.506	5.821	1.107	3.001	1.454	1.266	1.055	1.210	12.570	2.077	1.378	2.206	1.953	2.957
TO	4.449	5.560	1.523	7.060	1.376	1.327	947	1.443	6.481	2.775	1.864	2.887	2.135	2.358
MG	4.413	6.079	1.546	3.680	2.368	1.197	1.031	2.119	8.073	3.641	1.574	2.852	3.015	3.968
AP	4.305	6.244	1.303	4.340	1.543	1.005	1.088	1.219	10.262	2.233	1.425	2.472	2.951	2.652
PR	4.246	6.235	2.003	4.499	2.367	1.471	1.463	2.949	8.041	3.960	1.757	3.212	2.756	3.744
AC	4.245	5.502	1.132	6.144	2.148	935	1.019	1.362	7.651	2.337	1.650	2.703	2.383	3.577
AL	3.943	6.120	1.069	2.497	1.577	1.262	881	1.775	9.264	2.312	1.331	2.938	2.166	2.750
RO	3.862	7.071	990	3.074	1.322	1.513	1.056	1.145	9.896	2.920	1.519	1.725	1.536	2.873
GO	3.809	6.079	1.615	3.405	1.782	1.384	1.187	1.520	7.276	4.763	1.696	2.661	2.698	3.245
RS	3.794	5.639	2.175	3.413	2.655	1.640	1.532	2.398	7.817	3.590	1.624	2.453	2.752	4.127
RR	3.668	6.210	976	3.977	1.983	910	1.368	1.051	8.505	2.731	1.508	2.166	1.905	3.291
SC	3.555	5.095	2.283	3.472	2.373	1.541	1.926	1.560	7.246	3.482	1.831	2.195	2.833	3.373
MS	3.437	5.652	1.413	4.643	2.015	1.237	1.045	1.488	6.634	2.794	1.422	2.376	2.582	2.649
MT	3.180	5.200	1.262	3.261	1.441	1.517	1.087	2.087	6.536	2.762	1.430	2.088	2.368	3.172
PB	3.046	6.513	984	2.265	1.614	1.067	1.049	951	6.615	2.193	1.266	2.253	1.790	2.730
PI	2.934	5.815	1.165	2.648	1.233	971	844	991	8.155	1.813	1.417	1.854	1.769	2.528
CE	2.853	5.983	1.190	3.466	1.441	1.134	930	763	7.253	2.240	1.702	2.183	1.873	3.215

Tabela 5: Número de Profissionais Criativos por Unidade da Federação – 2013

UF	Indústria Criativa	Arquitetura	Artes Cênicas	Biotecnologia	Design	Expressões Culturais	Moda	Música	P&D	Publicidade	Audiovisual	Editorial	Patrimônio & Artes	TIC
BR	892.519	124.470	11.179	26.862	86.984	22.491	56.676	12.022	166.300	154.782	50.572	50.816	16.423	112.942
SP	348.825	39.484	2.895	10.395	35.066	6.692	22.048	3.586	63.794	80.451	14.705	16.698	6.114	46.897
RJ	107.496	16.491	2.089	3.423	7.237	2.373	3.059	1.022	31.693	16.782	4.723	5.437	2.018	11.149
MG	78.689	13.220	851	3.349	7.503	2.077	6.252	1.102	16.564	9.014	4.471	4.080	1.534	8.672
RS	58.099	6.936	337	1.153	7.931	1.367	6.837	734	7.735	7.312	4.410	4.041	787	8.519
PR	50.632	6.978	598	891	6.886	1.608	2.736	559	8.216	7.717	3.115	3.377	787	7.164
SC	44.606	5.149	1.069	430	7.539	1.498	3.710	287	6.229	4.702	3.015	2.614	645	7.719
BA	29.234	4.964	729	810	1.971	1.606	2.737	317	6.064	4.213	1.782	1.405	702	1.934
PE	24.412	5.378	309	697	1.770	697	657	524	4.138	3.340	1.522	1.420	543	3.417
DF	21.897	4.341	279	437	1.238	488	503	100	2.776	4.210	1.147	2.436	338	3.604
CE	21.471	2.866	447	238	1.638	594	3.015	1.165	1.718	4.187	1.237	1.133	582	2.651
GO	17.794	2.789	204	1.159	1.502	584	1.457	313	2.154	2.412	1.575	1.078	330	2.237
ES	13.477	2.013	94	277	1.124	328	810	134	3.226	2.008	815	847	283	1.518
PA	10.330	1.999	138	680	662	217	183	209	2.061	1.134	1.143	881	176	847
AM	9.198	1.160	168	177	602	258	719	228	2.331	919	994	508	178	956
MT	7.336	1.257	89	322	630	363	305	142	814	890	767	686	199	872
RN	7.178	1.188	156	140	523	328	234	276	1.307	963	540	579	160	784
PB	6.818	1.364	130	166	654	211	360	455	468	822	804	547	154	683
MS	6.504	1.379	83	230	433	213	224	136	688	721	743	751	153	750
MA	6.340	1.219	75	81	504	198	132	89	1.364	765	747	495	184	487
SE	4.947	836	70	358	352	190	94	127	928	463	499	383	83	564
PI	4.474	869	170	114	337	139	217	286	346	650	486	380	66	414
AL	3.715	736	86	180	263	172	89	71	567	447	370	289	148	297
TO	2.943	590	21	585	169	66	85	47	449	189	206	230	101	205
RO	2.903	525	23	184	218	129	131	29	355	218	489	258	52	292
AC	1.196	288	24	266	70	44	29	25	90	59	92	87	62	60
RR	1.031	227	9	68	64	21	26	57	81	106	109	103	30	130
AP	974	224	36	52	98	30	27	2	144	88	66	73	14	120

ÁREAS CRIATIVAS E SEUS 13 SEGMENTOS

CONSUMO



A área do **Consumo** é a mais numerosa dentre as quatro grandes áreas criativas analisadas, respondendo por quase a metade dos profissionais criativos no Brasil (47,4% do total). São 422,9 mil trabalhadores formais distribuídos nos segmentos de *Publicidade* (154,8 mil), *Arquitetura* (124,5 mil), *Design* (87,0 mil) e *Moda* (56,7 mil), com um salário médio de R\$ 4.653, mais do que o dobro do rendimento médio do trabalhador brasileiro (R\$ 2.073).

Tabela 6: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Consumo – 2004 e 2013

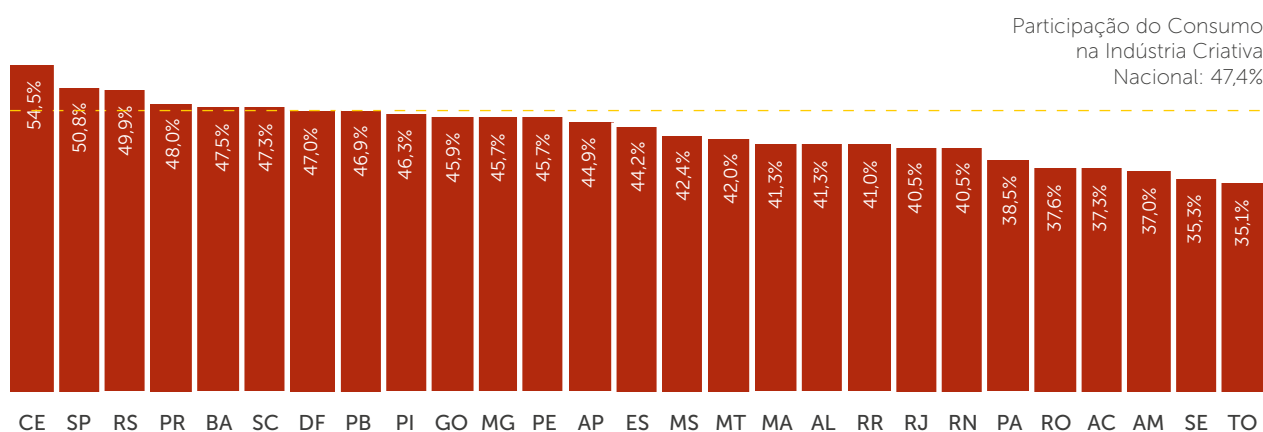
Segmento	Empregos (em milhares)			Salários		
	2004	2013	%	2004	2013	%
Publicidade	45,7	154,8	238,5%	R\$ 5.701	R\$ 5.075	-11,0%
Arquitetura	62,7	124,5	98,5%	R\$ 5.354	R\$ 6.927	29,4%
Design	42,6	87,0	104,3%	R\$ 2.556	R\$ 2.760	8,0%
Moda	60,5	56,7	-6,3%	R\$ 993	R\$ 1.412	42,1%
Consumo	211,5	422,9	100,0%	R\$ 3.619	R\$ 4.653	28,6%

