



**OBSERVATÓRIO**  
das Micro e Pequenas Empresas  
no Estado do Rio de Janeiro

# **ECONOMIA CRIATIVA DO RIO DE JANEIRO E AS MPE**

---

**BOLETIM QUADRIMESTRAL | NOVEMBRO 2012**



**SEBRAE/RJ Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio do Janeiro**

Rua Santa Luzia, 685 – 6º, 7º e 9º andares – Centro  
Rio de Janeiro – RJ – CEP: 20030-041

***Presidente do Conselho Deliberativo Estadual***

Jésus Mendes Costa

***Diretor Superintendente***

Cezar Vasquez

***Diretor de Desenvolvimento***

Evandro Peçanha Alves

***Diretor de Produtos e Atendimento***

Armando Clemente

***Gerente da Área de Estratégias e Diretrizes***

Cezar Kirszenblatt

***Coordenadora da Equipe de Estudos e Pesquisas***

Norma Suely Cerqueira Mesquita

***Equipe Técnica Responsável pela Pesquisa***

Débora Ferreira Finamore

Patrícia Reis Pereira

Roberta Mendes

Igor Thiers Leve

Raphael Silva de Figueiredo

---

**Instituição parceira no Observatório das Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio de Janeiro:  
Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade - IETS**

***Equipe do Observatório:***

Adriana Fontes

Valéria Pero

Jully Ponte

Raphael Veríssimo

***Projeto Gráfico e Diagramação:***

Maria Clara Thedim | [www.mathedim.com.br](http://www.mathedim.com.br)

# SUMÁRIO

---

|   |    |
|---|----|
| Apresentação  | 04 |
| Opinião de Especialistas  | 07 |
| <i>ECONOMIA CRIATIVA – Heliana Marinho</i>  | 07 |
| <i>ECONOMIA CRIATIVA: RISCOS, OPORTUNIDADES<br/>E DESAFIOS – Roberto Nascimento</i> | 16 |
| Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE  | 23 |
| Estabelecimentos e Empregos Formais na<br>Economia Criativa do Rio De Janeiro       | 33 |
| Diferenças entre Setores d Regiões<br>do Estado do Rio de Janeiro                   | 43 |
| Evolução da MPE na Economia Criativa<br>no Estado do Rio de Janeiro em Síntese      | 55 |
| Bibliografia  | 60 |
| Anexos  | 63 |

---

# APRESENTAÇÃO

---

Há uma série de conceitos e grande dificuldade de mensuração, mas independente dos critérios, é certo o consenso de que a Economia Criativa é uma das vocações do Rio de Janeiro.

No novo paradigma econômico mundial, o conhecimento, a cultura e a criatividade são fundamentais para a competitividade dos negócios e dos territórios. O simbólico é que define crescentemente o valor. A tendência é de deslocamento da agregação de valor da produção física para o intangível e, nesse processo, a criatividade envolvida é central.

Apesar da relevância, o tema não tem sido explorado com a intensidade que deveria, o que, de certa forma, inibe o desenvolvimento, sobretudo de micro e pequenas empresas. Esta publicação, portanto, tem como objetivo contribuir para o entendimento sobre o tema no Estado do Rio de Janeiro com ênfase nos micro e pequenos negócios, bem como auxiliar na formulação de estratégias na área.

---

Os desafios são muitos e podem ser sintetizados em três eixos principais: i) levantamento de informações e dados que representem a Economia Criativa na sua complexidade; ii) orientação e articulação de políticas públicas que incentivem e fortaleçam os empreendimentos criativos; iii) criação de um marco regulatório apropriado para as atividades da Economia Criativa.

Este tema representa uma agenda ampla, mas que merece ser enfrentada em prol de um desenvolvimento com olhar para o futuro.



# OPINIÃO DE ESPECIALISTAS

---

## ECONOMIA CRIATIVA

---

***Heliana Marinho***<sup>1</sup>

A denominação Economia Criativa surgiu em 2001, no Reino Unido, como um termo síntese para diversos movimentos mundiais que relacionavam criatividade e economia. Este fenômeno teve origem na Austrália, no início da década de 1990, e aposta num modelo de desenvolvimento que tem como principais insumos, o conhecimento, o talento individual, a cultura e a tecnologia. De modo geral, a interação entre a tradição e a inovação estimula o surgimento de novos modelos de negócios e gera o desenvolvimento de serviços e produtos diferenciados, de alto valor agregado, cujo sentido econômico pode ser medido pelo aumento da arrecadação dos direitos de propriedade intelectual e autoral.

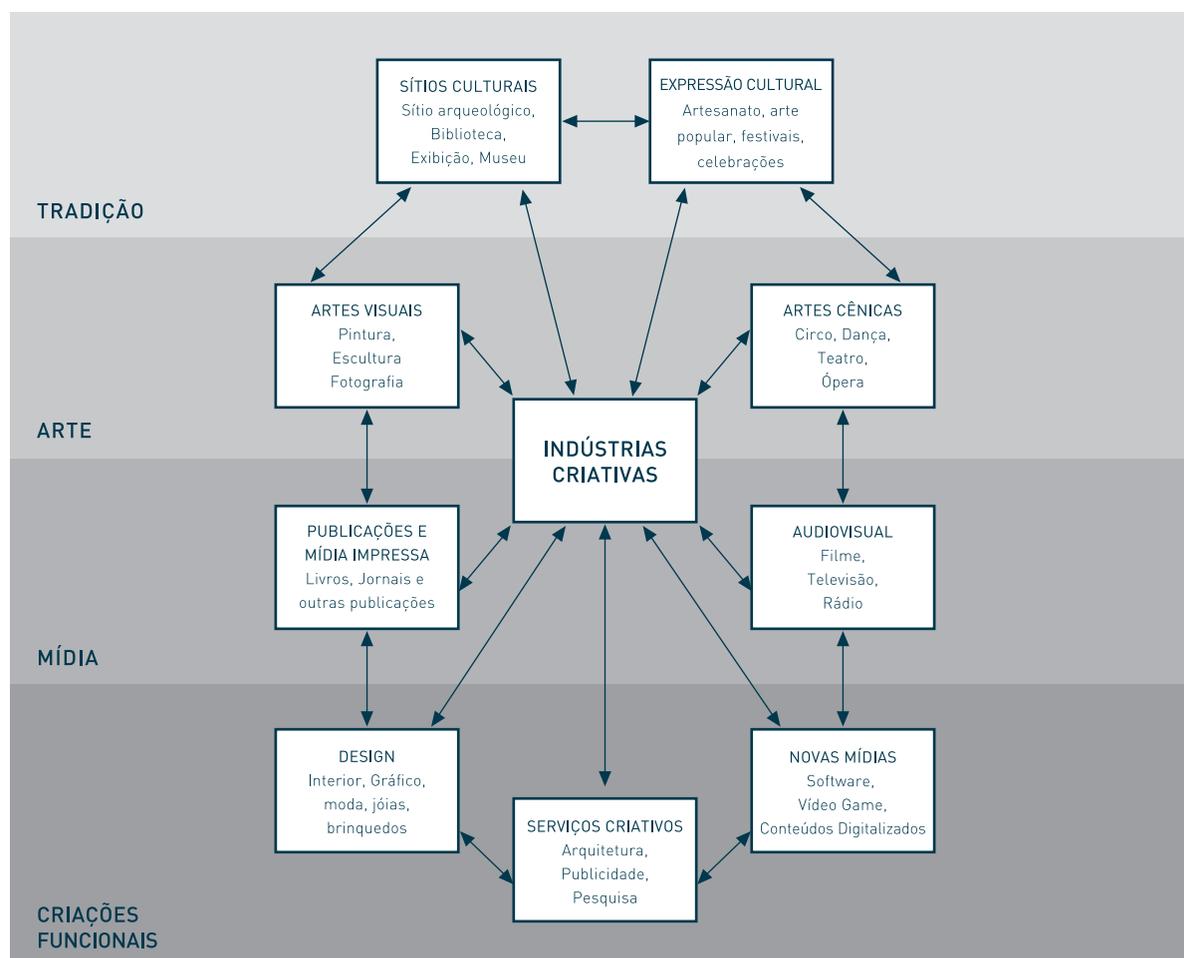
---

<sup>1</sup>. Gerente de Desenvolvimento da Economia Criativa do SEBRAE/RJ. Participaram da pesquisa os analistas do SEBRAE/RJ: Mario Sergio Natal Ferreira e Deise Vilela Barroso

Como trajetória conceitual, a Economia Criativa deriva de temas relacionados à: (1) indústrias criativas – convergência entre indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes; (2) economia da cultura – tentativa de monetização de produtos, bens e serviços culturais; (3) culturalização da economia – quando a cultura agrega valor a outro setor econômico, contribuindo para sua qualificação a exemplo do turismo cultural.

De modo geral, a Economia Criativa contribui para a reorganização de setores de produção de bens e de prestação de serviços. Como um novo campo de conhecimento, ainda carece de precisão conceitual e de ferramentas apropriadas de análise. A figura 1 apresenta os setores que participam da Economia Criativa, de acordo com a UNCTAD – órgão das Nações Unidas.

**FIGURA 1 | SETORES DA ECONOMIA CRIATIVA - UNCTAD**



Além de contribuir fortemente para a produção de bens específicos, a grande novidade da Economia Criativa está na capacidade de potencializar o setor de serviços. Na sistematização apresentada pela UNCTAD, os setores produtivos estão agrupados em 4 (quatro) blocos: tradição, arte, mídia e criações funcionais. Cada bloco é constituído de setores que, organizados segundo uma lógica vocacional, propiciam o surgimento de serviços inovadores e diferenciados.

O grupo setorial, que reúne as expressões culturais e os espaços ou sítios culturais, estimula o desenvolvimento de serviços qualificados de atendimento ao público, desenvolvimento de roteiros, catálogos e mapas de visitação; planejamento de programação, pesquisa, documentação, restauração, aquisição e manutenção de acervos; gestão de livrarias, museus e centros culturais; manutenção do patrimônio material e imaterial; políticas para parques arqueológicos, zoológicos e jardins botânicos, entre outros. A cultura popular também é, potencialmente, grande fornecedora de conteúdos para os demais setores.

O conjunto de setores vinculados à arte, como as artes visuais, cênicas e performáticas, além da música, estimulam serviços especializados em filmagem, gravações, fotografia e reproduções; criação de sites, marcas, portais; serviços de restauração, pintura, escultura; gestão de espetáculos e direção de arte; criação de cenografia, figurinos, acessórios e adereços; logística especializada; atendimento ao público; marketing cultural; serviços de iluminação, som, imagem; e gestão de entretenimento em geral.

