



Nº **2**  
maio.2008

## A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil

Sistema  
**FIRJAN**



**rio**  
**criativo**  
NOSSA ARTE, NOSSA INDÚSTRIA.



**Sistema FIRJAN** | Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro  
PRESIDENTE Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira

**Diretoria Geral do Sistema FIRJAN**

DIRETOR Augusto Franco Alencar

**Diretoria de Desenvolvimento Econômico**

DIRETORA Luciana Costa M. de Sá

**Divisão de Estudos Econômicos**

CHEFE Patrick Carvalho

**Equipe Técnica:**

Pedro James Hemsley

Adriana Fernandes de Mello Esteves Rodrigues

Tatiana d'Aboim Inglez Sanchez

Renato Quintes França

William Figueiredo

**Elaboração do Estudo**

DECON – Divisão de Estudos Econômicos

.....  
**Contato**

[www.firjan.org.br](http://www.firjan.org.br) | [estudos.pesquisas@firjan.org.br](mailto:estudos.pesquisas@firjan.org.br)

Av. Graça Aranha, 1 / 10º andar

Cep: 20030-002

Rio de Janeiro - RJ

Tel: + 55 (21) 2563-4205

Fax: + 55 (21) 2262-9117



<b>Resumo Executivo .....</b>	<b>03</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>05</b>
<b>Seção I: Indústria Criativa em foco – uma revisão internacional .....</b>	<b>07</b>
<b>Seção II: A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil .....</b>	<b>13</b>
❖ Emprego na Cadeia da Indústria Criativa .....	15
❖ Geração de Renda da Cadeia da Indústria Criativa .....	17
❖ Número de Estabelecimentos da Cadeia da Indústria Criativa .....	18
❖ Cadeia Criativa por Setores Líderes de Atividade .....	19
❖ Participação da Cadeia da Indústria Criativa no PIB .....	20
❖ Formação Acadêmica da Indústria Criativa .....	22
<b>Conclusão .....</b>	<b>24</b>
<b>Apêndice A: Classificação Nacional das Atividades Econômicas da Cadeia Criativa .....</b>	<b>25</b>
<b>Apêndice B: Economia da Cultura .....</b>	<b>30</b>
<b>Apêndice C: Formandos do SENAI-RJ .....</b>	<b>32</b>



## Resumo Executivo

- ❖ É certo que quase toda atividade humana utiliza-se em alguma medida da criatividade. Entretanto, há um movimento nos últimos anos para reconhecer em determinadas atividades conteúdo intelectual, artístico e cultural, que agregam valor a bens e serviços. Tal reconhecimento se deu no Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, quando a indústria criativa foi destacada entre os segmentos âncora do estado.
- ❖ Acompanhando a resenha internacional, o estudo busca a definição da cadeia da Indústria Criativa, para fins de estimação de sua importância econômica.
- ❖ A cadeia da Indústria Criativa é definida por três esferas: o **Núcleo**, composta por 12 setores líderes, cujo principal insumo é a criatividade; as **Atividades Relacionadas**, envolvendo segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo, em grande parte, indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo; e as **Atividades de Apoio**, ofertantes bens e serviços de forma mais indireta.
- ❖ O estudo mostrou que o núcleo emprega 638 mil trabalhadores no país, ou 1,8% do total dos trabalhadores formais. No Rio de Janeiro, a concentração é maior: 2,4% dos trabalhadores formais (ou 82 mil), constituindo-se o maior percentual das principais unidades da Federação. A cadeia da Indústria Criativa como um todo responde por 21,8% do total de trabalhadores formais do país, ou 7,6 milhões de um total de 35,2 milhões. A indústria da transformação contribuiu de forma significativa através do fornecimento de insumos e bens finais. Do total aproximado de 3 milhões de postos formais de trabalho para suprir as demandas geradas pelo núcleo criativo, quase 2 milhões foram empregados pela indústria de transformação. Considerando o Rio de Janeiro, a participação dos trabalhadores na cadeia da indústria criativa no total é maior, de quase um quarto (23,1%).
- ❖ Em acordo com o observado na experiência internacional, os trabalhadores do núcleo da cadeia criativa brasileira são mais bem remunerados que a média nacional. A renda média mensal do núcleo correspondeu a R\$ 1.666, 42% superior à média de R\$ 1.170 dos trabalhadores formais do país. Em especial, no Rio de Janeiro, a renda média do núcleo situou-se em torno de R\$ 2.182, 64% superior à média fluminense de R\$ 1.330. Considerando um grupo de estados, é no Rio de Janeiro que o trabalhador do núcleo da indústria criativa é mais bem remunerado.
- ❖ Reagrupando as estatísticas pelos setores líderes, *Arquitetura*, *Moda* e *Design* representam a maior parcela da cadeia da indústria criativa nacional – juntas respondem por 82,8% do mercado de trabalho criativo, 82,5% dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial. A cadeia criativa fluminense mantém o padrão nacional em termos de número de estabelecimentos e postos de trabalho. Sobressai-se, contudo, o setor de *Televisão* no que diz respeito à renda do trabalho *per capita* fluminense, por conta da presença de grandes emissoras e produtoras no estado, transformando a capital do Estado do Rio de Janeiro em um importante pólo nacional. Outros setores de destaque são *Artes Visuais* e *Software*, que completam a lista de categorias com maior renda *per capita*, indicando a força das atividades tanto de cultura quanto de tecnologia de informação no Rio de Janeiro.



- ❖ As estimativas apontam para uma participação de toda a cadeia criativa no PIB brasileiro em 2006 de cerca de 16,4%, o equivalente a R\$ 381,3 bilhões, impulsionados principalmente pelos segmentos de arquitetura e moda. O núcleo responde por 2,6% do PIB, ao passo que as atividades relacionadas e de apoio registraram participação de 5,4% e 8,4%, respectivamente.
- ❖ No caso do Rio de Janeiro, fica ainda mais clara a importância da cadeia criativa no PIB. Em especial, ressalta-se a participação do núcleo fluminense, que corresponde a 4,0% do PIB do Rio de Janeiro. Este é o maior percentual encontrado entre o grupo de estados pesquisados.
- ❖ A cadeia da indústria criativa, como um todo, representa 17,8% do PIB do Rio de Janeiro – ou, aproximadamente, R\$ 54,6 bilhões.
- ❖ As oportunidades de emprego na indústria criativa vêm incentivando alunos a optarem por carreiras relacionadas à área. Em 2006, do total de 737 mil formandos em curso superior no Brasil, 90 mil eram oriundos dos 118 cursos relacionados ao núcleo da indústria criativa. No Rio de Janeiro, a proporção foi ainda maior: 13,3% dos 74 mil formandos optaram por carreiras criativas.



## A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil

*"We shape our tools and afterwards our tools shape us."*

Marshall McLuhan

### Introdução

O ato da criação permeia a história da humanidade desde os tempos ancestrais, diferenciando o humano dos demais seres vivos. A capacidade de abstração e execução de idéias na solução de problemas de toda sorte permite a transformação do ambiente em que vivemos e, sem perceber, modificamos a nossa própria existência. Em última análise, na linha do pensador canadense, Herbert Marshall McLuhan, criamos as ferramentas que, em seguida, recriam a humanidade.

Seguindo o pensamento em epígrafe, destacam-se três grandes revoluções no planeta – a última ainda em curso – que alteraram por completo os meios modernos de produção e, por extensão, a relação do ser humano com o mundo. A primeira revolução tecnológica, a Revolução Agrícola, iniciou-se há cerca de dez mil anos, durante o período neolítico, e continua evoluindo até os dias atuais através da mecanização do campo e da biotecnologia. A descoberta da agricultura possibilitou a sedentarização e obtenção de excedentes, mudando por completo o curso da história.

Em seguida, ao final do século XVIII, a Revolução Industrial engendrou uma nova era na geração de bens. A padronização e a produção em massa trouxeram novas possibilidades à aventura humana. Os incríveis ganhos de produtividade tornaram o processo industrial a grande locomotiva econômica, absorvendo a maior parte da força de trabalho, antes empreendida no cultivo de grãos e demais alimentos.