Na comparação com 2004, o número de trabalhadores na área dobrou, influenciado pelo expressivo crescimento dos setores de *Publicidade* (+238,5%), *Arquitetura* (+98,5%) e *Design* (+104,3%). Na *Publicidade*, os maiores avanços ocorreram nas carreiras de Analista de negócios e Publicitário; na *Arquitetura*, os arquitetos Urbanistas e de Interiores experimentaram o maior crescimento; por fim, no *Design* os maiores aumentos foram registrados nas profissões de Projetista de móveis, Designer de interiores e Designer gráfico. No segmento de *Moda* ocorreu redução (-6,3%) do número de trabalhadores no período. Vela ressaltar, no entanto, que houve uma mudança no perfil dos profissionais, com redução do número de trabalhadores artesanais e de tecelagem e aumento de carreiras mais qualificadas e de maior remuneração, como Designers de moda e Perfumistas.

Em relação aos salários, a *Arquitetura* (R\$ 6.927) apresentou o maior salário e o maior ganho real (+29,4%) entre os segmentos do Consumo. A *Publicidade* (R\$ 5.075) possui o segundo maior salário da área, porém registrou recuo de 11,0% desde 2004, movimento devido ao grande número de novos entrantes nesse mercado, que usualmente recebem salários menores e assim puxam a média para baixo. Os profissionais de *Design* (R\$ 2.760) aparecem na sequencia e tiveram um aumento real de 8,0% no período. Os profissionais da *Moda*, por sua vez, apresentam a menor remuneração (R\$ 1.412) entre os segmentos que compõem o grupo Consumo, porém registraram o maior crescimento real do salário médio (+42,1%) dentre todos os 13 segmentos criativos investigados.

No recorte estadual, dois estados se sobressaem por mais da metade de seus profissionais criativos integrarem os segmentos de Consumo: **Ceará** (54,5%), que se destaca na *Moda*, e **São Paulo** (50,8%), que possui primazia nacional na área de *Publicidade*. Em termos salariais, os profissionais criativos do Consumo são mais bem remunerados no Distrito Federal (R\$ 6.841), que possui o maior salário médio do país em *Arquitetura*, **Rio de Janeiro** (R\$ 6.436), destaque nacional em *Moda* e *Design*, e **São Paulo** (R\$ 5.106), onde a *Publicidade* é a mais bem paga do país.

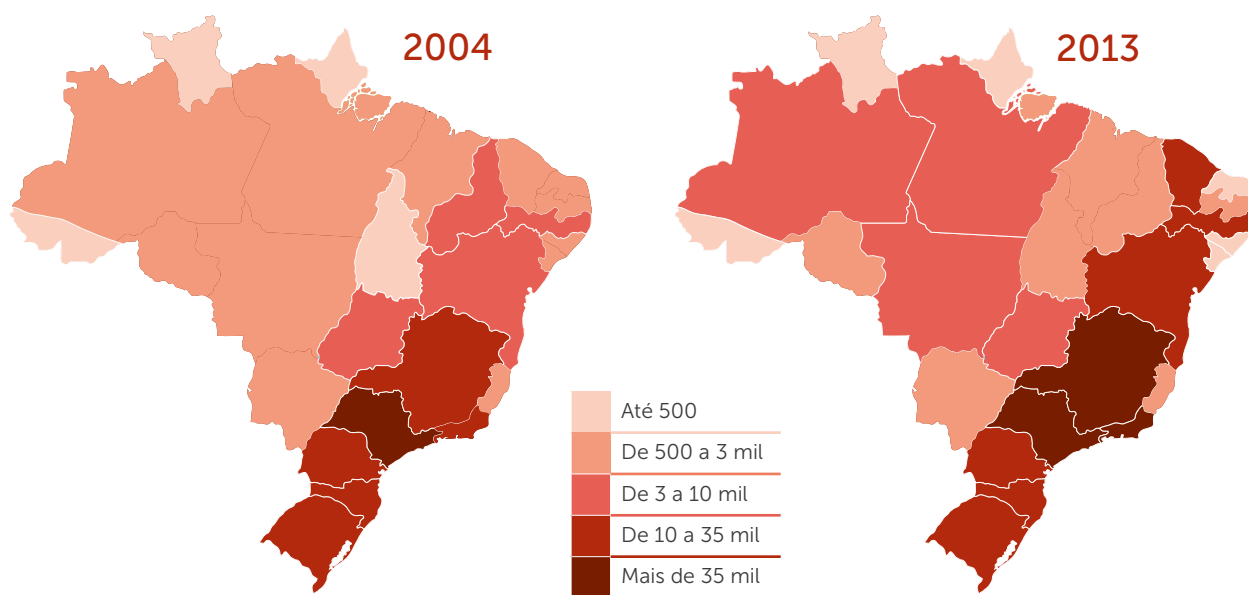
Gráfico 4: Participação dos Profissionais de Consumo na Indústria Criativa dos Estados



Os mapas georreferenciados abaixo ilustram a evolução dos profissionais criativos do Consumo nos estados brasileiros nos anos de 2004 e 2013. O aumento das áreas com coloração mais escura indica a expansão do mercado de trabalho dessa área criativa em todas as regiões do país nesse período. Em termos relativos, ainda que **Roraima** tenha apresentado a maior variação, devido à baixa base de comparação (de apenas 90 para 423 empregados), o destaque ficou

com **Ceará**, que triplicou a força de trabalho da área de Consumo (de 3,9 para 11,7 mil) em apenas dez anos, com crescimento disseminado por todos os segmentos da área. Em termos absolutos, as maiores contratações foram em **São Paulo** (+89,3 mil), **Rio de Janeiro** (+21,8 mil) e **Minas Gerais** (+17,3 mil), que conjuntamente responderam por 61% dos novos empregos criados nessa área no período.

Figura 2: Distribuição dos Empregados Formais da Área Criativa de Consumo por UF 2004 e 2013



As tabelas abaixo destacam as 10 profissões mais numerosas e as 10 mais bem remuneradas na área de Consumo:

Tabela 7

 Profissões mais numerosas na categoria	Segmentos	Empregados (em milhares)
1º Engenheiros Civis, Arquitetos e afins	Arquitetura	102,6
2º Analista de negócios	Publicidade	61,4
3º Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	27,8
4º Gerente de marketing	Publicidade	25,4
5º Publicitário	Publicidade	19,5
6º Desenhistas técnicos, em geral	Design	19,3
7º Artesãos de calçados e artefatos de couros e peles	Moda	18,7
8º Designer gráfico	Design	18,5
9º Desenhista projetista da mecânica	Design	15,7
10º Desenhista projetista de construção civil e arquitetura	Arquitetura	14,0

Tabela 8

Profissões mais bem remuneradas na categoria		Segmentos	Salário Médio
1º	Diretor de marketing	Publicidade	R\$ 18.002
2º	Engenheiros Cívicos, Arquitetos e afins	Arquitetura	R\$ 7.821
3º	Gerente de marketing	Publicidade	R\$ 7.713
4º	Gerente de comunicação	Publicidade	R\$ 6.384
5º	Analista de negócios	Publicidade	R\$ 4.535
6º	Desenhista projetista da mecânica	Design	R\$ 4.057
7º	Redator de publicidade	Publicidade	R\$ 4.024
8º	Analista de pesquisa de mercado	Publicidade	R\$ 3.898
9º	Desenhistas técnicos da mecânica	Design	R\$ 3.706
10º	Publicitário	Publicidade	R\$ 3.659