Segmentos vinculados às mídias, como publicidade, mídia impressa, novas mídias e audiovisual, estimulam serviços de publicação, reprodução e impressão; gestão de agências de jornais, periódicos e empresas de publicidade; produção, gravação, finalização e pós-produção de filmes, vídeos e games; sistemas de distribuição e exibição de audiovisual; geração de conteúdos de audiovisual; criação e distribuição de programas de televisão e rádio; gestão de produtoras; radiodifusão; serviços de roteirização; serviços de projeção, serviços de negócios de mídia especializada; software, conteúdos digitalizados, etc.

Os setores de design, arquitetura, publicidade e novas mídias, entre outros, apresentam uma natureza mais funcional. Podem ser compreendidos como negócios criativos, a exemplo dos escritórios técnicos de arquitetura e engenharia e ateliers de design. Os setores funcionais também são ferramentas de transversalidade e integração intersetorial da Economia Criativa, gerando serviços de planejamento; organização e exibição de feiras profissionais; publicidade; paisagismo, design de interiores e brinquedos; design de moda, joias e acessórios; serviços de estilismo; serviços de desenho gráfico e web design, entre outros.

## Estratégias de operacionalização do conceito

Uma tentativa empírica de explicação do conceito sobre o desenvolvimento da Economia Criativa permite organizar o debate em duas linhas de abrangência, não excludentes:

1. Economia Criativa como processo generalizado de criatividade;
2. Cadeias de produção setorial da Economia Criativa.

No primeiro caso, a disputa se dá com a pedagogia, a sociologia e a antropologia, pelo estímulo e reconhecimento da existência de criatividade em todos os processos humanos. Tal característica é universal e responde pela própria trajetória da humanidade, com a superação de desafios, inclusive de sobrevivência. Esta vertente enfatiza o potencial de inovação em todos os setores e atividades de produção. O vínculo estabelecido é com a capacidade de fazer coisas diferentes, com o potencial criativo geral. Como a criatividade está presente em todos os contextos culturais e sociais, o que sobressai é o reconhecimento do imenso talento criativo humano. Objetivamente, esta abordagem privilegia a criatividade como uma matéria-prima em abundância, colocando o pensamento econômico em segundo plano.

No segundo caso, prevalece uma abordagem mais econômica e de mais fácil avaliação do potencial de desenvolvimento de negócios. Os setores, definidos em função de afinidades com o ambiente cultural e inovativo, misturam atividades tradicionais e contemporâneas, integradas por criatividade, tecnologia e conhecimento.

Em função da capacidade de dinamizar a economia e estimular o empreendedorismo, tais cadeias produtivas podem ser desenvolvidas de três formas distintas: (1) setorial vertical; (2) setorial transversal; (3) intersetorial e territorial.

A abordagem setorial vertical aposta na especialização de cada cadeia produtiva. Traz a oportunidade de atuação em setores pouco trabalhados anteriormente, como a arquitetura, a música, o audiovisual, o artesanato e as artes cênicas, por exemplo.

O que caracteriza os setores transversais é a sua funcionalidade, notadamente sua contribuição como ferramenta para estimular a inovação de setores produtivos mais tradicionais. Nessa linha, destacam-se o design e as TICs, que agregam valor a produtos industriais e permitem a sofisticação de inúmeros serviços. Contribuem, também, para a integração dos setores criativos, gerando sinergias para a melhoria contínua de produtos e serviços. Naturalmente, a transversalidade não impede o tratamento setorial que os negócios do design ou da TI podem ter.

Os intersetoriais apresentam como singularidade a necessidade de infraestrutura física e espacial para o pleno desenvolvimento das cadeias de produção. A integração de setores criativos influencia a criação de distritos criativos, polos de criatividade ou cidades criativas, provocando transformação nos territórios e aglomerações.

Cidades e territórios criativos são, antes de tudo, espaços de articulação das diversas formas de manifestações culturais e segmentos empresariais de ponta. As cidades criativas ampliam oportunidades de ofertas culturais; utilizam elementos simbólicos para a geração de produtos, serviços e negócios; e, mediante políticas públicas adequadas e infraestrutura compatível, geram soluções inovadoras para os seus problemas, atraem talentos e estimulam a criação de novos mercados para um consumo supostamente responsável.

## Criatividade Em Números

Em 2008, a UNCTAD, órgão das Nações Unidas, lançou uma vasta pesquisa sobre o comportamento econômico da Economia Criativa. Verificou que, desde 2002, enquanto o PIB dos países desenvolvidos crescia a uma taxa de 5% ao ano, a Economia Criativa crescia 8,7% ao ano. Em 2008, apesar da baixa de 12% no comércio global, o crescimento anual de exportação de bens e serviços criativos foi de 14% ao ano, passando de U\$ 267 bilhões, em 2002, para U\$ 592 bilhões, em 2008. Nesse período, enquanto a exportação de bens criativos representou 11,5% ao ano, a exportação de serviços foi 17% ao ano (UNCTAD 2008/2010), o que mostra o peso do setor de serviços na Economia Criativa.

No Brasil, o diagnóstico elaborado pela FIRJAN - Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – tornou-se a principal referência de quantificação dos segmentos criativos. Uma análise mais atenta dos dados, com foco no perfil das empresas que participam do universo da Economia Criativa, mostra que, em 2010, o percentual de estabelecimentos criativos, em relação ao total nacional, era da ordem de 34,20%, ocupando 73,23% da mão de obra alocada no Brasil, conforme mostra a Tabela 1.

No Rio de Janeiro, estimativas da FIRJAN apontam que a Economia Criativa representa 4% do PIB estadual, ocupando, em 2010, cerca 59,11% dos trabalhadores fluminenses. No estado, o número de estabelecimentos que desenvolvem atividades dos setores criativos supera a marca nacional e representa 40,29% das empresas locais.

**TABELA 1 | COMPARATIVO DO COMPORTAMENTO DOS SETORES PRODUTIVOS DA ECONOMIA CRIATIVA, BRASIL E RIO DE JANEIRO, EM 2006 E 2010**

Fonte: Firjan – Elaboração Sebrae 2012

| SETORES CRIATIVOS   | NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS<br>(EM MIL) |                |                |               | TRABALHADORES POR ESTABELECIMENTO |               |                |               |
|---|--|----------------|----------------|---------------|-----------------------------------|---------------|----------------|---------------|
|   | BRASIL                                 |                | RIO DE JANEIRO |               | BRASIL                            |               | RIO DE JANEIRO |               |
|   | 2006                                   | 2010           | 2006           | 2010          | 2006                              | 2010          | 2006           | 2010          |
| Arquitetura   | 386,5                                  | 507,8          | 45,8           | 51,3          | 8,6                               | 10,3          | 8,7            | 10,0          |
| Moda  | 302,6                                  | 382,0          | 25,0           | 30,4          | 7,7                               | 7,5           | 7,7            | 7,8           |
| Design  | 70,8                                   | 88,5           | 5,0            | 5,7           | 9,9                               | 10,2          | 10,1           | 11,5          |
| Software  | 48,5                                   | 56,3           | 4,2            | 4,8           | 8,9                               | 10,0          | 10,1           | 11,1          |
| Mercado Editorial   | 52,5                                   | 56,2           | 4,6            | 4,7           | 7,1                               | 7,4           | 8,7            | 8,6           |
| Televisão   | 9,3                                    | 1,4            | 0,6            | 0,8           | 13,7                              | 14,9          | 26,7           | 29,0          |
| Filme e Vídeo   | 20,4                                   | 24,9           | 1,7            | 1,80          | 5,9                               | 6,4           | 6,1            | 7,8           |
| Artes Visuais   | 2,9                                    | 3,0            | 0,3            | 0,3           | 28,3                              | 11,5          | 32,6           | 12,2          |
| Música  | 9,3                                    | 10,5           | 0,7            | 0,7           | 8,0                               | 8,8           | 8,6            | 8,9           |
| Publicidade   | 6                                      | 8,6            | 0,9            | 0,7           | 9,0                               | 8,7           | 5,4            | 7,5           |
| Expressões Culturais  | 9,6                                    | 11,8           | 0,7            | 1,0           | 4,6                               | 4,9           | 6,9            | 6,3           |
| Artes Cênicas   | 2,3                                    | 3,0            | 0,5            | 0,6           | 5,0                               | 4,9           | 5,4            | 5,5           |
| <b>Cadeia da Indústria Criativa</b>   | <b>920,8</b>                           | <b>1.164,0</b> | <b>90,0</b>    | <b>103,0</b>  | <b>8,3</b>                        | <b>9,1</b>    | <b>8,7</b>     | <b>9,5</b>    |
| <b>Parcela sobre o total da economia Nacional e Fluminense, respectivamente</b> | <b>32,50%</b>                          | <b>34,20%</b>  | <b>39,60%</b>  | <b>40,29%</b> | <b>66,90%</b>                     | <b>73,23%</b> | <b>58,40%</b>  | <b>59,11%</b> |
| <b>Total da economia Nacional e Fluminense, respectivamente</b>                 | <b>2.834</b>                           | <b>3.403</b>   | <b>227</b>     | <b>255,61</b> | <b>12,4</b>                       | <b>12,4</b>   | <b>14,8</b>    | <b>16</b>     |

## Estrutura organizacional: predominância das MPE

De acordo com a UNCTAD, a estrutura de mercado da Economia Criativa é liderada por micro e pequenas empresas. Este perfil se mantém no Brasil e, em particular, no Rio de Janeiro, com uma média de 9 (nove) trabalhadores por estabelecimento. Como não há dados sobre o faturamento das empresas, pode-se considerar que a baixa relação do número de ocupados, por empresa, é um indicador de porte empresarial que valida a concentração de MPE, conforme Tabela 1.

Diferentemente do Brasil, no cenário mundial, a existência de médias e grandes empresas gera oportunidades para as MPE, funcionando como importantes âncoras de agregação para a exportação de bens e serviços criativos. No nosso país prevalecem os pequenos negócios e, além das micro e pequenas empresas, empreendedores individuais e pessoas físicas compõem a teia organizacional da Economia Criativa. Os empreendimentos apresentam-se em diferentes estágios de maturidade empresarial e a excessiva informalidade dos modelos de negócios desafia a utilização de técnicas gerenciais e das teorias da administração.

O talento individual é o principal componente organizacional e provoca diferenciação competitiva, notadamente na fase de criação, estabelecendo um genuíno padrão de flexibilidade nas redes de produção. Os relacionamentos informais são intensos e, muitas vezes, provocam desequilíbrio entre as funções de criação e gestão.