Atualmente, encontra-se em plena ebulição a Revolução Digital, possibilitada pelas transformações da tecnologia da informação, sendo a globalização de culturas e de meios de produção o principal corolário deste processo. Na crista de uma nova era, o setor de serviços ganha relevância, consumindo a grande parte da força de trabalho e sendo responsável pela geração de uma parcela importante da renda. Ao mesmo tempo, o conhecimento e a inovação ganham ainda mais relevância como mola propulsora da nova economia, permitindo maior agregação de valor a bens e serviços.



As três revoluções não constituem processos antagônicos, onde o avanço de uma atividade necessariamente se passa pela eliminação de outra. Pelo contrário, a interdependência é a verdadeira tônica presente. Somente através dos ganhos de produtividade da agricultura abriu-se espaço para o desenvolvimento industrial, cujo feedback é permanente, com a indústria produzindo máquinas e fertilizantes para o campo. Da mesma forma, os ganhos de produtividade industrial, muitas vezes alimentados pela tecnologia digital, liberam recursos humanos para o setor de serviços, que em última análise realimenta a demanda por novos bens industriais.

Esta interdependência é fundamental para se compreender a cadeia produtiva da indústria criativa, cujo núcleo encontra-se no setor de serviços, alavancando, conforme estimativas que serão apresentadas no presente estudo, uma extensa gama de bens industriais.

É certo que quase toda atividade humana utiliza-se em alguma medida da criatividade. Entretanto, há um movimento nos últimos anos para reconhecer em determinadas atividades um atributo criativo essencial, intrínseco à produção, além de conteúdo intelectual, artístico e cultural, que agregam valor a bens e serviços. O termo Indústrias Criativas foi cunhado pela primeira vez em um documento oficial em 1998<sup>1</sup>, fruto do estudo encomendado pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido. O documento visava mapear as principais áreas criativas na economia britânica, tendo como base a percepção de sua importância na geração de emprego e renda.

O presente estudo tem como objetivo lançar luz sobre o que representa a cadeia da indústria criativa no Brasil e no Estado do Rio de Janeiro. Na primeira parte, é realizada uma breve revisão de como o tema é tratado no mundo, uma vez que não há consenso em relação à definição de indústria criativa. Na segunda parte, chega-se a um mapeamento pioneiro no país e, em particular, no Estado do Rio de Janeiro, reconhecendo-se as especificidades da economia brasileira e levando-se em conta de mais estudos sobre o assunto<sup>2</sup>. São apresentadas, nessa segunda parte, as estimativas do que representa em termos econômicos a cadeia da indústria criativa no país.

---

<sup>1</sup> *Creative Industries Mapping Document (1998). Department for Culture, Media and Sports, United Kingdom.*

<sup>2</sup> *Em especial, o trabalho organizado pela UNCTAD, Creative Economy – Report 2008, é basilar.*



## Seção I: Indústria Criativa em foco – uma revisão internacional

Ao final da década de 90, o governo do Reino Unido adotou uma iniciativa pioneira ao lançar luz sobre o que se denominou mais tarde de indústrias ou economias criativas, ao buscar identificar a força motriz dentro do terceiro setor. O dinamismo encontrado nesta nova economia foram as atividades criativas, responsáveis por uma parcela cada vez maior da atividade econômica. A partir daí, foi estabelecida uma força tarefa para mapear esse setor: participação no PIB, número de empregados, investimentos públicos e privados, entre outros dados econômicos.

Esse mapeamento estimulou inúmeros países e organizações a estudar o setor criativo. É importante notar, porém, que a definição do setor varia em cada estudo, e não há padronização nos dados divulgados, o que dificulta a comparação internacional. Além disso, muitas vezes há informações que dizem respeito apenas a cidades ou determinadas regiões e não a países. Tendo em vista essas dificuldades, esta seção procura apresentar de forma breve alguns dos muitos mapeamentos feitos nos últimos anos a respeito da Indústria Criativa ao redor do mundo.

### Reino Unido: Definição Pioneira de Indústria Criativa

O setor criativo (“Creative Industries”) foi definido formalmente pela primeira vez em um estudo do Ministério de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido, em 1998, da seguinte forma:

“Os setores que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual<sup>3</sup>”.

Atualmente, essa definição engloba treze setores: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, moda, filmagem, softwares interativos de lazer, música, artes performáticas, editoração, serviços de computação e rádio e televisão. Essencialmente, estão englobadas atividades de serviços e comércio, incluindo ainda

<sup>3</sup> Essa definição foi extraída no documento “Creative Industries Mapping Document 2001” (2ª ed).





áreas correlatas no setor industrial, por seu impacto sobre toda a estrutura produtiva da economia.

Como essa classificação não é livre de ambigüidades, são necessários diversos cuidados para avaliar quaisquer variáveis da indústria criativa. Por exemplo, calcula-se o total dos empregados do setor como a soma de:

- empregados nas firmas criativas, não importa se empregados ou não em atividades criativas (por exemplo, o contador de uma empresa de publicidade);
- empregados em atividades criativas que não estejam em firmas criativas (por exemplo, os publicitários de órgão estatal).

De acordo com o relatório atualizado em 2001, a indústria criativa do Reino Unido gerava uma receita anual total de 112 bilhões de libras esterlinas (cerca de US\$ 220 bilhões) e empregava 1,3 milhões de pessoas (a participação é calculada entre 4% e 6% da população economicamente ativa). O setor foi responsável por 5% do produto interno bruto e cresceu 16% entre 1997 e 1998, contra 6% da economia como um todo, enquanto as exportações atingiram 10 bilhões de libras. O maior setor é o de software e computação, com 36,4 bilhões de libras de receita total. A indústria é concentrada essencialmente em Londres e arredores, a despeito de uma tendência de ampliação rumo a outras regiões ter sido percebida ao longo dos últimos anos. Há uma grande preocupação com a formação de *clusters* para o desenvolvimento da indústria criativa, fortemente associada ao ambiente urbano. Em novembro de 2007, o Reino Unido promoveu a Quinta Conferência Internacional sobre Economia Criativa, a maior já realizada.

A avaliação feita pelo governo do Reino Unido tem servido para diversas ações concretas. Como exemplo, o *European Social Fund in England* desenvolveu em 2004, nas cidades de Sandwell e Dudley, o projeto *Lifetimes Workshops*, destinado a aproximar artistas e empreendedores, criando um ambiente de negócios sólido. Essas ações tiveram como cerne a idéia de que, para o bom funcionamento da indústria criativa, é necessário melhorar o relacionamento entre artistas e empreendedores. O projeto é focado especificamente em grupos com maior dificuldade de acesso ao mercado formal, como, por exemplo, portadores de necessidades especiais e minorias étnicas.



## Alemanha, Holanda e Finlândia: Mapeamentos Regionais

Um dos principais centros culturais e da indústria criativa na Europa fica em North Rhine Westphalia, Alemanha. Apenas no setor cultural e criativo dessa região, cerca de 47.000 firmas (incluindo *free-lancers*) atingem uma receita anual de 37 bilhões de euros, 3% da receita total gerada no estado. O setor é definido como todas as formas de negócios que fornecem serviços relacionados à preparação, criação, preservação e conservação de produções artísticas e culturais ou comunicação de mídia, assim como negócios que criam ou negociam produtos com esses propósitos e inclui música; literatura, edição e imprensa; filmes, rádio e TV; teatro; arte, moda, publicidade e design (esses três últimos, apenas quando ligados ao setor artístico).