Tabela 9: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Consumo por UF – 2004 e 2013

Consumo	Empregos			Salários		
	2004	2013	%	2004*	2013	%
SP	87.755	177.049	101,8%	R\$ 4.126	R\$ 5.106	23,8%
RJ	21.794	43.569	99,9%	R\$ 5.087	R\$ 6.436	26,5%
MG	18.663	35.989	92,8%	R\$ 2.616	R\$ 3.818	45,9%
RS	19.253	29.016	50,7%	R\$ 2.480	R\$ 3.339	34,7%
PR	10.736	24.317	126,5%	R\$ 3.189	R\$ 3.881	21,7%
SC	10.754	21.100	96,2%	R\$ 2.469	R\$ 3.206	29,9%
BA	7.453	13.885	86,3%	R\$ 3.293	R\$ 4.156	26,2%
CE	3.893	11.706	200,7%	R\$ 2.649	R\$ 2.707	2,2%
PE	4.538	11.145	145,6%	R\$ 3.180	R\$ 4.505	41,7%
DF	4.286	10.292	140,1%	R\$ 5.409	R\$ 6.841	26,5%
GO	3.698	8.160	120,7%	R\$ 2.504	R\$ 4.026	60,8%
ES	2.857	5.955	108,4%	R\$ 2.982	R\$ 3.751	25,8%
PA	1.858	3.978	114,1%	R\$ 3.275	R\$ 4.734	44,6%
AM	1.498	3.400	127,0%	R\$ 3.301	R\$ 3.959	20,0%
PB	2.153	3.200	48,6%	R\$ 2.041	R\$ 3.788	85,5%
MT	1.753	3.082	75,8%	R\$ 2.236	R\$ 3.321	48,5%
RN	1.287	2.908	126,0%	R\$ 2.585	R\$ 3.412	32,0%
MS	1.498	2.757	84,0%	R\$ 2.792	R\$ 3.959	41,8%
MA	1.048	2.620	150,0%	R\$ 3.243	R\$ 4.396	35,5%
PI	979	2.073	111,7%	R\$ 3.214	R\$ 3.295	2,5%
SE	877	1.745	99,0%	R\$ 4.157	R\$ 4.370	5,1%
AL	1.026	1.535	49,6%	R\$ 2.632	R\$ 3.929	49,2%
RO	785	1.092	39,1%	R\$ 1.942	R\$ 4.373	125,2%
TO	481	1.033	114,8%	R\$ 3.503	R\$ 3.986	13,8%
AC	223	446	100,0%	R\$ 3.792	R\$ 4.265	12,5%
AP	229	437	90,8%	R\$ 3.075	R\$ 4.064	32,2%
RR	90	423	370,0%	R\$ 2.914	R\$ 4.401	51,0%
BRASIL	211,5	422,9	100,0%	R\$ 3.619	R\$ 4.653	28,6%

(*) Nota: Valores de 2004 a preços de 2013 (Deflator: IPCA/IBGE)

CASO.1: INDÚSTRIAS DO DESIGN EM TEMPO DE TRANSFORMAÇÃO

O design é utilizado transversalmente no desenvolvimento de produtos, na resolução de problemas sociais e na reconfiguração de serviços, espaços e cidades. Seu objetivo é despertar desejo e mapear necessidades para desenvolver soluções que gerem significado e impactem de forma positiva a vida das pessoas, por isso seu caráter estratégico.

Por ser uma atividade técnica criativa com foco no usuário, o design vem conquistando cada vez maior relevância, pois, através do entendimento desse usuário, consegue propor respostas às mudanças econômicas, tecnológicas, sociais e demográficas que influenciam tanto o comportamento do consumidor como remodelam os mecanismos de produção, distribuição e comercialização.

Assim, o design agrega não somente beleza mas também, e principalmente, pensa soluções às questões primordiais da evolução do ser humano, como o envelhecimento da população, que requer produtos adaptados; a redução do tamanho das famílias que demanda móveis multifuncionais para espaços menores; a reordenação dos espaços urbanos através de traços mais funcionais de praças, pontos de ônibus ou mesmo cestos de lixo. Para consumidores cada vez mais movidos por preferências individuais de gostos e estilos de vida, o design é capaz de transformar atividades rotineiras, como tomar café, dirigir ou se vestir em experiências únicas. De fato o design é o segmento mais transversal e multidisciplinar dos segmentos criativos e está presente, direta ou indiretamente, na Moda, Arquitetura, TICs, Mídias, Audiovisual, Artes, entre outros.

Países com elevados níveis de crescimento e inovação apostam na integração do design com as demais áreas de conhecimento e na alta utilização pela indústria. Não à toa, Coreia do Sul e China estão reorientando sua estratégia de competitividade industrial para a integração do design com outros setores da economia, de forma aumentar o valor agregado de seus produtos e conquistar mercados. As indústrias nestes países adotam o design *in house* para alcançar produtos geradores de propriedade intelectual, inovadores e desejáveis. Em Seul, capital da Coreia, políticas públicas são pensadas a partir do design, que integra o currículo de escolas do ensino básico.

CULTURA



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes
Cênicas

A área de **Cultura** é a menor da Indústria Criativa em termos de trabalhadores formais. São 62,1 mil profissionais (7,0% do total), distribuídos nos segmentos de *Expressões Culturais* (22,5 mil), *Patrimônio e Artes* (16,4 mil), *Música* (12,0 mil) e *Artes Cênicas* (11,2 mil). Ainda que possua o menor salário médio (R\$ 2.527) dentre as grandes áreas criativas, foi a área criativa na qual esse valor mais avançou em termos reais entre 2004 e 2012 (+28,8%). Com isso, já supera em 22% a renda média do trabalhador brasileiro (R\$ 2.073).

Tabela 10: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Consumo – 2004 e 2013

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários		
	2004	2013	%	2004	2013	%
Expressões Culturais	18,3	22,5	22,7%	R\$ 1.146	R\$ 1.508	31,6%
Patrimônio e Artes	10,2	16,4	60,9%	R\$ 2.880	R\$ 3.721	29,2%
Música	7,5	12,0	60,4%	R\$ 1.662	R\$ 2.216	33,3%
Artes Cênicas	7,2	11,2	54,9%	R\$ 3.047	R\$ 3.157	3,6%
Cultura	43,3	62,1	43,6%	R\$ 1.962	R\$ 2.527	28,8%

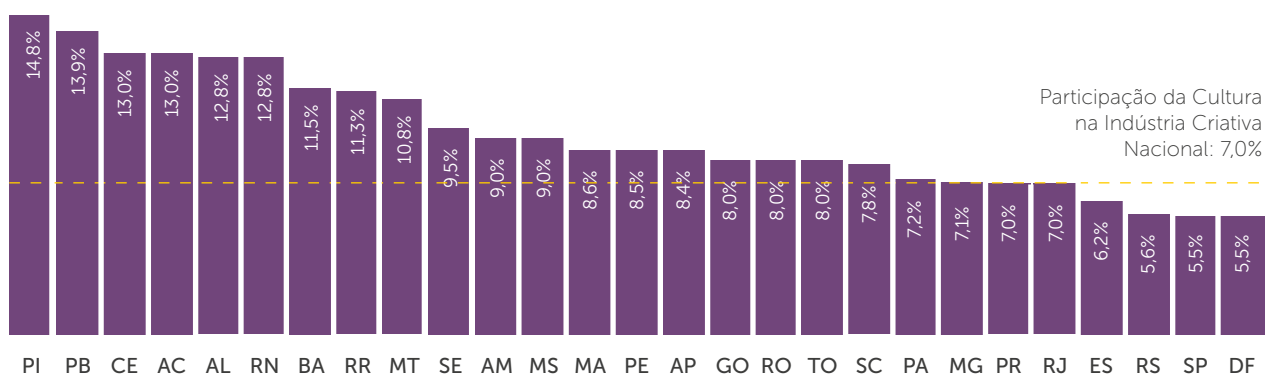
Na comparação com 2004, o número de trabalhadores em Cultura avançou 43,6%, com crescimento significativo em todos os segmentos. Em *Expressões Culturais* (+22,7%), os destaques foram as profissões ligadas à *Gastronomia* e ao *Artesanato*. Em *Patrimônio e Artes* (+60,9%) os maiores avanços ocorreram nas ocupações de Gerente/Diretor de serviços culturais e de Artista visual. No campo da *Música* (+60,4), a carreira de Músico intérprete instrumentista concentrou a maior parte das contratações. Por fim, nas *Artes Cênicas* (+54,9%), o crescimento foi impulsionado pelo maior número de Professores de dança e Apresentadores de eventos.