Na dinâmica organizacional, o desafio gerencial está na equação entre a liberdade criativa, que alimenta a imaginação, e o estabelecimento de regras e padrões de eficácia da gestão. O trabalho interdisciplinar mistura identidades pessoais e institucionais, favorecendo a renovação permanente das ideias e dos processos de trabalho.

## À guisa de conclusão

A Economia Criativa é um setor em crescimento mundial e nacional. É constituída de um conjunto de segmentos de produção que passam a fazer parte das estratégias nacionais e internacionais de desenvolvimento. O ambiente institucional é dominado por micro e pequenos empreendimentos, caracterizados por flexibilidade de gestão e talento criativo.

Os empreendimentos da Economia apresentam um perfil flexível e devem promover ajustes em seus mecanismos operacionais para o alcance de metas e objetivos. O desafio gerencial está na modelagem das funções de planejamento, organização, coordenação, direção e controle que garanta a eficácia dos processos organizacionais, a melhor alocação dos recursos e um modelo de coordenação que alimente o interesse e o envolvimento de todos, inclusive o dos financiadores, que esperam resultados positivos dos investimentos oferecidos.

As necessidades de gestão das MPE da Economia Criativa ainda precisam ser equacionadas para a melhor oferta de soluções gerenciais e de potencialização dos negócios. A modelagem organizacional deve considerar que os empreendimentos criativos são flexíveis, com estruturas voláteis, e necessitam de ferramentas que promovam o intercâmbio de criadores e gestores, visando transformar a criatividade em bens e serviços, direcionados para um mercado de consumo exigente, característico do século XXI.

De modo geral, a Economia Criativa apresenta-se como um modo contemporâneo de produzir na sociedade do conhecimento. Funde-se na lógica da diversidade cultural, onde o emprego das novas tecnologias, associadas ao conhecimento e à criatividade, favorecem trocas virtuosas entre seguimentos econômicos. Abrem espaço para o tratamento empresarial de setores emergentes que alimentam modelos de negócios inventivos e competitivos.

As oportunidades para os negócios criativos são crescentes, mas o mercado interno ainda precisa ser desenvolvido e estimulado. Por outro lado, os empreendedores talentosos precisam assumir que suas atividades são pequenos negócios, carentes de estruturação e qualificação. Para contribuir com o desenvolvimento institucional e organizacional dos setores criativos, instituições como o SEBRAE precisam investir em produtos e serviços, com soluções customizadas, que dêem conta da especificidade dessa nova economia.

Finalmente, cabe ressaltar que o desenvolvimento da Economia Criativa necessita de políticas públicas adequadas, que considerem a necessidade de linhas específicas de financiamento, de diferenciação tributária e de sistemas de normatização dos empreendimentos. Há urgência na melhoria do ambiente empresarial, com ferramentas e incentivos que atraiam talentos e favoreçam a monetização e a remuneração de bens simbólicos, intangíveis, lúdicos e imateriais.

## Referências

- ALENCAR, Eunice Soriano de e FLEITH, Denise de Souza, *Criatividade: Múltiplas perspectivas*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 3ª Ed., 2003
- FIRJAN. Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil, 2008; Nota Técnica. Edição 2011.
- GÓMEZ DE LA IGLESIA, Roberto (Dir.), "Valor, precio y coste de la cultura". II Jornada sobre iniciativa privada y setor publico em la gestión de la cultura. Vitoria-Gasteiz; Editora Xabide, 1999. Colección gestión cultural y comunicación.
- INDÚSTRIAS CRIATIVAS: definição, limites e possibilidades. RAE. São Paulo. V. 49; n. 1. Jan/mar 2009; p10-18.
- MARINHO, Heliana *et alli*, "Termo de referência para atuação do Sistema SEBRAE em cultura e entretenimento". Brasília: SEBRAE, 2007. Série Documentos.
- \_\_\_\_\_. "Habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro". Tese de Doutorado. Cap. 5, p99. Rio de Janeiro: FGV/EBAPE, 2006
- \_\_\_\_\_. "Por uma teorização das organizações de produção artesanal". *In Novas Ideias em Administração*. Vol. 2. Rio de Janeiro: FGV, 2008
- MARINHO, Heliana e Ferreira, Mario Sergio Natal, "Do Circo Social à Economia Criativa". Brasília: SEBRAE, 2007. Série Histórias de Sucesso, pp 39-57.
- MOLES, Abraham A., *As Ciências do Impreciso*. Trad. Gloria de C. Lins. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995
- OSTROWER, Fayga, *Criatividade e Processos de Criação*. Petrópolis: Vozes, 22ª Ed., 2008

---

## ECONOMIA CRIATIVA: RISCOS, OPORTUNIDADES E DESAFIOS

---

**Roberto Nascimento**<sup>2</sup>

Economia Criativa é, em síntese, a economia relacionada à criatividade e que tem no simbólico, a matéria-prima para a geração de serviços e produtos, sejam estes tangíveis ou intangíveis. O termo foi sugerido pelo inglês John Howkins no livro “The Creative Economy” (2001)<sup>3</sup>, e deriva do desenvolvimento do olhar atento e investigativo sobre o potencial econômico, e até mesmo estratégico, das atividades econômicas baseadas nas artes, na cultura, no conhecimento e na criatividade.

Em várias partes do mundo, rapidamente partiu-se para o entendimento de que uma opção deliberada por políticas públicas para o fomento, e o tratamento diferenciado deste setor, poderia representar uma ação estratégica e, eventualmente, a oportunidade de se eleger um novo modelo de desenvolvimento em contraponto ao vigente, notadamente baseado na produção agrícola e industrial.

No Brasil, a expressão Economia da Cultura antecedeu a expressão Economia Criativa. O primeiro tratamento oficial para o tema foi dado pelo então Ministro da Cultura, Gilberto

---

2. Consultor em Cultura (políticas e estratégias), pesquisador associado do Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade - IETS,. Ex-Diretor Nacional de Patrocínios (SECOM-PR) e ex-Secretário Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura- (SEFIC-MinC).

3. HOWKINS, John. The creative economy. How people make money from ideas. London: Penguin Press, 2001. 264p.

Gil, ainda no início de sua gestão frente à pasta, quando criou, no âmbito do Ministério da Cultura - MinC, o Programa para o Desenvolvimento da Economia da Cultura - PRODEC. Dessa forma, iniciou-se, pelo setorial da cultura, o tratamento governamental ao tema.

Com baixo orçamento e insuficiente capacidade operacional e problemas recorrentemente enfrentados pelas inovações governamentais, o programa não alcançou seu potencial, mas logrou desenvolver o debate e a geração dos primeiros dados oficiais sobre as atividades culturais, além de se tornar a semente da recém criada Secretaria Nacional de Economia Criativa, também posicionada no Ministério da Cultura.

Atualmente, existem, em todo o mundo, diferentes tipologias identificadoras das atividades integrantes da Economia Criativa. Em alguns países, esta classificação inclui os setores da propaganda, da tecnologia digital e da gastronomia. Atualmente no Brasil, o MinC define como escopo de sua atuação os seguintes setores: artes cênicas e visuais, música, cinema e vídeo, publicações e mídias impressas, artesanato, patrimônio material e imaterial, design e moda, culturas populares, arquitetura e arte digital<sup>4</sup>.

## Riscos

No momento atual, em nosso país, parte dos fazedores de cultura expressam, recorrentemente, grande preocupação com o risco de que a lógica econômica capture o fazer artístico e cultural, subjugando liberdades estéticas e de criação, bem como o papel social da cultura. Advertem para o risco da arte e da cultura se tornarem *commodities*, e de que destas passe a ser demandado que, necessariamente, se comportem como negócios ou empreendimentos. Tal cenário facilmente geraria efeitos deletérios para a liberdade de criação e experimentação artística puras, bem como na atenção para com a valorização e preservação de tradições culturais desprovidas de potencial comercial, dentre outros.

Não raramente, a Economia Criativa também é percebida e proclamada, por alguns, como potencial agregadora de melhorias na performance das atividades econômicas, agrícolas e industriais, convencionais. Neste contexto, reivindicam que o conhecimento e a criatividade estejam a serviço do aumento da produtividade, da promoção de vantagens competitivas para produtos e serviços não criativos, etc. Neste cenário, igualmente pode-se entender a

---

4. Ministério da Cultura. PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA - Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. 1ª edição .

Economia Criativa capturada, e eventualmente reduzida, a mero componente de estratégias industriais, desperdiçando-se, desta forma, uma grande oportunidade de mudança para uma economia comprometida com a subjetividade, com a cooperação, e com a criação de novas formas e relações de trabalho, dentre outros.

É temerário imaginar que a atenção ao que é criativo possa se tornar condicionada à geração de riqueza financeira. Isso pode vir a significar que, ao longo do tempo, seja totalmente delegado ao mercado o poder de decisão sobre o repertório de expressões estéticas e simbólicas de uma sociedade.

Definitivamente, é preciso compreender que é possível que a arte e a cultura se comportem como locomotivas de uma Economia Criativa, mas se caracterizaria como um grande erro, o desinvestimento na promoção e valorização da cultura, simplesmente como expressão do simbólico e direito cidadão. Mesmo porque, são exatamente destas liberdades, a expressiva e a da experimentação artística, que deriva todo repertório e potencial criativo da humanidade.

## Oportunidades

A falta de um tratamento diferenciado para as diferentes tipologias do fazer cultural tem feito com que, há mais de duas décadas, TODAS as iniciativas artísticas e culturais se encontrem, basicamente, em um único mecanismo governamental de fomento: a renúncia fiscal para cultura. Independente da natureza e do potencial econômico, quase a totalidade das iniciativas culturais concorrem, de forma desigual, pelos mesmos recursos.

De forma semelhante, setores criativos tradicionalmente desvinculados do setorial da cultura (como moda e design, por exemplo), não encontram tratamento diferenciado na obtenção de financiamento, por se encontrarem imiscuídos a setores de natureza e especificidades completamente distintas. Essa condição se torna ainda mais evidente quando agrupados em categorias como micro e pequenas empresas.

A criação de uma Secretaria Nacional de Economia Criativa, bem como o lançamento do Programa Brasil Criativo, representam a disposição do Governo Federal para o tratamento do tema em caráter diferenciado e estratégico. Surge, desta forma, um conjunto de

favoráveis condições para o crescimento dos setores criativos, desde a oportunidade de um desenvolvimento institucional sem precedentes, articulando e organizando pares até então dissociados (hoje juntos na Economia Criativa), até aumentos significativos da participação do setor criativo no PIB nacional.