Em paralelo, foi conduzido um grande estudo comparativo entre as cidades de Amsterdã e Helsinque, incluindo tanto o setor criativo<sup>4</sup> quanto de tecnologia da informação ICT (*Information and Communication Technologies*)<sup>5</sup>. Essas duas cidades foram escolhidas por disponibilizar um conjunto particularmente amplo de informações sobre indústria criativa e ICT. Em Helsinque, ICT é responsável por cerca de 12% do emprego total, enquanto em Amsterdã esse valor atinge 9%, e nas duas cidades o setor criativo é responsável por cerca 7% do emprego total<sup>6</sup>. Helsinque ainda é responsável por 40% do setor criativo finlandês. Ambos os setores foram particularmente atingidos pelo baixo nível de atividade econômica entre 2001 e 2004, perdendo participação no PIB, após um período de grande incremento (1996-2001). Ainda assim, o segmento em questão foi capaz de atingir crescimento médio de 7% (Amsterdã) e 6% (Helsinque) ao ano no período 1996-2004, acima da economia como um todo. As duas cidades são consideradas grandes exemplos de como a aglomeração urbana é benéfica para os dois setores. Em ambos os casos, as atividades criativas são concentradas em micro empresas, com no máximo 20 funcionários (em média, 5,3 funcionários em Helsinque e 3,7 em Amsterdã – números de 2004).

---

<sup>4</sup> Definido pelos setores: “arts, media and entertainment industry as well as creative business services”

<sup>5</sup> Inclui: “hardware, software, content, telecommunications and consultancy.”

<sup>6</sup> Naturalmente, a proximidade desses conceitos gerou sobreposição de dados, que foi calculado no caso de Amsterdã em 4.000 empresas e 10.000 empregos.



## Estados Unidos: Falta de Padronização

Nos Estados Unidos, é publicado o boletim “*Creative Industries: Business & Employment in the Arts*”, que acompanha atividades das áreas artísticas, englobando organizações lucrativas e não lucrativas. Em janeiro de 2008, havia no país praticamente 3 milhões de pessoas trabalhando em 612.095 estabelecimentos cujo foco é a arte. Esses valores representam 2,2% e 4,3%, respectivamente, do total de emprego e estabelecimentos dos Estados Unidos. O boletim apresenta um recorte regional e temporal desses dados, permitindo obter as informações por cidade e por ano. A classificação de indústria criativa feita pelos americanos, porém, é bastante conservadora:

*“We have taken a conservative approach to defining the Creative Industries by focusing solely on businesses involved in the production or distribution of the arts. For the purposes of this study, the Creative Industries comprise arts-centric businesses that range from nonprofit museums, symphonies, and theaters to for-profit film, architecture, and advertising companies. We have guarded against overstatement of the sector by excluding industries such as computer programming and scientific research—both creative, but not focused on the arts.”*

Na prática, a indústria criativa americana limita-se à atividade cultural, incluindo o setor público.

Em 2002, Richard Florida, professor de Desenvolvimento Econômico Regional da *Carnegie Mellon University*, publicou “*The Rise of the Creative Class*”, tratando do desenvolvimento da indústria criativa, no qual constrói um “índice de criatividade” para as cidades americanas, identificando as mais propensas a essas atividades. Esse índice é bastante amplo, abarcando toda e qualquer atividade geradora de idéias (incluindo todos os professores universitários e engenheiros, por exemplo). Dessa forma, a cidade que está no topo do ranking, São Francisco, possui 35% da força de trabalho na indústria criativa. Nessa medida ampla, os Estados Unidos apresentam 38,3 milhões de trabalhadores na indústria criativa (30% do total, contra 10% no início do século XX e 20% em 1980). Em 1999, o salário médio anual na área era de US\$ 48.000, contra US\$ 28.000 de um operário padrão.



## Hong Kong

Na Ásia, Hong Kong organizou em 2003 o primeiro de uma série de grandes seminários sobre a indústria criativa (*Creative Hong Kong Forum*), objetivando desenvolver o setor no território e nos países próximos. O território realizou um grande mapeamento do setor criativo ("*Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*", 2003), de forma análoga ao estudo inglês, ainda que seguindo a classificação WIPO<sup>7</sup>. Esse estudo estimou em US\$ 46 bilhões a contribuição da economia criativa para o PIB, ou 3,8% do total. Havia mais de 30.000 estabelecimentos e 170.000 pessoas envolvidas diretamente na indústria, com grande crescimento no período 1996-2002.

## Nações Unidas e Redes Internacionais

A ONU apresentou recentemente uma nova versão para o conceito de indústria criativa, inovando em relação às definições existentes, inclusive à que era usada pela própria instituição<sup>8</sup>. O novo estudo<sup>9</sup>, recém-publicado sob a chancela da UNCTAD, é o maior já realizado em âmbito mundial sobre a economia criativa, com dados sobre criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários.

De acordo com a pesquisa, entre 2000 e 2005, o comércio internacional de bens e serviços criativos cresceu à taxa anual de 8,7%, o que fez com que o valor total das exportações atingisse US\$ 424 bilhões em 2005, ou 3,4% do comércio mundial. Ainda em 2003, a economia criativa européia empregava 5,6 milhões de trabalhadores e gerava 654 bilhões de euros, crescendo acima do restante da economia. Já a China se consolidou como o maior produtor e exportador de produtos criativos em 2005, enquanto o conjunto de países em desenvolvimento viu crescer rapidamente suas exportações no período 1996-2005, passando de US\$ 51 bilhões para US\$ 274 bilhões.

---

<sup>7</sup> World Intellectual Property Organization (WIPO), que utiliza uma classificação de atividades econômicas distintas ainda que similar, da adotada pelo Reino Unido, definindo o núcleo do setor criativo em *advertising; architecture; art, antiques & crafts; design; film & video; digital entertainment; music; performing arts; publishing; software & computing; and television & radio*.

<sup>8</sup> A versão anterior do conceito de indústria criativa, detalhada no documento "*International flow of selected cultural goods and services, 1994-2003*", de 2005, praticamente se limitava ao setor cultural.

<sup>9</sup> "*Creative Economy - Report 2008*", United Nations, 2008.



Desde 2004, a ONU, através da UNESCO, patrocina a “Creative Cities Network”<sup>10</sup>, rede internacional desenhada para promover o desenvolvimento social, econômico e cultural de cidades tanto no mundo desenvolvido quanto em desenvolvimento. Para participar da rede, as cidades devem procurar promover a cena criativa local, compartilhando o interesse da UNESCO na diversidade cultural. Na prática, trata-se de um sistema de exportação do modelo europeu de indústrias criativas. Até agora, as maiores beneficiárias têm sido cidades asiáticas.

Outra iniciativa relevante em âmbito mundial, independente das Nações Unidas, é a conferência PICNIC<sup>11</sup>, organizada todos os anos na Europa, destinada à criatividade e inovação na mídia, na tecnologia e no entretenimento, desenhada para criadores, empreendedores, especialistas em inovação e tecnologia, apresentando as últimas tendências em inovação e criação. A experiência europeia tem incentivado o desenvolvimento da indústria criativa ao redor do mundo, e como corolário a edição de 2007 da PICNIC foi destinada a práticas criativas e inovadoras na China, com o objetivo de facilitar a colaboração internacional entre as indústrias criativas da Europa e da China.

---

<sup>10</sup> Várias outras instituições, como o British Council, participam do projeto.

<sup>11</sup> PICNIC é organizada pela Cross Media Week Foundation, que recebe apoio de diversas empresas e outras organizações assim como da Prefeitura de Amsterdã e do Ministro de Finanças da Holanda - <http://www.picnicnetwork.org/>.



## Seção II: A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil

Com base na revisão internacional e respeitando-se as especificidades da realidade brasileira, foi empreendido um esforço de definir a indústria criativa no Brasil, com a finalidade de mensurar sua importância econômica. Ainda que não haja uma única definição consensual, o relatório da UNCTAD sugeriu uma definição de indústria criativa que foi tomada como base para o presente estudo, ou seja, são “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários<sup>12</sup>”. Desta forma, a abordagem é expandida, adotando-se uma visão de cadeia.

Assim, é proposta uma definição para a cadeia da indústria criativa, que se compõe de três grandes áreas. Em primeiro lugar, tem-se o que se denominou de núcleo da indústria criativa, que são basicamente uma adaptação dos 13 segmentos do estudo britânico, referendados pelo documento da UNCTAD. A definição do núcleo da indústria criativa adotada neste estudo inclui os segmentos de Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, Software & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. Depreende-se, assim, que o núcleo é composto essencialmente de serviços, que têm a atividade criativa como parte principal do processo produtivo.