Além do avanço em número de empregados formais, os segmentos culturais também apresentaram ganhos reais no salário médio entre 2004 e 2013. De fato, a *Música* (R\$ 2.216) apresentou a segunda maior valorização salarial (+33,3%) dentre todos os treze segmentos

criativos; *Expressões Culturais* (R\$ 1.508) e *Patrimônio e Artes* (R\$ 3.721) também registraram avanços expressivos (+31,6% e +29,2%, respectivamente), enquanto *Artes Cênicas* (R\$ 3.157) apresentou crescimento moderado no período (+3,6%), suficiente para manter uma remuneração 50% acima da média brasileira.

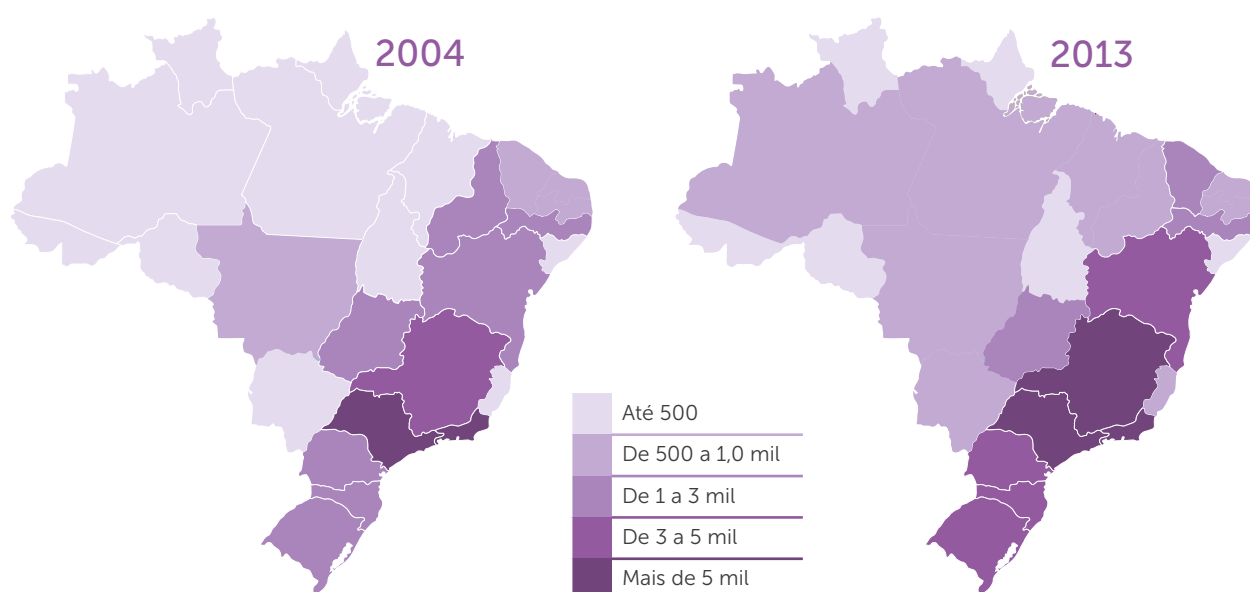
No âmbito estadual, **São Paulo** e **Rio de Janeiro** concentram não apenas o maior número de trabalhadores, mas também os mais bem remunerados do país – em São Paulo há 19,3 mil profissionais da Cultura que recebem em média R\$ 3.011, enquanto no Rio são 7,5 mil com salário médio de R\$ 4.606. Em termos relativos, no entanto, a Cultura possui forte representação na Indústria Criativa dos estados do **Piauí** (14,8%), **Paraíba** (13,9%) e **Ceará** (13,0%) – gráfico.

Gráfico 5: Participação dos Profissionais de Cultura na Indústria Criativa dos Estados



Os mapas georreferenciados a seguir ilustram a evolução do número de profissionais criativos da Cultura nos estados brasileiros nos anos de 2004 e 2013. O aumento das áreas com coloração mais escura indica a expansão do mercado de trabalho dessa área criativa em todas as regiões do país nesse período. Em termos absolutos, as maiores contratações de profissionais da Cultura ocorreram em **São Paulo** (+5,9 mil), **Rio de Janeiro** (+1,8 mil), **Minas Gerais** (+1,8 mil), **Santa Catarina** (+1,5 mil) e **Ceará** (+1,1 mil).

Figura 3: Distribuição dos Empregados Formais da Área Criativa de Cultura por UF – 2004 e 2013



As tabelas abaixo destacam as 10 profissões mais numerosas e as 10 mais bem remuneradas na área de Cultura:

Tabela 11


 Profissões mais numerosas na categoria	Segmentos	Empregados (em milhares)
1º Chefe de cozinha	Expressões Culturais	9,4
2º Gerente de serviços culturais	Patrimônio & Artes	8,0
3º Chefe de bar	Expressões Culturais	5,7
4º Músico intérprete instrumentista	Música	5,3
5º Artista (artes visuais)	Patrimônio & Artes	4,6
6º Professor de dança	Artes Cênicas	4,1
7º Músico regente	Música	3,0
8º Diretor de serviços culturais	Patrimônio & Artes	2,0
9º Chefe de confeitaria	Expressões Culturais	1,7
10º Apresentador de eventos	Artes Cênicas	1,5

Tabela 12

 Profissões mais bem remuneradas na categoria	Segmentos	Salário Médio
1º Ator	Artes Cênicas	R\$ 12.057
2º Diretor teatral	Artes Cênicas	R\$ 9.000
3º Diretor de serviços culturais	Patrimônio & Artes	R\$ 6.397
4º Gerente de serviços culturais	Patrimônio & Artes	R\$ 4.324
5º Museólogo	Patrimônio & Artes	R\$ 4.000
6º Enólogo	Expressões Culturais	R\$ 3.564
7º Compositor	Música	R\$ 3.279
8º Produtor cultural	Expressões Culturais	R\$ 3.211
9º Tecnólogo em produção fonográfica	Música	R\$ 3.001
10º Bailarino (exceto danças populares)	Artes Cênicas	R\$ 2.626

Tabela 13: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Cultura por UF – 2004 e 2013