Para o estado do Rio de Janeiro, em particular, esta conjunção de fatores ganha contornos ainda mais favoráveis. O Rio de Janeiro possui posição consolidada, nacional e internacionalmente, como polo produtor de cultura, criação e inovação. Possui horizonte de superexposição, nacional e internacional, como palco de grandes eventos internacionais e, por conta disso, tem se tornado destinatário de vultosos investimentos, os quais vêm revitalizando territórios e reaquecendo sua economia. Vale ressaltar que, junta-se a estes o fato de existir, em especial nos subúrbios cariocas, grande capacidade ociosa que o êxodo industrial deixou para trás nas últimas décadas. A Economia Criativa aparece, desta forma, também como uma valiosa oportunidade de se reorientar vocações territoriais, tanto na capital carioca quanto em todo o interior fluminense, caracterizando o surgimento de vários e distintos territórios criativos, descentralizando atividades econômicas espacialmente e, ao mesmo tempo, construindo alternativas reais e estratégicas de desenvolvimento para além da exploração do petróleo.

Nesse contexto, cabe destacar que, pelas próprias características destas atividades, a participação de micro e pequenas empresas também se torna extremamente relevante, contribuindo com elevada geração de emprego e renda. Assim, para as micro e pequenas empresas, bem como para os Empreendedores Individuais, torna-se imperativo a capacidade de se organizar setorialmente, de modo a garantir a necessária participação nas tomadas de decisão sobre questões, direta e indiretamente, relacionadas ao segmento. Caso contrário, correm o risco de perderem espaço para médios e grandes grupos criativos. Tudo indica que haverá forte expansão deste setor mas, como sempre, os organizados serão capazes de aproveitar melhor esse crescimento.

Outro aspecto de oportunidade envolvendo essa temática é o fato desta ser capaz de criar e promover novas formas e oportunidades de trabalho e renda, de cooperação produtiva e de socialização dos meios de promoção, produção e distribuição. Para muitos, a Economia Criativa deve ter como premissa, ser parte determinante na definição de um novo modelo de desenvolvimento e produção de riqueza, contribuindo para a redução das desigualdades sociais e territoriais, e a construção de uma nova lógica de produção e consumo.

Um exemplo recente, na cidade do Rio de Janeiro, foi o primeiro Festival Internacional do Circo, que surpreendeu, a partir da decisão de seus realizadores, pelo posicionamento consciente do evento como uma atividade da Economia Criativa: “Com pouco mais de 1 milhão de reais, realizamos o Festival Internacional de Circo com 20 companhias (sendo 10 estrangeiras), levando 350 artistas a todas as favelas pacificadas do Rio, gerando quase três centenas de postos de trabalho para jovens e moradores destas comunidades, e ainda atingimos a marca de 8,9 milhões de reais em mídia espontânea. Circo é potência criativa, social e econômica!!! Esta é a nossa forma de fazer e disputar um modelo de Economia Criativa”, declarou, recentemente, Junior Perim, um dos realizadores do evento.

## Desafios

Para realizar plenamente seu potencial estratégico, a Economia Criativa necessita que os desafios ora colocados sejam enfrentados, com grande dose de criatividade, por governos (federal, estaduais e municipais), entidades setoriais e agentes financeiros. As particularidades de cada setor criativo sugerem que apenas serão efetivas soluções que se adequem às diferentes realidades do setor.

Talvez o maior desafio a ser enfrentado seja o de se superar a falta de informações e dados qualificados sobre a Economia Criativa no Brasil. Conforme citação do próprio MinC: “Dado o alto grau de informalidade da Economia Criativa brasileira, boa parte da produção e circulação doméstica de bens e serviços criativos nacionais não é incorporada aos relatórios estatísticos.”<sup>5</sup> Os poucos dados existentes não são capazes de oferecer a compreensão necessária das características e potenciais desta economia. Essa ausência de informações impede o desenvolvimento de políticas públicas capazes de garantir, adequadamente, a valorização e o fomento dos setores criativos.

Não se pode pretender desenvolver uma Economia Criativa forte, tendo-se por base o complexo e limitado fomento via patrocínios. Os patrocínios possuem grande importância nos setores criativos, pois injetam bilhões de reais anualmente nessa economia. Mas dada suas incertezas, se destinam, especialmente àqueles incentivados, a iniciativas sem viabilidade econômica/comercial. O fomento a empreendimentos criativos precisa ser desenvolvido a partir de produtos de crédito específicos e que contemplem as especificidades de cada setor. O melhor

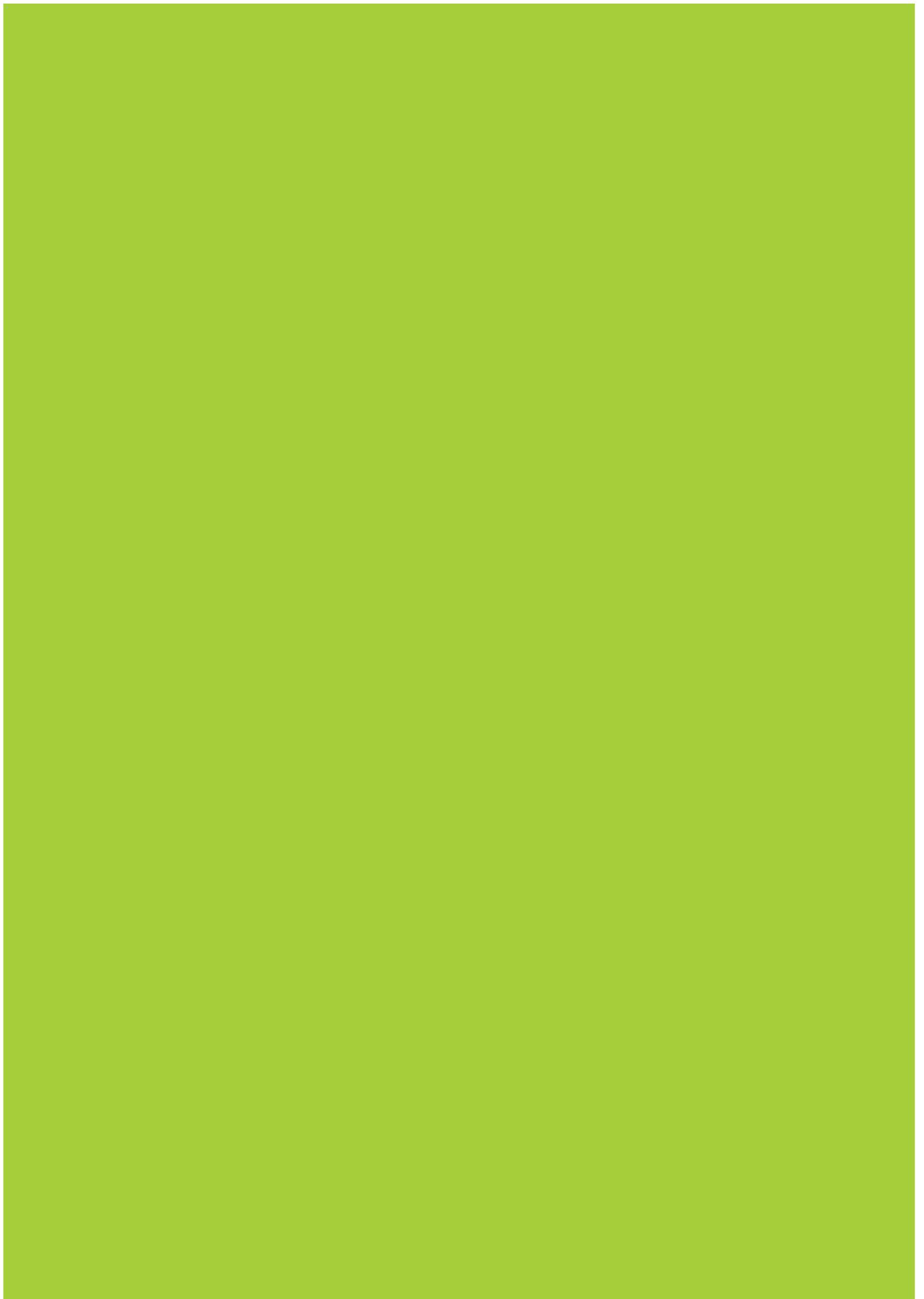
---

5. Ministério da Cultura. PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA - Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. 1ª edição.

conhecimento da dinâmica das atividades criativas deve apontar para a aceitação de ativos intangíveis, ou expectativa de bilheterias como garantia para um empréstimo. Há que se garantir que empreendimentos criativos possuam políticas e mecanismos de fomento diferenciados.

Outro desafio é quanto à qualificação geral do ambiente e da força de trabalho para os negócios criativos. Serão necessários grandes investimentos para a geração da necessária infraestrutura para criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos, como também para uma qualificação profissional específica e capaz de desenvolver as habilidades, técnicas e atitudes empreendedoras, necessárias aos profissionais criativos. Como micro e pequenos empreendimentos dominam quantitativamente também este universo, é natural concluir que torna-se fundamental a articulação do SEBRAE a outros órgãos setoriais, com o propósito de garantir o formato institucional adequado para o atendimento diferenciado deste importante público, inclusive na busca por fontes e na construção de mecanismos de financiamento.

Por fim, será preciso enfrentar a ausência de marcos legais específicos e adequados às particularidades dos diferentes setores criativos. Será necessária uma ampla revisão das legislações tributária, previdenciária, trabalhista e de propriedade intelectual, de maneira que estas passem a dialogar amigavelmente com as diferentes dinâmicas envolvidas. Há que se gerar novo arcabouço jurídico, e de incentivos às atividades, que se posicione favoravelmente ao desenvolvimento dos setores criativos brasileiros. O posicionamento estratégico, definido no passado em favor da agricultura e das indústrias de energia e de bens de consumo, fez com que o governo federal, assim como os governos estaduais e municipais, produzissem amplo repertório de incentivos e subsídios para estas atividades econômicas. Em nome da coerência, este novo pensar estratégico deverá, no mínimo, produzir condições isonômicas entre as políticas públicas definidoras dos custos de produção e comercialização destas atividades, com as incidentes sobre a Economia Criativa.



# ECONOMIA CRIATIVA DO RIO DE JANEIRO E AS MPE

---

O conhecimento, a cultura e a criatividade são crescentemente geradores de riqueza e de competitividade dos produtos e territórios. A agregação de valor tem se deslocado da produção física para o intangível e, nesse processo, a criatividade envolvida é central. Pelas características dos serviços criativos que perpassam as atividades econômicas, há mudanças em curso que colocam em questão a própria organização da economia a partir da estrutura baseada nos setores tradicionais.