Em seguida, encontram-se as áreas relacionadas, envolvendo segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo e compostos em grande parte por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo. Finalmente, observou-se que a cadeia é composta de um terceiro grupo de atividades, de provisão de bens e serviços de forma mais indireta. É possível exemplificar, considerando a produção de gravações musicais. O produtor musical vai adquirir instrumentos musicais para tornar real a composição. Neste processo, a criação musical será considerada como núcleo, a fabricação de instrumentos musicais e a gravação pertencem à indústria relacionada. A comercialização do CD resultante da criação musical faz parte da atividade de apoio. Desta forma, para avaliar a importância econômica da indústria criativa, é fundamental percebê-la como uma cadeia, onde se incluem os setores de provisão direta ao núcleo – denominadas atividades

---

<sup>12</sup> "Creative Economy - Report 2008", United Nations, 2008.



relacionadas – e os setores de provisão indireta – ou apoio. O esquema a seguir ilustra este conceito de cadeia criativa.

### Cadeia Produtiva da Indústria Criativa



A partir desta primeira abordagem, foi ainda detalhado cada componente da cadeia entre as atividades econômicas. Este detalhamento tornou-se viável a partir da nova Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0). A melhor depuração dos dados permite, assim, perscrutar uma extensa gama de atividades econômicas relacionadas à cadeia criativa. Neste sentido, de um universo de 673 classificações econômicas, identificaram-se 185 categorias associadas às atividades criativas, separadas pelas esferas de núcleo, atividades relacionadas e apoio<sup>13</sup>.

Ainda que o núcleo da cadeia apenas abrigue atividades mais afeitas à clássica definição da área de serviços, as atividades relacionadas e de apoio compreendem os mais diversos segmentos de indústria, construção civil e comércio. Esta interdependência reafirma o poder multiplicativo de alto valor agregado de toda cadeia, cujo centro consiste nas doze áreas criativas principais.

Propõe-se, assim, a seguir, o fluxograma detalhado para a Cadeia da Indústria Criativa no Brasil.

<sup>13</sup> A descrição completa das atividades criativas, com base na CNAE 2.0 e separadas pelas três esferas da cadeia, encontra-se no Apêndice A.





A partir da definição acima, o escopo deste estudo consistiu em levantar o número de trabalhadores, a renda do trabalho e o número de estabelecimentos para cada uma das três esferas da cadeia produtiva em 2006. Ademais, de posse destes dados, estimou-se a participação econômica da cadeia da indústria criativa no PIB nacional e, em especial, do PIB fluminense. Por fim, foi feito um levantamento do número de formandos em cursos superiores ligados ao núcleo criativo, essenciais para ampliar a difusão da cadeia.

## Emprego na Cadeia da Indústria Criativa

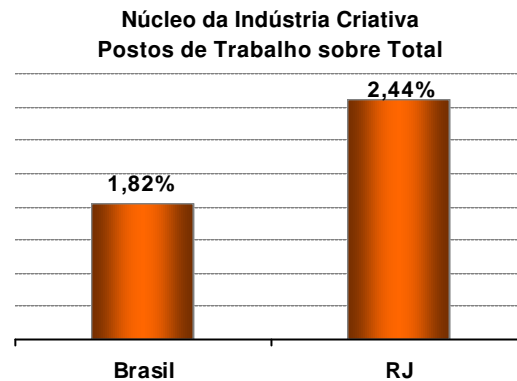
Partindo da definição acima e das estatísticas disponibilizadas pelo Ministério do Trabalho - RAIS relativas a informações para o ano de 2006, foi possível calcular o número de trabalhadores envolvidos na cadeia da indústria criativa.

Em 2006, os doze segmentos no núcleo do setor criativo empregavam 638 mil trabalhadores formais em todo o país, ou 1,82% do total. Refletindo claramente o lugar de destaque que o Rio de Janeiro ocupa em setores como publicidade, moda, audiovisual,





entre outros, conforme já havia ficado claro no Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, observa-se que o núcleo criativo respondeu por uma parcela mais importante da força de trabalho fluminense, 2,44% do total (ou 82 mil postos) – de fato, constituindo-se o maior percentual das principais unidades da Federação<sup>14</sup>.



Descendo a cadeia produtiva, a tabela a seguir retrata o número de trabalhadores alocados nos demais segmentos da cadeia. As estatísticas evidenciam que as atividades relacionadas foram responsáveis por 2,9 milhões de empregos no país, ou 8,3% do total de trabalhadores formais. Destes, a indústria concentrou a maior parte, 58,7% ou 1,7 milhão de postos de trabalho. Por sua vez, as atividades de apoio empregaram 4,0 milhões de pessoas ou 11,6% do universo de empregos formais no país.

Número de Trabalhadores (em milhares)	Brasil		Rio de Janeiro	
	Atividades Relacionadas	Apoio	Atividades Relacionadas	Apoio
<b>Indústria da Transformação</b>	1.714	450	90	21
<b>Construção Civil</b>	89	1.152	9	123
<b>Comércio</b>	945	1.222	109	105
<b>Serviços</b>	170	1.269	39	202
<b>Total</b>	2.918	4.093	248	451
<b>Parcela no mercado de trabalho</b>	<b>8,3%</b>	<b>11,6%</b>	<b>7,3%</b>	<b>13,4%</b>

Fonte: RAIS 2006  
Elaboração: FIRJAN

No que se refere ao Estado do Rio de Janeiro, as atividades relacionadas responderam por 248 mil vagas, ou 7,3% do total do emprego formal. Ao mesmo tempo, a área de apoio concentrou 451 mil trabalhadores, equivalentes a 13,4% da força de trabalho formal do estado.

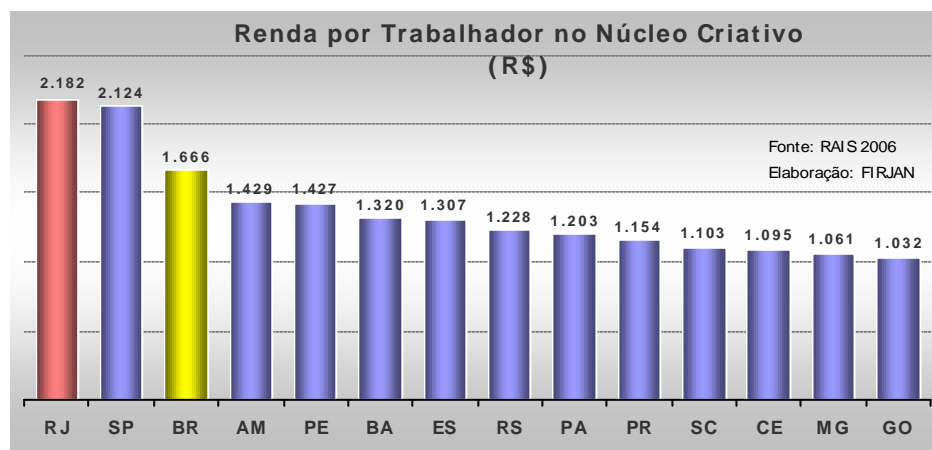
<sup>14</sup> Em demais unidades da federação, São Paulo (2,2%), Minas Gerais (1,8%), Santa Catarina (1,8%), Rio Grande do Sul (1,7%), Paraná (1,6%), Goiás (1,5%), Espírito Santo (1,4%), Bahia (1,3%), Ceará (1,2%), Pará (1,2%), Pernambuco (1,2%) e Amazonas (1,0%).



Considerando a agregação de toda a cadeia da indústria criativa, é possível observar que a cadeia foi responsável por 21,8% (ou 7,6 milhões) dos trabalhadores formais do país. Em consonância com a vocação percebida pelo Estado do Rio de Janeiro em setores ligados à criatividade, o estado apresentou uma parcela mais importante, de quase um quarto dos trabalhadores (23,1%), ou 780 mil, na cadeia da indústria criativa.