Consumo	Empregos			Salários		
	2004	2013	%	2004*	2013	%
SP	13.386	19.287	44,1%	R\$ 2.545	R\$ 3.011	18,3%
RJ	5.687	7.502	31,9%	R\$ 3.493	R\$ 4.606	31,9%
MG	3.772	5.564	47,5%	R\$ 1.325	R\$ 1.934	46,0%
PR	2.579	3.552	37,7%	R\$ 1.395	R\$ 2.078	49,0%
SC	1.957	3.499	78,8%	R\$ 1.301	R\$ 2.007	54,3%
BA	2.390	3.354	40,3%	R\$ 1.299	R\$ 1.738	33,8%
RS	2.569	3.225	25,5%	R\$ 1.697	R\$ 2.140	26,1%
CE	1.663	2.788	67,6%	R\$ 722	R\$ 1.142	58,3%
PE	1.143	2.073	81,4%	R\$ 1.463	R\$ 1.776	21,4%
GO	1.038	1.431	37,9%	R\$ 890	R\$ 1.750	96,5%
DF	639	1.205	88,6%	R\$ 2.454	R\$ 2.317	-5,6%
PB	893	950	6,4%	R\$ 654	R\$ 1.117	70,9%
RN	613	920	50,1%	R\$ 931	R\$ 1.342	44,1%
ES	549	839	52,8%	R\$ 1.390	R\$ 1.986	42,9%
AM	445	832	87,0%	R\$ 2.460	R\$ 2.607	6,0%
MT	565	793	40,4%	R\$ 1.357	R\$ 1.804	33,0%
PA	351	740	110,8%	R\$ 1.196	R\$ 1.770	48,0%
PI	462	661	43,1%	R\$ 885	R\$ 1.109	25,3%
MS	402	585	45,5%	R\$ 1.163	R\$ 1.672	43,7%
MA	301	546	81,4%	R\$ 1.073	R\$ 1.896	76,8%
AL	245	477	94,7%	R\$ 1.347	R\$ 1.584	17,6%
SE	1.210	470	-61,2%	R\$ 698	R\$ 1.346	92,9%
TO	118	235	99,2%	R\$ 881	R\$ 1.715	94,7%
RO	132	233	76,5%	R\$ 946	R\$ 1.421	50,2%
AC	57	155	171,9%	R\$ 918	R\$ 1.614	75,8%
RR	29	117	303,4%	R\$ 1.034	R\$ 1.239	19,8%
AP	58	82	41,4%	R\$ 1.025	R\$ 1.473	43,7%
BRASIL	43,3	62,1	43,6%	R\$ 1.962	R\$ 2.527	28,8%

(*) Nota: Valores de 2004 a preços de 2013 (Deflator: IPCA/IBGE)

CASO.2: PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO IMATERIAL. MUSEU: O NOVO VELHO ENTRETENIMENTO

No Brasil, os museus têm registrado recorde de público nos últimos anos. As grandes filas mostram que os museus passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, turistas, grupos de jovens, famílias e escolas. Além das consagradas atrações internacionais, que têm participado com maior frequência no Brasil, projetos brasileiros têm gerado sucesso entre o público local.

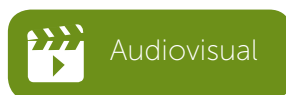
Novos museus, de diferentes tamanhos e temas, estão sendo inaugurados já com formatos mais modernos e atraentes. Se antes os museus estavam restritos à preservação de grandes coleções, hoje eles caminham na direção de explorar a capacidade de reunir pessoas a fim de permitir novas ou diferentes experiências, compartilhar emoções e provocar discussões relevantes para o desenvolvimento imaterial e cultural da sociedade. Não por acaso, também multiplicam-se os espaços de debates, fóruns e pesquisa dentro dessas instituições.

Nesse cenário, vale mencionar a contribuição das mudanças tecnológicas que estão imprimindo novas formas de relacionamento com o público. A interatividade dos espaços com os usuários e a relação com os visitantes através das redes sociais e aplicativos são novas diretrizes que, aliadas ao compromisso do conteúdo, vêm conquistando a adesão de novos públicos.

MÍDIAS



Editorial



Audiovisual

A área de **Mídias** engloba 101,4 mil profissionais criativos (11,4% do total da Indústria Criativa), distribuídos igualmente entre *Editorial* (50,8 mil) e *Audiovisual* (50,6 mil), com um salário médio de R\$ 3.080, 50% acima do rendimento médio do trabalhador brasileiro (R\$ 2.073).

Tabela 14: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Mídias – 2004 e 2013

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários		
	2004	2013	%	2004	2013	%
Editorial	27,8	50,8	82,5%	R\$ 3.829	R\$ 3.794	-0,9%
Audiovisual	36,3	50,6	39,1%	R\$ 1.782	R\$ 2.364	32,7%
Mídias	64,2	101,4	58,0%	R\$ 2.670	R\$ 3.080	15,4%

Na comparação com 2004, o número de trabalhadores nesta área criativa avançou 58,0%, com crescimento tanto na mídia *Editorial* (+82,5%) quanto na *Audiovisual* (+39,1%). No mercado

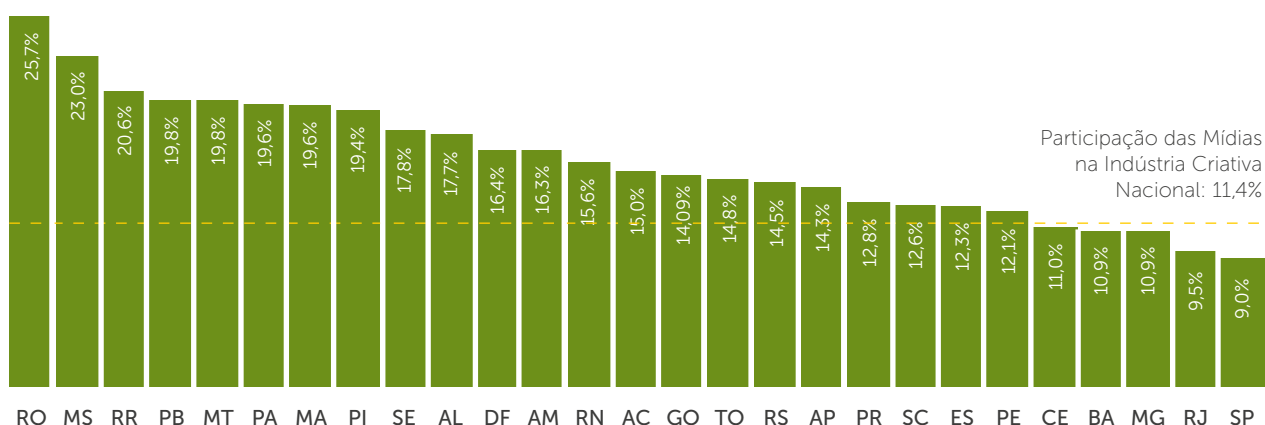
Editorial, os avanços mais relevantes ocorreram nas carreiras de Editor de texto e imagem e de Jornalista. No segmento de *Audiovisual*, os destaques ficaram por conta das ocupações de Diretor de arte e Editor de TV e vídeo.

Em relação aos salários, o segmento de *Audiovisual* (R\$ 2.364) apresentou ganho real de 32,7% entre 2004 e 2013, terceira maior variação entre os treze segmentos criativos analisados, atrás apenas da *Moda* e da *Música*. No mercado *Editorial* (R\$ 3.794) o rendimento médio ficou praticamente estável em termos reais (-0,9%), o que pode ser explicado pela expressiva expansão do número de empregados do setor nesses dez anos¹¹.

No recorte estadual, enquanto **São Paulo** se destaca em relação à quantidade de profissionais (14,7 mil em *Audiovisual* e 16,7 mil em *Editorial*), **Rio de Janeiro** e **Distrito Federal** se sobressaem no que diz respeito aos salários médios: na capital federal, o mercado *Editorial* é o mais bem remunerado do Brasil (R\$ 6.749), ao passo que no Rio de Janeiro é a mídia *Audiovisual* (R\$ 5.350).

Em termos relativos, ou seja, proporcionalmente ao número de empregados criativos de cada estado, as maiores parcelas de profissionais da categoria¹² de Mídias foram registradas em **Rondônia** (25,7%), **Mato Grosso do Sul** (23,0%) e **Roraima** (20,6%) - gráfico.