A chamada “Economia Criativa”, de difícil definição e mensuração, está em voga no Brasil e no mundo. Um exemplo disso é que a indústria criativa foi noticiada recentemente como a terceira maior indústria mundial, atrás do petróleo e de armamentos, com remuneração maior do que a da oferecida na indústria tradicional e incorpora bens e serviços que fazem parte da vida cotidiana de todo o mundo (GloboNews, 2011).

Há certo consenso de que, independente da definição, a Economia Criativa é uma das vocações do Estado do Rio de Janeiro, que, junto com São Paulo, constituem um eixo fundamental para o desenvolvimento deste segmento no Brasil. Esta publicação visa contribuir no

sentido de conhecer melhor o setor a partir da análise empírica das características e tendências sobre quantidade de estabelecimentos formais e da ocupação e da remuneração dos trabalhadores na Economia Criativa no Rio de Janeiro.

## Panorama Geral

No Brasil, com base na abordagem utilizada pela UNCTAD, o estudo da Firjan (2008) “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil” definiu três esferas a fim de caracterizar a cadeia criativa no país:

- i) as atividades Núcleo, composto por 12 setores líderes<sup>6</sup>, cujo insumo é a criatividade;
- ii) as Atividades Relacionadas, que envolvem segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo, como fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do Núcleo (que são analisados pelos setores do IBGE, como é o caso da Indústria de Transformação e do setor dos Serviços); e,
- iii) as Atividades de Apoio, os ofertantes indiretos de bens e serviços, que ressaltam a interdependência entre os mais variados setores na cadeia criativa.

Com dados de 2010, a FIRJAN (2011) apresenta estimativas do tamanho do núcleo da indústria criativa formal da economia brasileira, correspondendo a 2,5% do PIB brasileiro, ou R\$ 92,9 bilhões. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, a participação da indústria criativa no PIB estadual de 2010 supera os 3,5%, representando as maiores do país. Observando o Gráfico 1, o Rio de Janeiro tinha a maior participação do núcleo da indústria criativa no PIB estadual (de quase 4,0%) em 2006, mas perdeu posição para São Paulo, em 2010,.

---

6. Estes 12 setores líderes são compostos por i) Arquitetura; ii) Artes Cênicas; iii) Artes Visuais; iv) Design; v) Expressões culturais; vi) Filme & vídeo; vii) Mercado Editorial; viii) Moda; ix) Música; x) Publicidade; xi) Software & computação e xii) TV & rádio. Note que esta metodologia só difere da adotada pela UNCTAD por juntar serviços de computação e jogos de computação no item xi).

## GRÁFICO 1 | PARCELA DO NÚCLEO DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO PIB ESTADUAL – 2006 E 2010

Fonte: FIRJAN.



Considerando a contribuição do setor criativo na geração de empregos formais, os dados dos dois estudos da FIRJAN mostram que, em 2006, o setor criativo era responsável por 2,4% (ou 82 mil postos de trabalho) dos empregos formais fluminenses, diminuindo para 2,2% (ou 90 mil postos de trabalho) em 2010. Enquanto isso, São Paulo, cujos empregos formais do setor criativo, em 2006, tinham uma participação de 2,2% do total (ou 227 mil postos de trabalho), em 2010, alcançou os 2,4% (ou 315 mil postos de trabalho). Depois do Rio de Janeiro e São Paulo, Santa Catarina (2%) está em terceiro lugar em termos de proporção de empregados do núcleo criativo no total de empregos formais.

Ainda segundo estimativas da FIRJAN, de 2006 a 2010, o número de empregos “criativos” no Brasil cresceu de 599 mil para 771 mil, uma média 8,5% ao ano ou 29% nos quatro anos. Este ritmo foi mais acelerado do que o crescimento do emprego no mercado de trabalho formal, de 5,8% ao ano ou 25% no período. O maior saldo de contratações foi no segmento de Software & Computação (de 86 mil novos postos de trabalho), enquanto música (atividades de gravação de som e edição) - apresentou maiores saldos de demissões no período (cerca de 1,3 mil postos de trabalhos destruídos).

Em relação à remuneração, verifica-se que, em 2010, a remuneração média mensal no núcleo criativo formal nacional era 42% superior à média dos trabalhadores formais em outros segmentos (em valores, R\$2,3 mil ante R\$ 1,6 mil). Os setores criativos, segundo a FIRJAN, de maior remuneração média do Brasil são os setores de Televisão e Rádio (quase R\$ 5 mil) no estado do Rio de Janeiro; Software e Computação (R\$ 3,2 mil) e Mercado editorial (R\$ 2,7 mil) no estado de São Paulo. O setor de menor média salarial foi o das Artes Cênicas (R\$ 600), no estado do Ceará.

## Definição dos Setores Criativos

Uma das dificuldades encontradas para analisar a Economia Criativa é definir as atividades que a compõem a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0) do IBGE. Esta classificação se apoia nos setores econômicos tradicionais e pode, por um lado, incluir atividades que não se enquadrariam adequadamente no setor de interesse, e, por outro, não considerar atividades novas e relevantes para definir o setor.

Por isso, pelo lado metodológico, não há consenso quanto à classificação dos setores que compõem a Economia Criativa, assim como as CNAEs que definiriam esses setores. Esse aspecto fica claro no quadro 1 do Estudo “Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnósticos e Potencialidades” que, além de analisar a Economia Criativa de São Paulo no contexto nacional, faz a comparação metodológica das diversas abordagens aplicadas para o Brasil.<sup>7</sup> Além disso, os estudos em geral captam somente a economia e o emprego formal, retratando apenas uma parte da produção e circulação de bens e serviços criativos nacionais.

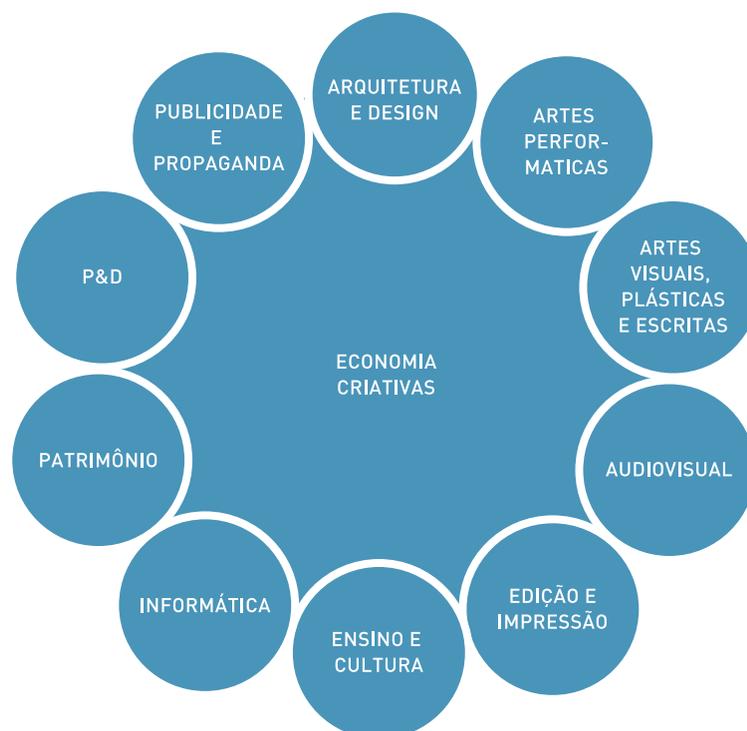
Mesmo com as limitações metodológicas, faz-se necessário um estudo aprofundado dos setores criativos no Rio de Janeiro, em especial no âmbito das micro e pequenas empresas. Para tanto, utilizamos a metodologia aplicada no estudo da cidade de São Paulo (FUNDAP, 2011), em que a Economia Criativa foi desagregada em dez subsetores, conforme Figura 1.<sup>8</sup> As respectivas CNAEs que compõem cada subsetor criativo podem ser vistas no Anexo 2.

---

7. Maiores detalhes disponíveis em <http://www.youblisher.com/p/247220-Economia-Criativa-na-Cidade-de-Sao-Paulo/>, páginas 18 e 19.

8. Infelizmente, não foi possível utilizar a classificação da FIRJAN, pois a metodologia disponível não detalha as CNAEs utilizadas na construção de cada setor da economia criativa.

**FIGURA 1 | COMPOSIÇÃO DA CADEIA CRIATIVA POR SUBSETOR CRIATIVO (2003 | 2010 | 2011)** Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do FUNDAP (2011).



## Ocupados Na Economia Criativa Segundo O Censo 2010

Segundo os dados do Censo 2010, há 333.083 ocupados em sete setores da Economia Criativa no ERJ<sup>9</sup>. O Gráfico 18 compara a distribuição do pessoal ocupado por posição da ocupação em cada uma das regiões do estado do Rio de Janeiro (ERJ) no setor criativo e no total da economia.

9. Para classificar os setores da economia criativa a partir do Censo 2010, a CNAE domiciliar teve de ser compatibilizada com a CNAE utilizada na RAIS. Devido às dificuldades encontradas para compatibilização e para diminuir as possibilidades de erros, foi feita a seguinte agregação:

- Setores de arquitetura e design, de artes performáticas e de artes visuais e escritas no setor de arquitetura, design e artes
- Setores de edição e impressão e de internet no setor edição, impressão e internet.

Com isso, os dez setores anteriores da análise da RAIS foram agregados em sete setores para análise do Censo.