### Geração de Renda da Cadeia da Indústria Criativa

Em acordo com o observado na experiência internacional, os trabalhadores do núcleo da cadeia criativa brasileira são mais bem remunerados que a média nacional, em larga escala explicado pelo alto valor agregado da atividade, exigindo muitas vezes elevado grau de instrução. De fato, a renda média mensal do núcleo correspondeu a R\$ 1.666, 42% superior à média de R\$ 1.170 dos trabalhadores formais do país. Em especial, no Rio de Janeiro, a renda média do núcleo situou-se em torno de R\$ 2.182, 64% superior à média fluminense de R\$ 1.330. Considerando os principais estados da Federação<sup>15</sup>, o gráfico abaixo evidencia que é no Estado do Rio de Janeiro que o trabalhador do núcleo da indústria criativa é mais bem remunerado.



<sup>15</sup> Foram considerados os Estados que são acompanhados pela Pesquisa Industrial Mensal do IBGE.



Já nos setores relacionados e de apoio, a renda média nacional totalizou R\$ 757 e R\$ 843, respectivamente. A tabela abaixo separa as rendas do trabalho per capita segmentadas pelos setores de indústria, construção civil, comércio e serviços, tendo em vista as atividades relacionadas e de apoio. Nota-se, assim, no caso nacional, que a indústria de apoio apresenta melhor remuneração quando comparada aos setores industriais de provisão direta ao núcleo (denominados de atividades industriais relacionadas). Em especial, a indústria de fabricação de cimentos e tecelagem de fios de algodão alavancaram o rendimento médio das atividades industriais de apoio à cadeia criativa.

Por outro lado, a análise das remunerações pagas em média ao trabalhador fluminense indica o nivelamento dos setores industriais relacionados e de apoio. Ao mesmo tempo, houve destaque para a remuneração na construção civil na área de apoio. De uma forma geral, a média ponderada dos salários no Rio de Janeiro situou-se acima da nacional, em grande parte também devido ao setor de serviços fluminense, que é robusto no Rio de Janeiro.

Renda do Trabalho <i>per capita</i> - média mensal (R\$)	Brasil		Rio de Janeiro	
	Atividades Relacionadas	Apoio	Atividades Relacionadas	Apoio
<b>Indústria da Transformação</b>	768,10	900,70	762,23	760,57
<b>Construção Civil</b>	801,11	857,47	762,79	1081,02
<b>Comércio</b>	649,92	743,04	634,49	738,50
<b>Serviços</b>	1217,02	904,60	1215,81	1001,74
<b>Média Ponderada Final</b>	<b>757,00</b>	<b>842,68</b>	<b>777,78</b>	<b>950,88</b>

Fonte: RAIS 2006

Elaboração: FIRJAN

## Número de Estabelecimentos na Cadeia da Indústria Criativa

Em linha com a experiência internacional, a evidência brasileira aponta para a predominância de micro empresas no núcleo da cadeia criativa, empregando em média 12,2 trabalhadores por estabelecimento. Neste sentido, do total de 52,3 mil empresas que atuavam no núcleo da cadeia criativa nacional em 2006, 87,6% empregavam menos de 20 pessoas. Acompanhando o quadro nacional, observou-se a média de 14,7



empregados por empresa fluminense pertencente ao núcleo, com 85,5% das firmas do estado empregando menos de 20 trabalhadores.

Considerando as atividades relacionadas e as de apoio, tanto no país quanto no Rio de Janeiro, o perfil é de empresas com menor número de empregados, girando em torno de 8 colaboradores, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

	Brasil			Rio de Janeiro		
	Núcleo	Atividades Relacionadas	Apoio	Núcleo	Atividades Relacionadas	Apoio
Número médio de empregados	12,19	8,29	7,92	14,73	8,47	8,17
Número total de empresas	52.331	351.849	516.664	5.590	29.221	55.143
Parcela de empresas com menos de 20 empregados (micro)	87,6%	92,0%	93,4%	85,5%	91,5%	94,0%
Parcela de empresas com 20 a 99 empregados (pequena)	10,6%	6,9%	5,6%	11,9%	7,6%	5,2%
Parcela de empresas com 100 a 499 empregados (média)	1,7%	0,9%	0,8%	2,3%	0,8%	0,7%
Parcela de empresas com mais de 499 empregados (grande)	0,2%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%

Fonte: RAIS 2006  
Elaboração: FIRJAN

## Cadeia Criativa por Setores Líderes de Atividade

Outra forma de visualizar a cadeia da indústria criativa é a sua agregação por setores líderes de atividade. O quadro abaixo resume os dados econômicos relativos a toda cadeia criativa, separada por setores líderes, englobando o núcleo, as atividades relacionadas e as de apoio correspondentes. Percebe-se assim que Arquitetura, Moda e Design representam a maior parcela da indústria criativa nacional – juntas respondem por 82,8% do mercado de trabalho criativo, 82,5% dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial.

Setores Criativos - Brasil	Número de Trabalhadores (em mil)	Número de Estabelecimentos (em mil)	Renda do Trabalho (R\$ milhões)	Renda por Trabalhador (R\$)	Trabalhadores por Estabelecimento
Arquitetura	3.305,4	386,5	2.642,3	799	8,6
Moda	2.320,9	302,6	1.513,8	652	7,7
Design	704,0	70,8	812,1	1.154	9,9
Software	431,9	48,5	695,3	1.610	8,9
Mercado Editorial	371,3	52,5	408,8	1.101	7,1
Televisão	127,6	9,3	210,0	1.646	13,7
Filme e Vídeo	120,4	20,4	107,8	895	5,9
Artes Visuais	82,3	2,9	132,2	1.606	28,3
Música	74,5	9,3	71,1	954	8,0
Publicidade	54,4	6,0	83,0	1.526	9,0
Expressões Culturais	44,2	9,6	32,7	739	4,6
Artes Cênicas	11,5	2,3	11,6	1.013	5,0
<b>Cadeia da Indústria Criativa</b>	<b>7.648,4</b>	<b>920,8</b>	<b>6.720,8</b>	<b>879</b>	<b>8,3</b>
- parcela sobre o total da economia nacional	<b>21,8%</b>	<b>32,5%</b>	<b>16,3%</b>	<b>75,1%</b>	<b>66,9%</b>
<b>Total da Economia Nacional</b>	<b>35.155</b>	<b>2.834</b>	<b>41.117</b>	<b>1.170</b>	<b>12,4</b>

Fonte: RAIS 2006  
Elaboração: FIRJAN



Os dados relativos à cadeia criativa fluminense mantêm o padrão nacional ao indicar Arquitetura, Moda e Design como os setores com maior número de estabelecimentos e postos de trabalho. Sobressai-se, contudo, o setor de Televisão no que diz respeito à renda do trabalho *per capita* fluminense, por conta da presença de grandes emissoras e produtoras no estado, transformando, principalmente, a capital do Estado do Rio de Janeiro em um importante pólo nacional. Outros setores de destaque são Artes Visuais e Software, que completam a lista de categorias com maior renda *per capita*, indicando a força das atividades tanto de cultura quanto de tecnologia no Rio de Janeiro.

Setores Criativos - Rio de Janeiro	Número de Trabalhadores (em mil)	Número de Estabelecimentos (em mil)	Renda do Trabalho (R\$ milhões)	Renda por Trabalhador (R\$)	Trabalhadores por Estabelecimento
Arquitetura	399,7	45,8	361,7	905	8,7
Moda	193,5	25,0	115,5	597	7,7
Design	50,5	5,0	87,4	1.731	10,1
Software	42,6	4,2	81,9	1.921	10,1
Mercado Editorial	40,0	4,6	48,3	1.208	8,7
Televisão	17,1	0,6	54,2	3.172	26,7
Filme e Vídeo	10,2	1,7	9,0	880	6,1
Artes Visuais	8,7	0,3	21,5	2.461	32,6
Música	5,9	0,7	8,7	1.479	8,6
Publicidade	4,8	0,9	3,9	798	5,4
Expressões Culturais	4,5	0,7	5,4	1.206	6,9
Artes Cênicas	2,7	0,5	3,2	1.169	5,4
<b>Cadeia da Indústria Criativa</b>	<b>780,4</b>	<b>90,0</b>	<b>800,6</b>	<b>1.026</b>	<b>8,7</b>
- parcela sobre o total da economia fluminense	<b>23,1%</b>	<b>39,6%</b>	<b>17,8%</b>	<b>77,1%</b>	<b>58,4%</b>
<b>Total da Economia Fluminense</b>	<b>3.374</b>	<b>227</b>	<b>4.487</b>	<b>1.330</b>	<b>14,8</b>

Fonte: RAIS 2006  
Elaboração: FIRJAN

## Participação da Cadeia da Indústria Criativa no PIB

Na ausência de estatísticas oficiais, buscou-se uma metodologia para estimar a participação do setor criativo no PIB. Partiu-se da hipótese de que a razão entre os rendimentos da força de trabalho e o produto interno bruto do segmento seja similar ao da economia como um todo. Essa hipótese, justificada pela baixa variância da participação da renda do trabalho na renda total entre diferentes setores da economia, é utilizada com frequência em estudos empíricos<sup>16</sup> com baixa margem de erros nas estimativas finais<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Entre outros, "Baseline study on Hong Kong creative industries" (Central Policy Unit, Hong Kong, 2003) e "Creative Industry in Helsinki and Amsterdam: a comparison" (Dienst Onderzoek en Statistiek, Amsterdam, 2007).