Gráfico 6: Participação dos Profissionais de Mídias na Indústria Criativa dos Estados

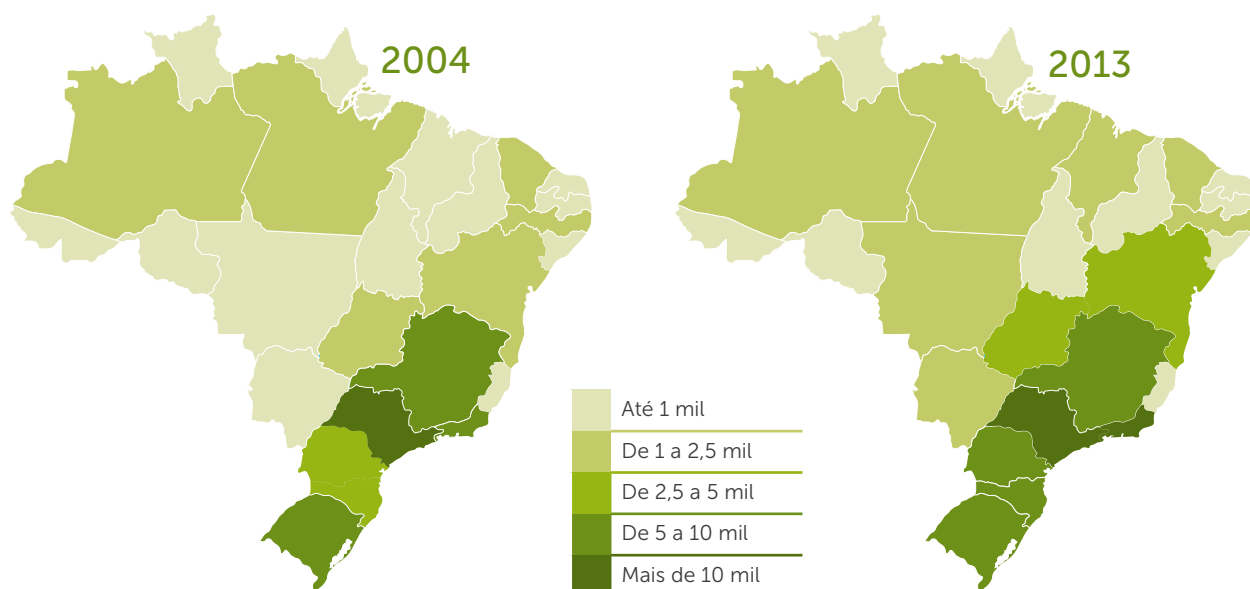


¹¹ Quando há uma forte expansão da mão de obra, é natural haver redução dos salários praticados, devido aos novos entrantes geralmente receberem salários mais baixos.

¹² Os empregados formais da categoria Mídias cresceram 182,7% em Roraima (de 75 para 2012), 126,4% em Rondônia (de 330 para 747), 115,1% em Pernambuco (de 1,4 para 2,9 mil) e 97,9% em Santa Catarina (de 2,8 para 5,6 mil).

Os mapas georreferenciados abaixo ilustram a evolução dos profissionais criativos das Mídias nos estados brasileiros nos anos de 2004 e 2013. O aumento das áreas com coloração mais escura indica a expansão do mercado de trabalho dessa categoria em todas as regiões do país nesse período. Em termos relativos, ainda que **Roraima, Rondônia e Pernambuco** tenham apresentado as variações mais expressivas, **Santa Catarina** merece destaque por ter dobrado (+97,9%) sua já expressiva força de trabalho na categoria, a sexta maior do país. De fato, Santa Catarina foi o terceiro estado brasileiro que mais gerou postos de trabalho na área de mídias no período – foram 2,8 mil novos empregos formais, atrás apenas de **São Paulo** (+10,3 mil) e do **Rio de Janeiro** (+3,5 mil).

Figura 4: Distribuição dos Empregados Formais da Área Criativa de Mídias por UF – 2004 e 2013



As tabelas abaixo destacam as 10 profissões mais numerosas e as 10 mais bem remuneradas na categoria de Mídias em 2013:

Tabela 15

 Profissões mais numerosas na categoria	Segmentos	Empregados (em milhares)
1º Montador de filmes	Audiovisual	11,8
2º Locutor de rádio e televisão	Audiovisual	11,7
3º Editor de texto e imagem	Editorial	11,5
4º Jornalista	Editorial	11,2
5º Editor	Editorial	10,0
6º Repórter (exclusive rádio e televisão)	Editorial	7,1
7º Fotógrafo profissional	Audiovisual	5,6
8º Diretor de arte	Audiovisual	3,8
9º Repórter de rádio e televisão	Editorial	3,4
10º Editor de tv e vídeo	Editorial	3,4

Tabela 16

 Profissões mais bem remuneradas na categoria	Segmentos	Salário Médio
1º Diretor de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 11.957
2º Diretor de redação	Editorial	R\$ 8.511
3º Autor-roteirista	Audiovisual	R\$ 7.766
4º Editor de revista	Editorial	R\$ 7.701
5º Cenógrafo de tv	Audiovisual	R\$ 6.681
6º Editor de livro	Editorial	R\$ 5.831
7º Editor de jornal	Editorial	R\$ 4.704
8º Crítico	Editorial	R\$ 4.612
9º Jornalista	Editorial	R\$ 4.514
10º Diretor de cinema	Audiovisual	R\$ 4.506

Tabela 17: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Mídias por UF – 2004 e 2013

Mídias	Empregos			Salários		
	2004	2013	%	2004*	2013	%
SP	21.062	31.403	49,1%	R\$ 3.453	R\$ 3.810	10,3%
RJ	6.685	10.160	52,0%	R\$ 4.107	R\$ 5.232	27,4%
MG	5.783	8.551	47,9%	R\$ 1.851	R\$ 2.183	18,0%
RS	6.266	8.451	34,9%	R\$ 1.780	R\$ 2.021	13,5%
PR	4.101	6.492	58,3%	R\$ 2.023	R\$ 2.514	24,3%
SC	2.845	5.629	97,9%	R\$ 1.587	R\$ 2.000	26,0%
DF	1.972	3.583	81,7%	R\$ 4.873	R\$ 5.894	21,0%
BA	2.132	3.187	49,5%	R\$ 1.800	R\$ 2.229	23,8%
PE	1.368	2.942	115,1%	R\$ 2.502	R\$ 2.488	-0,6%
GO	1.503	2.653	76,5%	R\$ 1.958	R\$ 2.088	6,6%
CE	1.226	2.370	93,3%	R\$ 1.554	R\$ 1.932	24,4%
PA	1.271	2.024	59,2%	R\$ 1.545	R\$ 2.028	31,3%
ES	991	1.662	67,7%	R\$ 2.341	R\$ 2.442	4,3%
AM	1.137	1.502	32,1%	R\$ 1.650	R\$ 1.802	9,2%
MS	827	1.494	80,7%	R\$ 1.602	R\$ 1.902	18,7%
MT	757	1.453	91,9%	R\$ 1.572	R\$ 1.741	10,7%
PB	692	1.351	95,2%	R\$ 1.141	R\$ 1.665	46,0%
MA	691	1.242	79,7%	R\$ 1.304	R\$ 1.771	35,9%
RN	681	1.119	64,3%	R\$ 1.463	R\$ 1.806	23,5%
SE	476	882	85,3%	R\$ 2.203	R\$ 2.043	-7,3%
PI	455	866	90,3%	R\$ 1.061	R\$ 1.609	51,6%
RO	330	747	126,4%	R\$ 1.084	R\$ 1.591	46,7%
AL	376	659	75,3%	R\$ 1.736	R\$ 2.036	17,3%
TO	245	436	78,0%	R\$ 1.552	R\$ 2.404	54,9%
RR	75	212	182,7%	R\$ 1.514	R\$ 1.828	20,7%
AC	170	179	5,3%	R\$ 1.824	R\$ 2.162	18,5%
AP	71	139	95,8%	R\$ 1.305	R\$ 1.975	51,3%
BRASIL	64,2	101,4	58,0%	R\$ 2.670	R\$ 3.080	15,4%

(*) Nota: Valores de 2004 a preços de 2013 (Deflator: IPCA/IBGE)

CASO.3: O NOVO CENÁRIO DO AUDIOVISUAL

O Audiovisual vem apresentado forte crescimento nos últimos anos. De um lado, o surgimento e a disseminação de novas tecnologias têm multiplicado as plataformas de distribuição do conteúdo, resultado do aumento do consumo de Video on Demand e On streaming. Do outro lado, a criação do Fundo Setorial do Audiovisual e a promulgação da Lei 12.485 em 2011 consolidaram políticas públicas estratégicas para o avanço do setor.