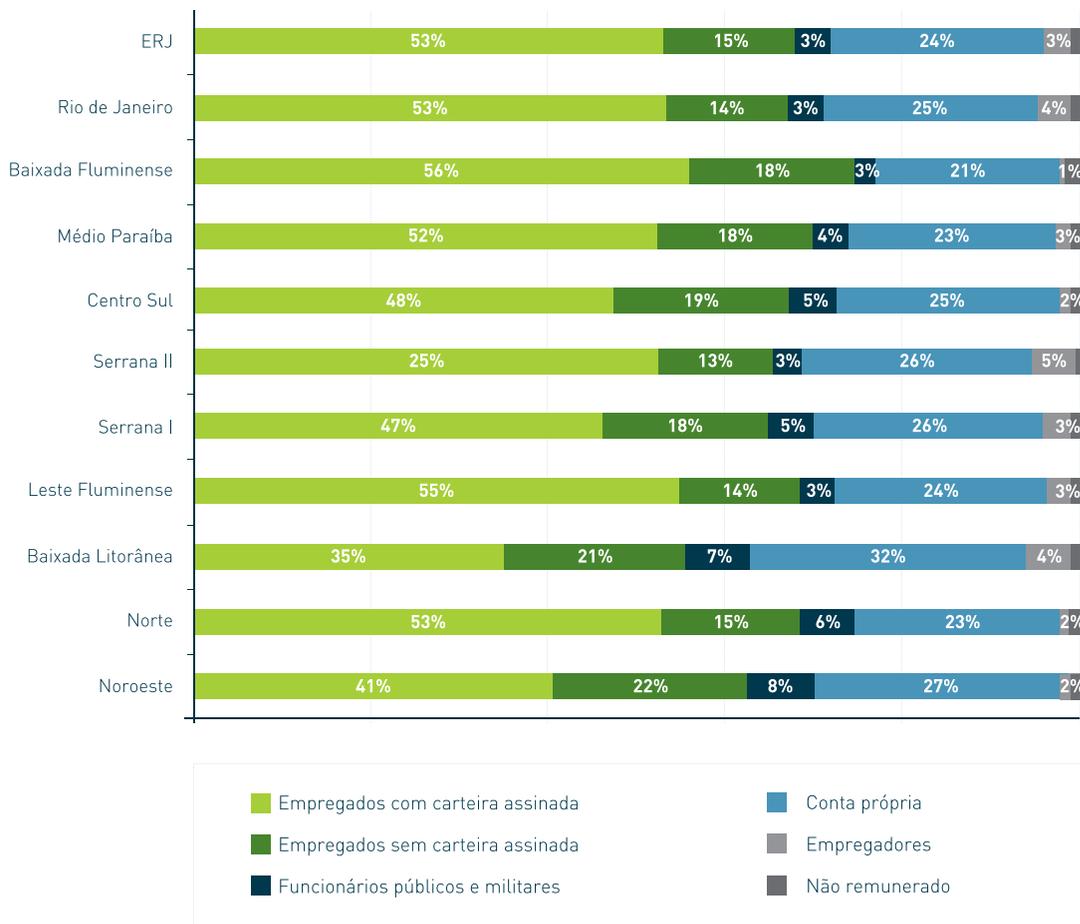
Nota-se, primeiramente, que a Economia Criativa do ERJ é caracterizada por um nível de formalização dos postos de trabalho próximo à média de todos os setores da economia do estado. O percentual de empregados com carteira de trabalho assinada na economia criativa é de 53%, o mesmo que no total dos setores no Estado do Rio de Janeiro.

Em segundo lugar, percebe-se que a principal diferença em termos de posição na ocupação está no trabalho por conta própria, que se mostra mais expressivo para a Economia Criativa do que para a média estadual (24% contra 20%). E isso acontece para todas as regiões do estado. Da mesma forma, o percentual de empregadores destaca-se mais na Economia Criativa, apesar da sua baixa contribuição (3% contra 2%).

## GRÁFICO 2 | DISTRIBUIÇÃO DOS TRABALHADORES NAS POSIÇÕES POR OCUPAÇÃO NA ECONOMIA CRIATIVA E NO TOTAL DA ECONOMIA POR REGIÃO DO ERJ EM 2010

Fonte: Censo 2010.

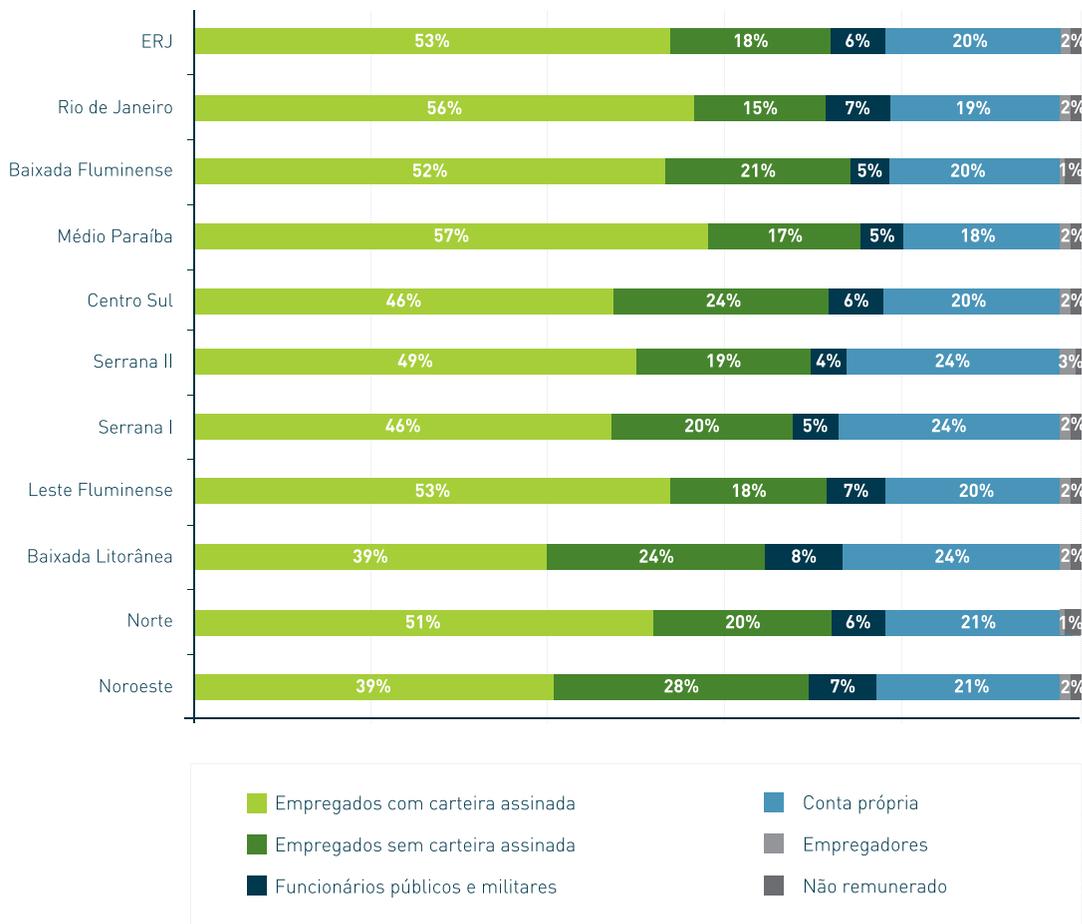
### ECONOMIA CRIATIVA



No total, o ERJ tem cerca de 27% dos ocupados na Economia Criativa empreendedores, enquanto o percentual é de apenas 22% para toda a economia do Estado. Em outras palavras, há uma sobrerepresentação de empreendedores na Economia Criativa.

No que se refere às diferenças entre as regiões, o grau de formalização do emprego na Economia Criativa está abaixo dos 50% nas regiões da Baixada Litorânea (35%), Noroeste Fluminense (41%), Serrana I (47%) e Centro Sul (48%). Nas demais regiões, verifica-se o inverso, isto é, a proporção de empregados com carteira de trabalho assinada da Economia Criativa supera à média de todos os setores da economia.

## TODOS OS SETORES DA ECONOMIA



Isso se deve, basicamente, ao fato de a participação do emprego sem carteira assinada na Economia Criativa ser ligeiramente inferior ao percentual do total da economia. Somente no Médio Paraíba, o percentual de empregados sem carteira assinada foi ligeiramente superior na Economia Criativa do que no total da economia.

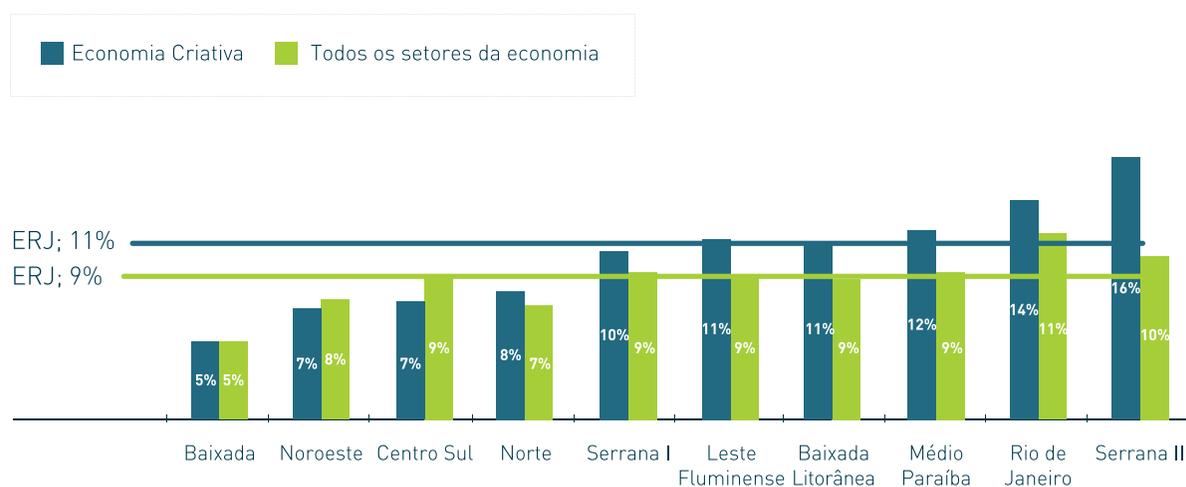
O empreendedorismo – definido pelo trabalho por conta própria e pelos empregadores – representa a forma de inserção no mundo do trabalho de 91.930 dos ocupados. Notadamente, a região da Baixada Litorânea aparece com a maior proporção de empreendedores criativos dentre todas as demais regiões do ERJ em 2010, com 36%. No outro extremo, estão as regiões do Médio Paraíba (26%), Norte (25%) e Baixada Fluminense (22%), com menor participação dos empreendedores no total de ocupados na Economia Criativa.

A fim de obter uma medida de desempenho dos empreendedores, calculou-se a proporção de empregadores no total de empreendedores por região do ERJ e do próprio Estado. Conforme pode ser visto no Gráfico 3, primeiramente, a probabilidade do empreendedor da Economia Criativa se tornar empregador é superior à média, exceto nas regiões da Baixada Fluminense, do Noroeste, Centro Sul e do Norte Fluminense. Aliás, essas regiões também possuem as menores proporções de empregadores.

Em segundo lugar, observa-se que a maior proporção de empregadores do setor criativo está na região Serrana II (16%). A cidade do Rio de Janeiro (14%) e a região Médio Paraíba (12%) superam a taxa de empregadores no total de empreendedores do ERJ, de 11%. As regiões da Baixada Litorânea e Leste Fluminense são equiparáveis a taxa estadual, de 11%.