<sup>17</sup> Testes econométricos apontam para um intervalo de confiança inferior a 10%, portanto, sem afetar significativamente a dimensão dos dados apresentados.



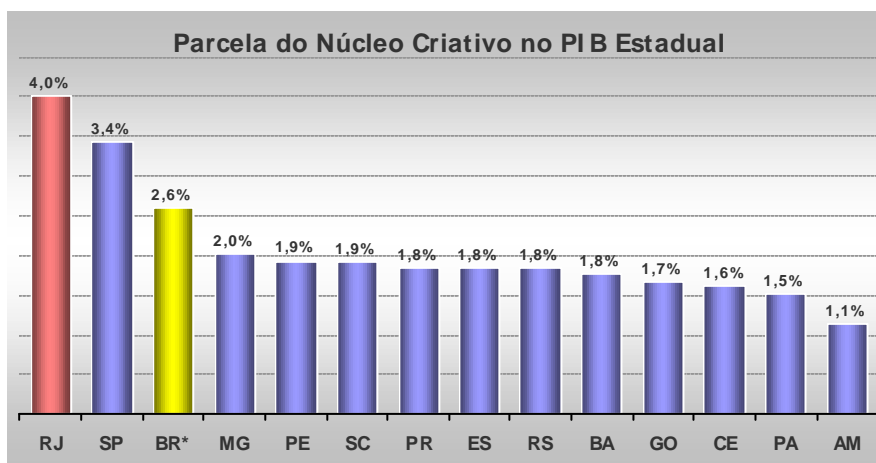
Outra observação relevante sobre as estimativas apresentadas abaixo concerne ao fato de que não foi considerada a parcela informal da cadeia criativa, uma vez que não há dados oficiais disponíveis. Por suas características, este é um segmento que destaca-se pela informalidade. Desta forma, as estimativas apresentadas devem ser lidas mais como um piso do que propriamente um teto da participação da cadeia da indústria criativa no produto interno bruto, pois a não inclusão da economia criativa subterrânea (ou informal) deve levar a uma ligeira subestimação do seu valor real.

As estimativas, assim, apontam para uma participação de toda a cadeia criativa no PIB brasileiro em 2006 de cerca de 16,4%, o equivalente a R\$ 381,3 bilhões, impulsionados principalmente pelos segmentos de arquitetura e moda. Conforme o quadro ao lado, o núcleo respondeu por 2,59% do PIB, ao passo que as atividades relacionadas e de apoio registraram participação de 5,4% e 8,4%, respectivamente.

PIB da Indústria Criativa (R\$ bilhões)	Brasil	Rio de Janeiro
<b>Núcleo</b>	<b>60,3</b>	<b>12,2</b>
- Parcela sobre o PIB	2,59%	4,00%
<b>Atividades Relacionadas</b>	<b>125,3</b>	<b>13,1</b>
- Parcela sobre o PIB	5,37%	4,29%
<b>Apoio</b>	<b>195,7</b>	<b>29,2</b>
- Parcela sobre o PIB	8,39%	9,55%
<b>Total da Cadeia Criativa</b>	<b>381,3</b>	<b>54,6</b>
- Parcela sobre o PIB	16,35%	17,84%

Fonte: RAIS 2006, IBGE  
Elaboração: FIRJAN

No caso do Rio de Janeiro, fica ainda mais clara a importância da cadeia criativa na produção interna bruta estadual. Em especial, ressalta-se a participação do núcleo fluminense, que corresponde a 4,0% do PIB do Rio de Janeiro. Este é o maior percentual encontrado entre o grupo de estados pesquisados, conforme visualizado no gráfico a seguir.



\*média ponderada de todos os estados  
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego  
Elaboração: FIRJAN



As estimativas apontam para uma participação de 17,8% da cadeia da indústria criativa no PIB do Rio de Janeiro em 2006<sup>18</sup> – ou, aproximadamente, R\$ 54,6 bilhões.

### Formação Acadêmica da Indústria Criativa

As oportunidades de emprego na indústria criativa vêm incentivando milhares de pessoas a optarem por carreiras relacionadas à área. Em 2006, do total de 737 mil formandos em todo o Brasil, cerca de 90 mil (12,2%) estavam inscritos em um dos 118 cursos relacionados ao núcleo da indústria criativa. No Estado do Rio de Janeiro, a proporção foi ainda maior: 13,3% dos 74 mil formandos optaram por carreiras criativas.

O curso de Comunicação Social, com 27.591 formandos, foi o líder nacional, seguido por Sistemas de Informação (11.064) e Ciência da Computação (8.288). Arquitetura e Urbanismo, com 6.374 concluintes, foi o quarto maior formador de profissionais, a despeito de ser o maior empregador da cadeia criativa. No Estado do Rio, o quadro foi semelhante: Comunicação Social, com 2.980 formandos (4,0% do total das carreiras criativas), destacou-se como setor líder, seguido por Sistemas de Informação e Tecnologia em Informática. Arquitetura e Moda, com menos de 1% do total de formandos do estado nessas carreiras, alcançaram a quinta e a décima posição nesse ranking, respectivamente.

De forma a capturar os setores líderes<sup>19</sup> mais procurados no ensino superior, os formandos de cursos ligados à indústria criativa foram realocados conforme detalhado na tabela ao lado. O segmento com maior representatividade nacional no número de formandos ficou com a área de Software (total de 32.894 formandos em 2006), seguida por Publicidade (20.126

Formandos em Curso Superior de Carreiras Criativas - 2006	Brasil	Rio de Janeiro
Software	32.894	3.277
Publicidade	20.126	2.066
Mercado Editorial	7.835	822
Televisão	7.067	745
Arquitetura	6.526	525
Design	5.602	895
Artes Visuais	4.819	654
Moda	2.523	320
Música	1.302	166
Artes Cênicas	781	147
Filme e Vídeo	495	167
<b>Total</b>	<b>89.970</b>	<b>9.784</b>

Fonte: Ministério da Educação  
Elaboração: FIRJAN

<sup>18</sup> Em demais unidades da federação: Santa Catarina (21,4%), Minas Gerais (21,3%), São Paulo (19,1%), Amazonas (17,0%), Ceará (17,0%), Espírito Santo (16,9%), Rio Grande do Sul (16,7%), Paraná (15,4%), Pernambuco (14,9%), Bahia (14,6%), Goiás (13,2%) e Pará (11,4%).

<sup>19</sup> No caso de cursos ligados a mais de um setor líder, dividiu-se equitativamente o número de formandos.



formandos) e Mercado Editorial (7.835 formandos).

O Rio de Janeiro correspondeu a uma parcela maior de formandos em cursos superiores ligados ao núcleo da indústria criativa, com um total de 9.784 concluintes em 2006. Acompanhando o padrão nacional, o setor de Software liderou com 3.277 formandos, seguido por Publicidade (2.066 formandos). Em especial, o setor de Design sobressaiu-se em terceiro lugar, com 895 concluintes.