Diante desses movimentos, os desafios desse segmento ficaram ainda mais evidentes: Produção de conteúdo para a TV digital e novas mídias, técnicos qualificados, apropriação dos novos modelos de negócios, constante busca pelo aumento da competitividade da produção brasileira e acesso a novos e velhos mercados são alguns deles. Apesar dessa expansão e do impulso da lei do Audiovisual, a baixa penetração dos filmes brasileiros no mercado internacional é ainda uma realidade.

Como resposta, no Rio de Janeiro três projetos vêm agindo para promover a internacionalização do Setor: Rio Content Market, Rio Market e Films From Rio. Estas iniciativas capacitam os empreendedores da cadeia produtiva com debates e *workshops* e proporcionam o contato direto com os principais realizadores, executivos e produtores do mercado mundial do audiovisual. São espaços criados na agenda nacional com o intuito de incentivar rodadas de negócios, apresentações de projetos em pitching, além de networking e trocas de informações. É o caso do Rio Content Market, maior evento de produção de conteúdo audiovisual da América Latina, e do Rio Market, área de negócios do festival do Rio. Já o projeto Films From Rio prepara os projetos para serem apresentados no mercado mundial, através de consultoria comercial e legal além de levar as produções fluminenses aos principais mercados externos, como o festival de Cannes.

TECNOLOGIA



A categoria de **Tecnologia** responde por 306,1 mil trabalhadores criativos formais (34,3% do total), distribuídos nos segmentos de *Pesquisa & Desenvolvimento* (166,3 mil), *TIC* (112,9 mil) e *Biotecnologia* (26,9 mil). Essa área é o grande destaque em termos de remuneração, com salário médio de R\$ 7.848, quase quatro vezes o rendimento médio do trabalhador brasileiro (R\$ 2.073).

Tabela 18: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Tecnologia – 2004* e 2013

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários		
	2004	2013	%	2004	2013	%
P&D	82,2	166,3	102,3%	R\$ 8.344	R\$ 9.990	19,7%
TIC	55,5	112,9	103,6%	R\$ 4.926	R\$ 5.393	9,5%
Biotecnologia	13,2	26,9	102,8%	R\$ 3.791	R\$ 4.911	29,6%
Cultura	150,9	306,1	102,8%	R\$ 6.688	R\$ 7.848	17,3%

* Valores de 2004 a preços de 2013 (Deflator: IPCA/IBGE).

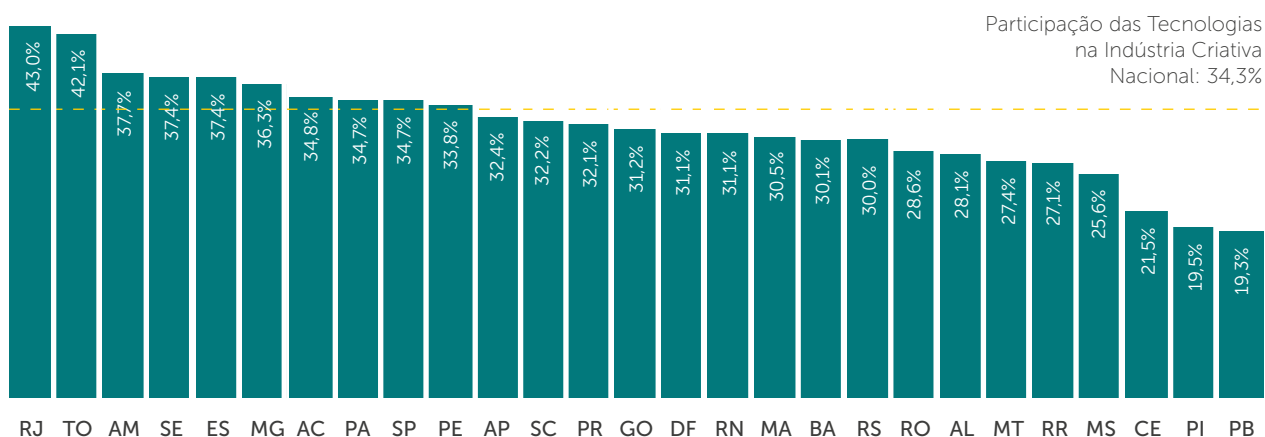
Na comparação com 2004, o número de trabalhadores desta área dobrou em todos os segmentos analisados. Em *Pesquisa & Desenvolvimento* (+102,3%) os maiores avanços ocorreram nas carreiras de Pesquisadores, Gerentes de P&D e Engenheiros; em *TIC* (+103,6%), os Gerentes de tecnologia da informação e os Programadores experimentaram o maior crescimento; na *Biotecnologia* (+102,8%), os Biotecnologista, Bioengenheiros e Biomédicos.

Além do expressivo crescimento no número de trabalhadores, todos os setores registraram ganhos salariais reais entre 2004 e 2013. A *Biotecnologia* (R\$ 4.911), segmento tecnológico com a menor remuneração, foi o que mais avançou no período (+29,6%). Com isso, o setor diminuiu sua distância em relação a *TIC* (R\$ 5.393), cujo salário médio subiu 9,5% em termos reais. Por sua vez, *Pesquisa & Desenvolvimento* (R\$ 9.990) solidificou a sua liderança como segmento criativo mais bem remunerado, com a alta real de 19,7% do salário médio.

No recorte estadual, **Rio de Janeiro, Tocantins e Amazonas** se destacam pela expressiva representatividade dos segmentos tecnológicos entre o total de profissionais criativos do estado: 43,0%, 42,1% e 37,7%, respectivamente. Em termos salariais, esses estados também merecem menção: enquanto Rio de Janeiro (R\$ 12.215) e Amazonas (R\$ 8.621) possuem, ao lado da **Bahia** (R\$ 8.652), os maiores salários médios do Brasil nessa categoria, Tocantins (R\$ 6.072) apresentou o segundo maior avanço real do país (+58,8%) entre 2004 e 2013¹³.

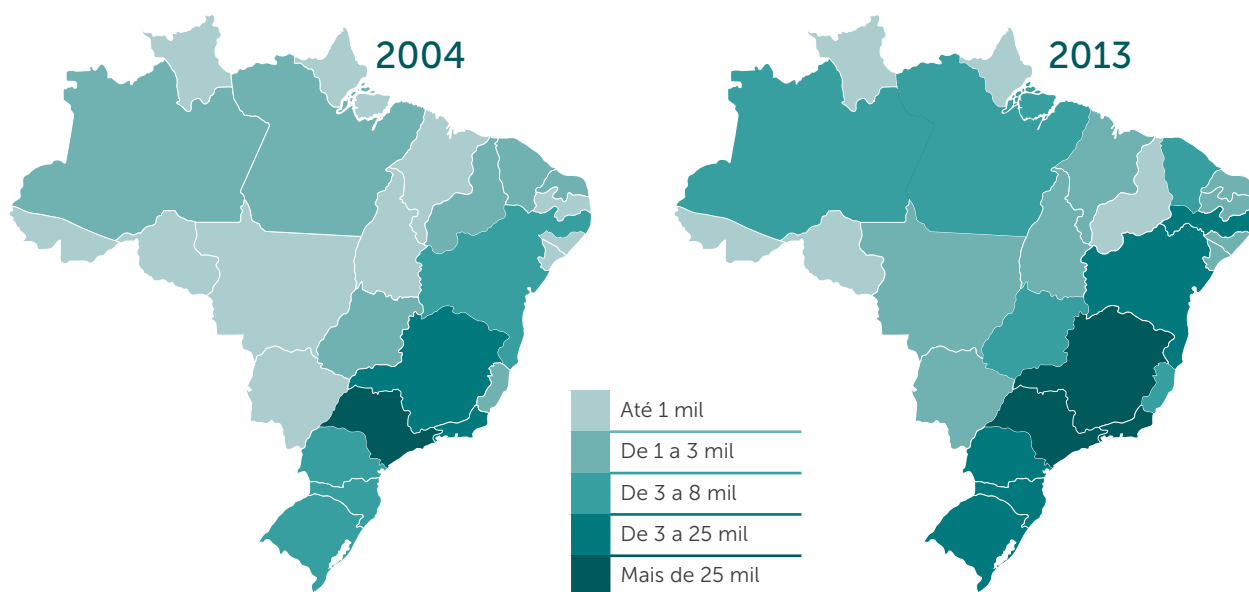
¹³ Apenas o Amapá (R\$ 6.398) apresentou avanço maior nessa comparação: +70,8.