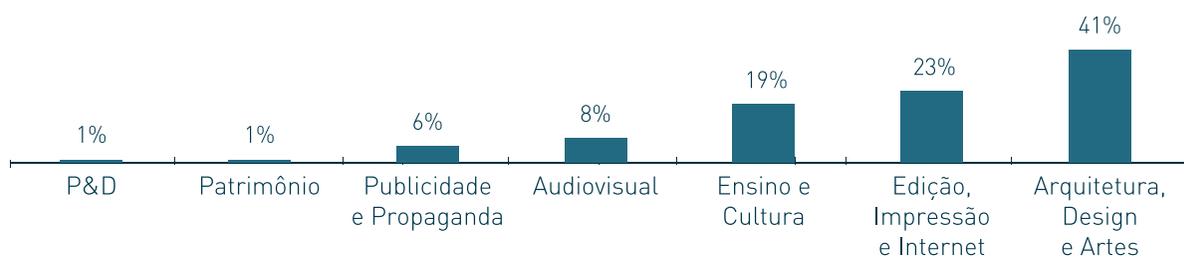
### GRÁFICO 3 | PARTICIPAÇÃO DOS EMPREGADORES NO TOTAL DE EMPREENDEDORES POR REGIÃO DO ERJ EM 2010

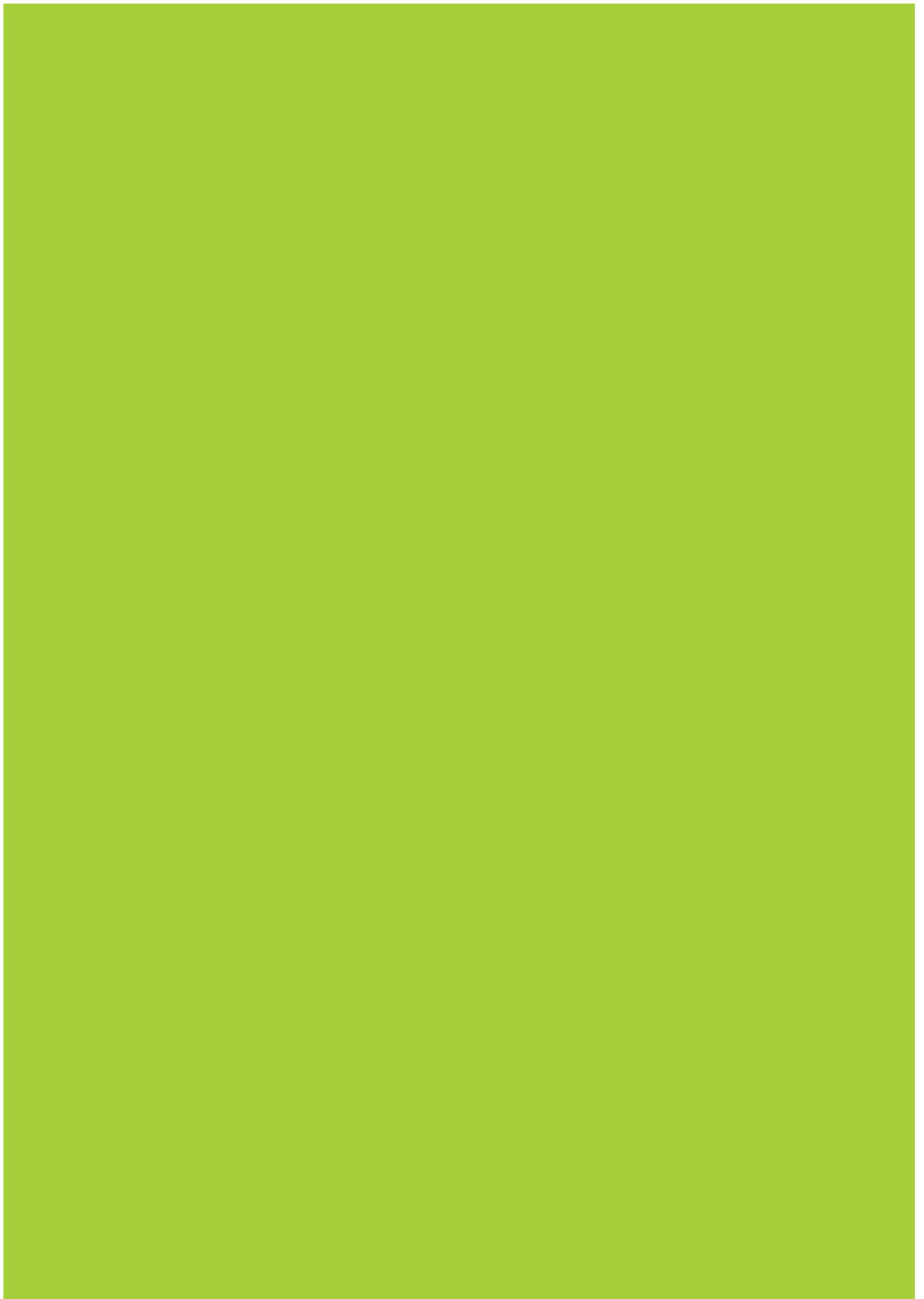
Fonte: Censo 2010



De um modo geral, os trabalhadores ocupados na Economia Criativa do ERJ se concentram, majoritariamente, em três setores: Arquitetura, Design e Artes (41%), Edição, Impressão e Internet (23%) e Ensino e Cultura (19%), conforme o Gráfico 4. Os setores com menor participação são Pesquisa e Desenvolvimento e Patrimônio, com menos de 1% dos ocupados.

**GRÁFICO 4 | DISTRIBUIÇÃO DOS TRABALHADORES OCUPADOS POR SETOR DA ECONOMIA CRIATIVA NO ERJ** Fonte: Censo 2010





# ESTABELECIMENTOS E EMPREGOS FORMAIS NA ECONOMIA CRIATIVA DO RIO DE JANEIRO

---

Nesta parte do estudo, utilizou-se a base de dados da RAIS/MTE para analisar o perfil e a evolução dos estabelecimentos e dos empregos formais na Economia Criativa nas regiões do Estado do Rio de Janeiro, em particular, no âmbito das micro e pequenas empresas (MPE).

## ***MICRO E PEQUENOS ESTABELECIMENTOS***

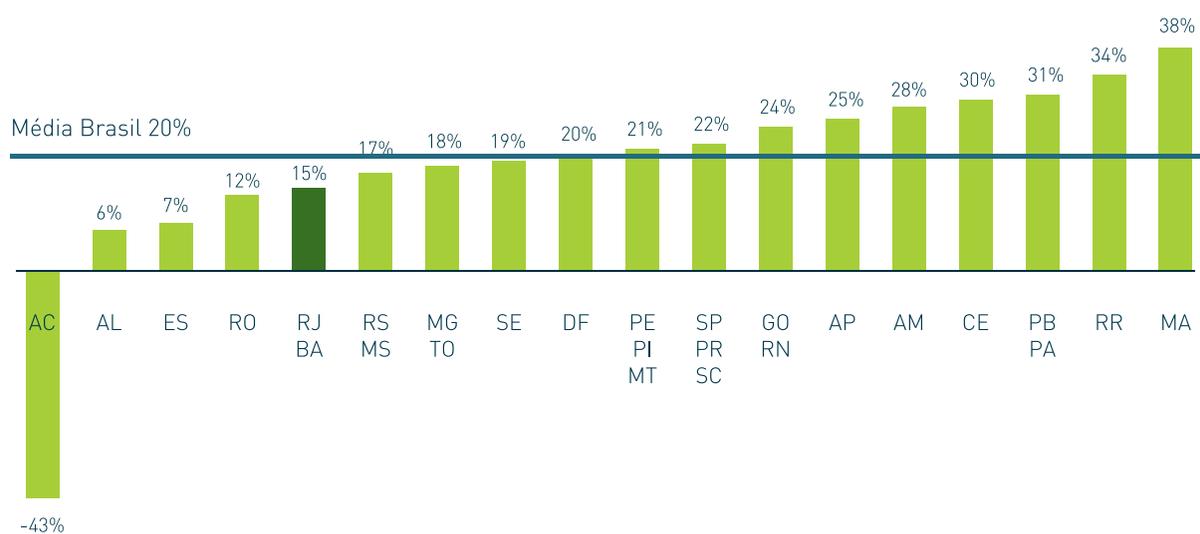
Os estabelecimentos da Economia Criativa respondem por 13% (33.331) do total de 255.611 dos estabelecimentos do Estado do Rio de Janeiro, uma proporção acima da média nacional de 9%. Representa a segunda maior proporção da região Sudeste, ficando atrás, somente, de São Paulo, com 15% do total de 914.515 estabelecimentos no setor criativo.

Como era de se esperar, grande parte dos estabelecimentos da cadeia criativa são micro e pequenas empresas (empreendimentos com até 99 vínculos) com proporção acima de 99% em todas as Unidades da Federação. No Rio de Janeiro são 33.204 micro e pequenas empresas criativas ou 99,6% do total das firmas criativas do Estado.

O número de estabelecimentos no Estado do Rio de Janeiro, entre 2006 e 2010, aumentou de 28.879 para 33.204, uma expansão de 15% no número de micro e pequenas empresas criativas, em média, no Estado, abaixo da média nacional e da maior parte das Unidades da Federação.

### GRÁFICO 5 | TAXA DE CRESCIMENTO DA QUANTIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM SETORES DA CADEIA CRIATIVA E MÉDIA BRASILEIRA ENTRE 2006 E 2010

Fonte: RAIS/MTE



Embora este crescimento seja inferior ao da quantidade total de estabelecimentos no Brasil, é superior ao desempenho médio de todos os micro e pequenos empreendimentos da economia formal do Estado para o mesmo período (12%)<sup>10</sup>. A taxa de crescimento dos micro e pequenos empreendimentos criativos do Estado foi superior à a do setor industrial no ERJ (de 14%)<sup>11</sup> e a da indústria de transformação (de 8%)<sup>12</sup>. Como a participação de estabelecimentos

<sup>10</sup>. Em termos absolutos, o número total de micro e pequenas empresas no ERJ passou de 223.558 para 251.082 nos anos de 2006 e 2010, respectivamente. Assim, no período, houve um crescimento de 12% no número de micro e pequenas empresas. Já o crescimento dos estabelecimentos com 100 ou mais vínculos para o mesmo período foi de 22%. Entretanto, esse patamar representa uma evolução em termos absolutos de 3.710 para 4.529 empresas.

<sup>11</sup>. O setor da Indústria inclui as atividades Extrativa Mineral, Indústria de Transformação e Construção Civil. A soma desses setores totalizaram 22.371 em 2006 e 25.411 em 2010 considerando apenas as MPE.