Em nível nacional, as universidades foram o principal espaço de formação de profissionais da indústria criativa (46.437 formandos, ou 51,6% do total), diante de 17,8% dos centros universitários e 18,0% de faculdades integradas<sup>20</sup>, com distribuição semelhante à observada na amostra de formandos de outras áreas de conhecimento. As universidades privadas, com 32.284 formandos, foram as principais responsáveis por esta formação, diante de 14.153 formandos em universidades públicas. Esses resultados apontam para o potencial de crescimento das escolas técnicas na formação de profissionais ligados à indústria criativa<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Os demais 12,6% de centros de formação superior correspondem a centros de educação tecnológica, escolas e institutos.

<sup>21</sup> O Apêndice C traz informações acerca da contribuição do Senai-RJ na formação de profissionais da indústria criativa.





## Conclusão

Ainda que incipiente, o tema da Indústria Criativa vem ganhando força a partir do reconhecimento da geração de alto valor agregado de toda sua cadeia produtiva. O presente estudo, conforme as principais linhas de pesquisas internacionais, definiu a Indústria Criativa como sendo o grupo de setores líderes, cujo núcleo abrange determinadas atividades que têm por base a criatividade e conteúdo intelectual, artístico e cultural. Em seguida, identificaram-se os demais componentes da cadeia produtiva como um todo, o que permitiu dimensionar de forma adequada sua importância na economia.

Este estudo pioneiro no Brasil, realizado a partir de dados primários do Ministério do Trabalho e Emprego e do IBGE, confirmou a relevância da cadeia criativa na geração de postos formais de trabalho, respondendo por 21,8% do total nacional em 2006, bem como de produção de renda agregada, com 16,3% do PIB nacional. Em especial, a indústria da transformação contribuiu de forma significativa através do fornecimento de insumos e bens finais. Do total aproximado de 3 milhões de postos formais de trabalho em 2006 para suprir as demandas geradas pelo núcleo criativo, quase 2 milhões foram empregados pela indústria de transformação.

O Estado do Rio de Janeiro vem aproveitando a expansão da indústria criativa, com participação significativa em todas as etapas da cadeia, valendo-se de uma vocação natural, sem falar de seu capital humano e do parque industrial desenvolvido. Prova desta potencialidade está no fato do Rio de Janeiro apresentar a maior parcela de núcleo criativo no PIB estadual entre os demais estados da federação, cuja renda gerada superou os 12 bilhões em 2006.

Lançar luz de forma pioneira sobre o tema da cadeia da indústria criativa, reconhecendo um novo paradigma de crescimento econômico, foi o objetivo do presente estudo do Sistema Firjan. O estudo configura-se como uma das ações para o Sistema Firjan exercer o papel de articulador entre os diversos elos da cadeia produtiva, reconhecendo a importância estratégica do segmento para potencializar a geração de emprego e renda.



## APÊNDICE A – Classificação Nacional das Atividades Econômicas da Cadeia Criativa<sup>22</sup>

Núcleo da Indústria Criativa	
Classe	Descrição
32205	Fabricação de instrumentos musicais
42120	Construção de obras de arte especiais
58115	Edição de livros
58123	Edição de jornais
58131	Edição de revistas
58191	Edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
58212	Edição integrada à impressão de livros
58221	Edição integrada à impressão de jornais
58239	Edição integrada à impressão de revistas
58298	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59138	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
59146	Atividades de exibição cinematográfica
59201	Atividades de gravação de som e de edição de música
60101	Atividades de rádio
60217	Atividades de televisão aberta
60225	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
62015	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
62023	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
62031	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
62040	Consultoria em tecnologia da informação
62091	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
63119	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
71111	Serviços de arquitetura
71197	Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia
73114	Agências de publicidade
73122	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
73190	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente
73203	Pesquisas de mercado e de opinião pública
74102	Design e decoração de interiores
74200	Atividades fotográficas e similares
81303	Atividades paisagísticas
85929	Ensino de arte e cultura
90019	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
90027	Criação artística
90035	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
91015	Atividades de bibliotecas e arquivos
91023	Ativ. de museus e exploração, restauração artística e conserv. de lugares e prédios hist. e atrações similares
93212	Parques de diversão e parques temáticos
94936	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte

<sup>22</sup> Segundo a CNAE 2.0.



### Atividades Relacionadas da Indústria Criativa

Classe	Descrição
13308	Fabricação de tecidos de malha
13405	Acabamentos em fios, tecidos e artefatos têxteis
13511	Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico
13529	Fabricação de artefatos de tapeçaria
13537	Fabricação de artefatos de cordoaria
13545	Fabricação de tecidos especiais, inclusive artefatos
13596	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente
14118	Confeção de roupas íntimas
14126	Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
14134	Confeção de roupas profissionais
14142	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção
14215	Fabricação de meias
14223	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias
15106	Curtimento e outras preparações de couro
15211	Fabricação de artigos para viagem, bolsas e semelhantes de qualquer material
15297	Fabricação de artefatos de couro não especificados anteriormente
15319	Fabricação de calçados de couro
15327	Fabricação de tênis de qualquer material
15335	Fabricação de calçados de material sintético
15394	Fabricação de calçados de materiais não especificados anteriormente
15408	Fabricação de partes para calçados, de qualquer material
16234	Fabricação de artefatos de tanoaria e de embalagens de madeira
17311	Fabricação de embalagens de papel
17320	Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão
18113	Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas
18121	Impressão de material de segurança
18130	Impressão de materiais para outros usos
18211	Serviços de pré-impressão
18229	Serviços de acabamentos gráficos
18300	Reprodução de materiais gravados em qualquer suporte
20631	Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
22226	Fabricação de embalagens de material plástico
23125	Fabricação de embalagens de vidro
24423	Metalurgia dos metais preciosos
25918	Fabricação de embalagens metálicas
26213	Fabricação de equipamentos de informática
26221	Fabricação de periféricos para equipamentos de informática
26311	Fabricação de equipamentos transmissores de comunicação
26329	Fabricação de aparelhos telefônicos e de outros equipamentos de comunicação
26400	Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo
26523	Fabricação de cronômetros e relógios
26701	Fabricação de equipamentos e instrumentos ópticos, fotográficos e cinematográficos
26809	Fabricação de mídias virgens, magnéticas e ópticas
30920	Fabricação de bicicletas e triciclos não-motorizados
31012	Fabricação de móveis com predominância de madeira
31021	Fabricação de móveis com predominância de metal
31039	Fabricação de móveis de outros materiais, exceto madeira e metal



### Atividades Relacionadas da Indústria Criativa

Classe	Descrição
32116	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
32124	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
42138	Obras de urbanização - ruas, praças e calçadas
43304	Obras de acabamento
46427	Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios
46435	Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem
46460	Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
46478	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações
47563	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
47610	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
47725	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
47741	Comércio varejista de artigos de óptica
47814	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
47822	Comércio varejista de calçados e artigos de viagem
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
61426	Operadoras de televisão por assinatura por microondas
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
71120	Serviços de engenharia
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
96025	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza



### Atividades de Apoio da Indústria Criativa

Classe	Descrição
13111	Preparação e fiação de fibras de algodão
13120	Preparação e fiação de fibras têxteis naturais, exceto algodão
13138	Fiação de fibras artificiais e sintéticas
13146	Fabricação de linhas para costurar e bordar
13219	Tecelagem de fios de algodão
13227	Tecelagem de fios de fibras têxteis naturais, exceto algodão
13235	Tecelagem de fios de fibras artificiais e sintéticas
17311	Fabricação de embalagens de papel
17320	Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão
23206	Fabricação de cimento
23303	Fabricação de artefatos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes
23419	Fabricação de produtos cerâmicos refratários
23427	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários para uso estrutural na construção
23494	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente
23915	Aparelhamento e outros trabalhos em pedras
23923	Fabricação de cal e gesso
26108	Fabricação de componentes eletrônicos
28631	Fabricação de máquinas e equipamentos para a indústria têxtil
28640	Fabricação de máquinas e equipamentos para as indústrias do vestuário, do couro e de calçados
33121	Manutenção e reparação de equipamentos eletrônicos e ópticos
41107	Incorporação de empreendimentos imobiliários
41204	Construção de edifícios
42219	Obras para geração e distribuição de energia elétrica e para telecomunicações
42227	Construção de redes de abastecimento de água, coleta de esgoto e construções correlatas
42235	Construção de redes de transportes por dutos, exceto para água e esgoto
42910	Obras portuárias, marítimas e fluviais
42928	Montagem de instalações industriais e de estruturas metálicas
42995	Obras de engenharia civil não especificadas anteriormente
43118	Demolição e preparação de canteiros de obras
43126	Perfurações e sondagens
43134	Obras de terraplenagem
43193	Serviços de preparação do terreno não especificados anteriormente
43215	Instalações elétricas
43223	Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração
43291	Obras de instalações em construções não especificadas anteriormente
43916	Obras de fundações
43991	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente
46133	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
46150	Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico
46168	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem
46419	Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho
46516	Comércio atacadista de computadores, periféricos e suprimentos de informática
46524	Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação
46621	Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças
46711	Comércio atacadista de madeira e produtos derivados
46729	Comércio atacadista de ferragens e ferramentas
46737	Comércio atacadista de material elétrico



### Atividades Relacionadas da Indústria Criativa

Classe	Descrição
32116	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
32124	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
42138	Obras de urbanização - ruas, praças e calçadas
43304	Obras de acabamento
46427	Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios
46435	Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem
46460	Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
46478	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações
47563	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
47610	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
47725	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
47741	Comércio varejista de artigos de óptica
47814	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
47822	Comércio varejista de calçados e artigos de viagem
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
61426	Operadoras de televisão por assinatura por microondas
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
71120	Serviços de engenharia
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
96025	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza



## APÊNDICE B – Economia da Cultura

A economia da cultura representa uma parte fundamental da indústria criativa, utilizando-se de diversos setores da cadeia criativa. Em 2004, o Ministério da Cultura assinou um acordo de cooperação com o IBGE para compilação de dados sobre o setor em todo o país intitulado Sistema de Informações e Indicadores Culturais. O relatório mais recente, fonte deste trabalho, foi lançado no final de 2007. Para definição das atividades econômicas que seriam incluídas na pesquisa<sup>23</sup>, o IBGE utilizou a seguinte definição de economia da cultura:

“Consideram-se como atividades econômicas diretamente relacionadas à cultura as atividades características que são típicas da cultura, tradicionalmente ligadas às artes. Foram incluídas as atividades de edição de livros, rádio, televisão, teatro, música, bibliotecas, arquivos, museus e patrimônio histórico<sup>24</sup>.”

As principais fontes de informação sobre as atividades características de cultura do Sistema Estatístico Nacional do IBGE, que serviram de base para a construção dos indicadores apresentados a seguir, foram: as Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – CEMPRE, a Pesquisa Industrial Anual - Empresa – PIA-Empresa, a Pesquisa Anual de Comércio – PAC, a Pesquisa Anual de Serviços – PAS, a Pesquisa Anual de Serviços - Suplemento de Produtos e Serviços, as Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas - APU (todas referentes aos anos 2003, 2004 e 2005), a Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF 1987-1988, 1995-1996 e 2002-2003, e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 2004, 2005 e 2006. A pesquisa envolve tanto uma avaliação do lado da oferta (produção das firmas), quanto do lado da demanda (fonte de renda das famílias).

Os números são expressivos. Em 2005, as 320 mil empresas do setor geraram 1,6 milhão de empregos formais e representaram 5,7% das empresas do país. Ficou claro que a cultura é o setor que melhor remunera seus trabalhadores, com média salarial 47%

---

<sup>23</sup> A partir da *Classificação Nacional de Atividades Econômicas, versão 1.0.*

<sup>24</sup> Essa definição inclui diversas atividades de apoio, sendo muito mais ampla do que as áreas núcleo da economia criativa neste trabalho.





superior à nacional. Sua participação no valor adicionado (tamanho da economia “formal”, exclusive agricultura) atingiu 11,1%. Havia 4,2 milhões de trabalhadores formais na área cultural, com rendimento médio mensal de R\$ 846.

No que se refere ao número de firmas no setor cultural (empresas, órgãos de administração pública e entidades sem fins lucrativos), foram criadas 52.321 entre 2003 e 2005, atingindo um total de 321.395 firmas. Havia 1,5 milhões de trabalhadores em 2005, 200 mil a mais do que dois anos antes, estando 85% empregados em empresas com até quatro pessoas ocupadas. Vale destacar que, no universo de firmas ligadas à cultura, as firmas de serviços culturais alcançaram participação de quase 70% em 2005, contra 61% dois anos antes, enquanto empresas culturais em indústria e cultura tiveram perda de participação. No tocante especificamente à indústria de transformação, comércio e serviços, 5,3% do pessoal ocupado estão na economia da cultura.

Os gastos públicos em cultura atingiram R\$ 3,1 bilhões em 2005 (em valores correntes), quase 30% acima do registrado dois anos antes. A maior parte dessa verba (47,2%) veio das prefeituras, enquanto o Governo Federal e o conjunto de estados contribuíram com 16,7% e 36,0%, respectivamente. O Estado do Rio de Janeiro apresentou avanço de 10,1% nos gastos públicos em cultura entre 2003 e 2005.

Segundo dados da PNAD<sup>25</sup>, em 2006 havia 4,2 milhões de trabalhadores na área cultural (4,7% do total), grupo que apresentou crescimento superior à média da economia – 5,4% contra 2,4% em relação a 2005. A área cultural apresenta maior proporção de trabalhadores por conta própria: um terço do total, contra apenas 20% para a economia como um todo.

A região Sudeste obteve a maior participação nessas atividades (5,7%), enquanto no Norte essa taxa alcançou apenas 3,2%. São Paulo e Rio de Janeiro são as unidades da Federação com maior proporção - aproximadamente 6%. O número de ocupados na economia cultural fluminense avançou um ponto percentual entre 2004 e 2006, recorde entre os estados.

---

<sup>25</sup> Pesquisa amostral, sendo a única com dados referentes a 2006.





## APÊNDICE C – Formação Técnica do SENAI-RJ - Núcleo da Indústria Criativa

No que se refere à formação profissional nos níveis técnico e operacional em programas correlatos à indústria criativa, o SENAI/RJ vem realizando esse atendimento em duas vertentes: na formação inicial e de nível técnico e no aperfeiçoamento e especialização de profissionais.

Na primeira vertente, destacam-se os cursos nos segmentos de tecnologia da informação (como o Curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas e aqueles voltados para a formação de profissionais para atuarem no ambiente WEB – webmaster, administradores de portais web, etc), artes gráficas (Curso Técnico em Design Gráfico), madeira e mobiliário (Curso Técnico de Design de Móveis) e moda (Curso Técnico de Estilismo e Coordenação de Moda). No tocante ao atendimento na especialização e aperfeiçoamento de profissionais diretamente relacionados a esse tema, destacam-se os atendimentos realizados no âmbito dos segmentos de confecção têxtil, ourivesaria, madeira e mobiliário, mecânica, construção civil, tecnologia da informação e artes gráficas.

Em 2007, do total de 106 mil formandos do SENAI/RJ, 3.211 concluintes pertenciam a cursos correlatos às atividades industriais onde a criatividade e a cultura estão inseridas no processo produtivo. Os programas relacionados a desenvolvimento e aplicações de software corresponderam a 27,3% destes atendimentos.

No que concerne às questões de ordem qualitativa inseridas no atendimento a esse segmento, cabe destacar que os egressos do curso técnico de design gráfico do SENAI/RJ têm obtido destaque nas competições internacionais. Mais recentemente, o Brasil foi representado por um aluno do SENAI-RJ, no 39º torneio internacional de formação profissional (Japão, 2007), tendo obtido o 4º lugar nessa competição que reuniu competidores de 22 países.

Formandos SENAI -RJ em 2007		
MECÂNICA	438	14%
MODA	300	9%
SOFTWARE	877	27%
OURIVESARIA	356	11%
GRÁFICA	1.240	39%
<b>Total</b>	<b>3.211</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sistema Firjan