Gráfico 7: Participação dos Profissionais de Tecnologia na Indústria Criativa dos Estados



Os mapas georreferenciados abaixo ilustram a evolução dos profissionais criativos de Tecnologia nos estados brasileiros nos anos de 2004 e 2013. O aumento das áreas com coloração mais escura indica a expansão do mercado de trabalho dessa categoria em todas as regiões do país nesse período. Em termos relativos, as maiores variações ocorreram em **Tocantins** (+490,0%), **Rondônia** (+349,2%) e **Roraima** (+220,7%), devido à baixa base de comparação observada em 2004. Em termos absolutos, as maiores contratações foram em **São Paulo** (+57,4 mil), **Rio de Janeiro** (+24,6 mil) e **Minas Gerais** (+14,5 mil), que conjuntamente responderam por 62% dos novos empregos criados na área de Tecnologia.

Figura 5: Distribuição dos Empregados Formais da Área Criativa de Tecnologia por UF 2004 e 2013



As tabelas abaixo destacam as 10 profissões mais numerosas e as 10 mais bem remuneradas na categoria de Tecnologia em 2013:

Tabela 19


 Profissões mais numerosas na categoria	Segmentos	Empregados (em milhares)
1º Engenheiros da área de P&D	P&D	124,1
2º Programadores	TIC	67,8
3º Gerentes de TI	TIC	34,3
4º Pesquisadores em geral	P&D Biotecnologia	22,4
5º Gerentes de P&D e afins	P&D	16,3
6º Biólogo	Biotecnologia	14,6
7º Engenheiros da área de TIC	TIC	10,9
8º Geólogos e geofísicos	P&D	6,5
9º Biomédico	Biotecnologia	6,0
10º Biotecnologista	Biotecnologia	2,1

Tabela 20


 Profissões mais bem remuneradas na categoria	Segmentos	Salário Médio
1º Geólogos e geofísicos	P&D	R\$ 13.420
2º Gerentes de P&D e afins	P&D	R\$ 11.433
3º Engenheiros da área de P&D	P&D	R\$ 9.899
4º Biotecnologista	Biotecnologia	R\$ 9.011
5º Gerentes de tecnologia da informação	TIC	R\$ 8.657
6º Bioengenheiro	Biotecnologia	R\$ 8.607
7º Engenheiros da área de TIC	TIC	R\$ 8.596
8º Cientistas espaciais e de astronomia	P&D	R\$ 8.335
9º Pesquisadores em geral	P&D Biotecnologia	R\$ 8.236
10º Geneticista	Biotecnologia	R\$ 4.850

Tabela 21: Empregos Formais e Salários na Área Criativa de Tecnologia por UF – 2004* e 2013

Tecnologia	Empregos			Salários		
	2004	2013	%	2004*	2013	%
SP	63.728	121.086	90,0%	R\$ 7.104	R\$ 7.924	11,5%
RJ	21.620	46.265	114,0%	R\$ 9.065	R\$ 12.215	34,8%
MG	14.101	28.585	102,7%	R\$ 5.346	R\$ 6.313	18,1%
RS	7.862	17.407	121,4%	R\$ 5.211	R\$ 5.720	9,8%
PR	7.758	16.271	109,7%	R\$ 6.056	R\$ 5.955	-1,7%
SC	5.372	14.378	167,6%	R\$ 4.802	R\$ 5.054	5,3%
BA	4.685	8.808	88,0%	R\$ 7.231	R\$ 8.652	19,6%
PE	3.454	8.252	138,9%	R\$ 5.489	R\$ 6.548	19,3%
DF	4.928	6.817	38,3%	R\$ 5.761	R\$ 8.407	45,9%
GO	2.383	5.550	132,9%	R\$ 4.388	R\$ 4.843	10,4%



Tecnologia	Empregos			Salários		
	2004	2013	%	2004*	2013	%
ES	2.320	5.021	116,4%	R\$ 6.036	R\$ 7.497	24,2%
CE	1.876	4.607	145,6%	R\$ 4.436	R\$ 4.734	6,7%
PA	1.659	3.588	116,3%	R\$ 5.438	R\$ 6.975	28,3%
AM	1.820	3.464	90,3%	R\$ 7.051	R\$ 8.621	22,3%
RN	1.129	2.231	97,6%	R\$ 7.199	R\$ 8.591	19,3%
MT	900	2.008	123,1%	R\$ 3.760	R\$ 4.550	21,0%
MA	614	1.932	214,7%	R\$ 5.040	R\$ 7.164	42,1%
SE	807	1.850	129,2%	R\$ 7.602	R\$ 8.270	8,8%
MS	681	1.668	144,9%	R\$ 3.759	R\$ 4.568	21,5%
PB	625	1.317	110,7%	R\$ 3.610	R\$ 4.052	12,2%
TO	210	1.239	490,0%	R\$ 3.823	R\$ 6.072	58,8%
AL	594	1.044	75,8%	R\$ 4.907	R\$ 6.244	27,2%
PI	1.155	874	-24,3%	R\$ 3.220	R\$ 4.771	48,2%
RO	185	831	349,2%	R\$ 4.813	R\$ 5.918	22,9%
AC	203	416	104,9%	R\$ 4.140	R\$ 6.100	47,4%
AP	172	316	83,7%	R\$ 3.746	R\$ 6.398	70,8%
RR	87	279	220,7%	R\$ 4.451	R\$ 4.972	11,7%
Total Geral	150,9	306,1	102,8%	R\$ 6.688	R\$ 7.848	17,3%

(*) Nota: Valores de 2004 a preços de 2013 (Deflator: IPCA/IBGE)

CASO.4: INOVAÇÃO NA ERA DOS MAKERS

O desenvolvimento de novas tecnologias e a consequente redução de custos de produção têm democratizado o acesso às ferramentas de fabricação digitais tais como impressoras 3D e máquinas de corte a laser para usuários comuns, impulsionando a cultura do faça-você-mesmo (*Do it yourself*) e o movimento dos "makers". Essas novas tecnologias dispensam habilidades mais complexas e a pesada infraestrutura de chão-de-fábrica, criando espaço para uma nova geração de criativos tecnológicos: pessoas capazes pensar, fabricar, construir objetos e/ou softwares customizados às necessidades individuais do usuário final.

Surge também um novo formato de laboratórios, os FabLabs (*Fabrication Laboratory*). Espaços comunitários de pesquisa, aprendizado e produção com máquinas e tecnologias digitais de última geração que permitem a criação e a experimentação sem a necessidade da escala industrial. Em outras palavras, expandem as fronteiras da Pesquisa e do Desenvolvimento e mudam o perfil do profissional típico deste segmento.

Esse novo modo de inovação ocorre pela mistura de papéis entre usuários e produtores: a mesma pessoa pode ser, ao mesmo tempo, intermediário, provedor de ideias, coprodutor e/ou financiador de um projeto. É cada vez mais importante a inovação através de usuários (*user innovation*), onde consumidores informados e especializados inspiram inovações e aprimoram produtos e serviços participando diretamente da produção através da aplicação da criatividade.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

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

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

_____; Creative Economy Report 2013 Special Edition. UN, 2013

REINO UNIDO. DCMS; Creative Industries Economic Estimates – Full Statistical Release. Londres, 2011

RODRIGUES, Marcos; CHIMENTI, Paula; NOGUEIRA, Antonio; O impacto das novas mídias para os anunciantes brasileiros; R.Adm., São Paulo, v.47, n.2, p.249-263, abr./maio/jun. 2012.

SISTEMA FIRJAN; “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”, 2008.

_____, Nota Técnica “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”, 2011.

_____, “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, 2012.

Sistema
FIRJAN



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

Acompanhe as redes sociais do Sistema FIRJAN:    