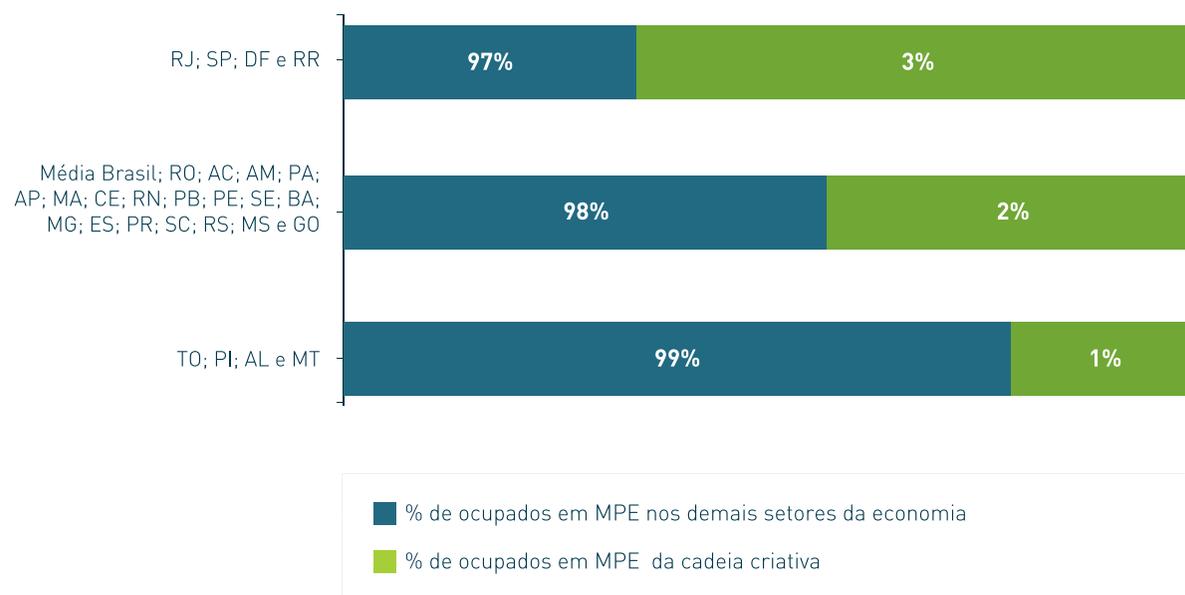
<sup>12</sup>. Uma evolução de 15.979 em 2006 para 17.253 em 2010.

do setor criativo é significativa no ERJ (13%) e o crescimento da quantidade foi superior à média dos MPE, vemos que os estabelecimentos do setor criativo contribuíram para a expansão do número total das MPE no estado.

### **EMPREGO FORMAL**

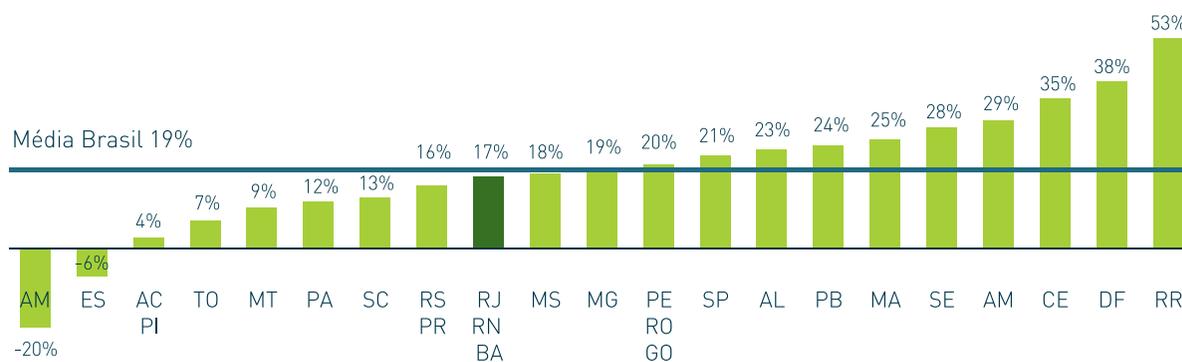
No que se refere ao emprego formal, a cadeia criativa no Brasil ocupou cerca de 2% (ou 820 mil) dos 44 milhões de empregados formais em 2010. No ERJ, foi responsável por 2% dos empregos formais totais, empregando 101.124 trabalhadores, percentual inferior à São Paulo e ao Distrito Federal (3%). Entretanto, quando se considera o universo das micro e pequenas empresas (MPE), o ERJ (e Roraima) alcança a mesma participação de São Paulo e Distrito Federal (também de 3%), como ilustra o Gráfico 6.

**GRÁFICO 6 | PROPORÇÃO DE TRABALHADORES OCUPADOS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM SETORES DA CADEIA CRIATIVA E NOS DEMAIS SETORES POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MÉDIA BRASILEIRA EM 2010** Fonte: RAIS/MTE



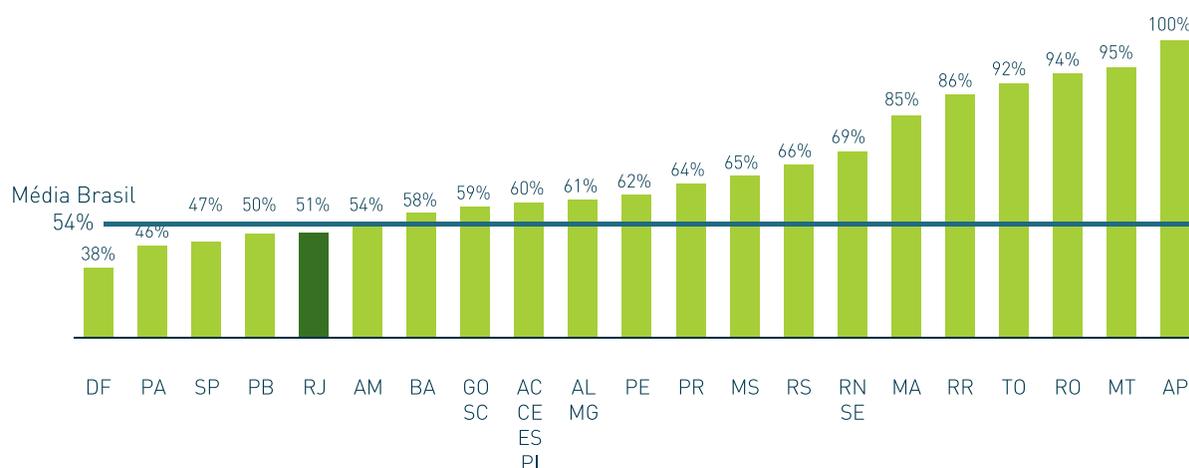
O crescimento do emprego formal na Economia Criativa do Brasil foi de 26%, semelhante ao da média da economia como um todo (25%). Mas essa expansão se deve, principalmente, a oportunidades de emprego nos grandes estabelecimentos, uma vez que a taxa de crescimento do emprego nas MPE foi inferior à média. O Gráfico 7 mostra que o crescimento da quantidade de postos de trabalho criativos nas MPE no ERJ (17%) também foi inferior ao respectivo desempenho na média do Brasil (19%). Considerando apenas a região Sudeste, o desempenho da expansão do emprego no ERJ só superou o desempenho do estado do Espírito Santo, o qual houve diminuição do emprego (-6%). Em alguns estados do Nordeste (Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Alagoas e Sergipe) e no Distrito Federal houve um crescimento dos empregos criativos superior à média nacional.

**GRÁFICO 7 | TAXA DE CRESCIMENTO DO NÚMERO DE EMPREGOS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CADEIA CRIATIVA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MÉDIA DO BRASIL ENTRE 2006 E 2010** Fonte: RAIS/MTE



Mesmo assim, as firmas criativas de pequeno porte, em 2010, concentraram um pouco mais da metade 51% (51.739 trabalhadores) dos ocupados no setor criativo ERJ. Porém, esta proporção é inferior à média brasileira de ocupados na cadeia criativa em MPE (54%) e inferior à respectiva proporção da maior parte das Unidades da Federação (Gráfico 8).

**GRÁFICO 8 | PARTICIPAÇÃO DO EMPREGO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOBRE O TOTAL DE EMPREGOS FORMAIS NA CADEIA CRIATIVA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MÉDIA DO BRASIL EM 2010** Fonte: RAIS/MTE

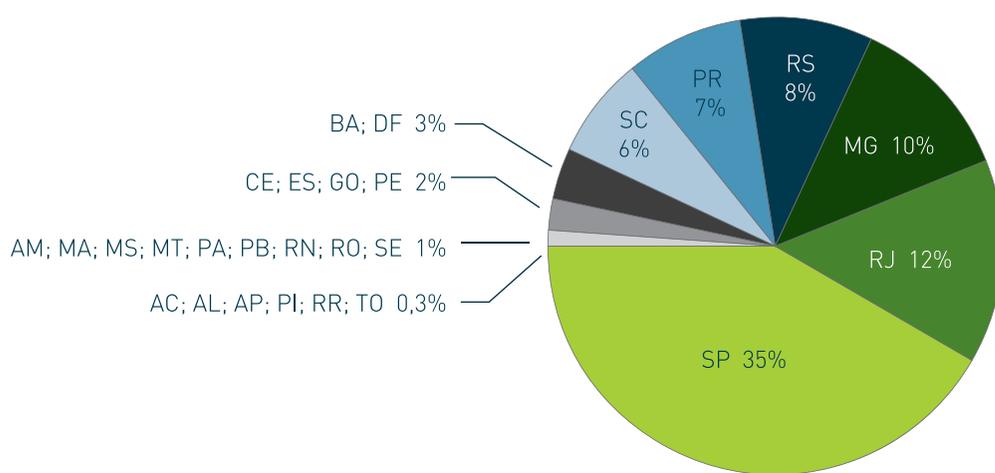


Assim, observamos que o ERJ, além gerar relativamente menos empregos nas MPE, a contribuição das MPE no emprego da cadeia criativa no Estado está entre as mais baixas. E isso ocorre por conta da presença de grandes empresas na contribuição do emprego do setor criativo, que, no caso do ERJ, emprega os demais 49%.

Este fenômeno acontece também em São Paulo, onde cerca de 47% dos empregados no setor criativo trabalham em MPE e os 53% restantes trabalham nas grandes empresas do setor. Destaca-se que 47% do contingente empregado em MPE do setor criativo nacional está nos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo (Gráfico 9). O ERJ é o segundo maior em termos de participação com 12% do total de empregos criativos em MPE do país.

## GRÁFICO 9 | PARTICIPAÇÃO NO EMPREGOS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA CADEIA CRIATIVA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO EM 2010 SOBRE O TOTAL NACIONAL

Fonte: RAIS/MTE

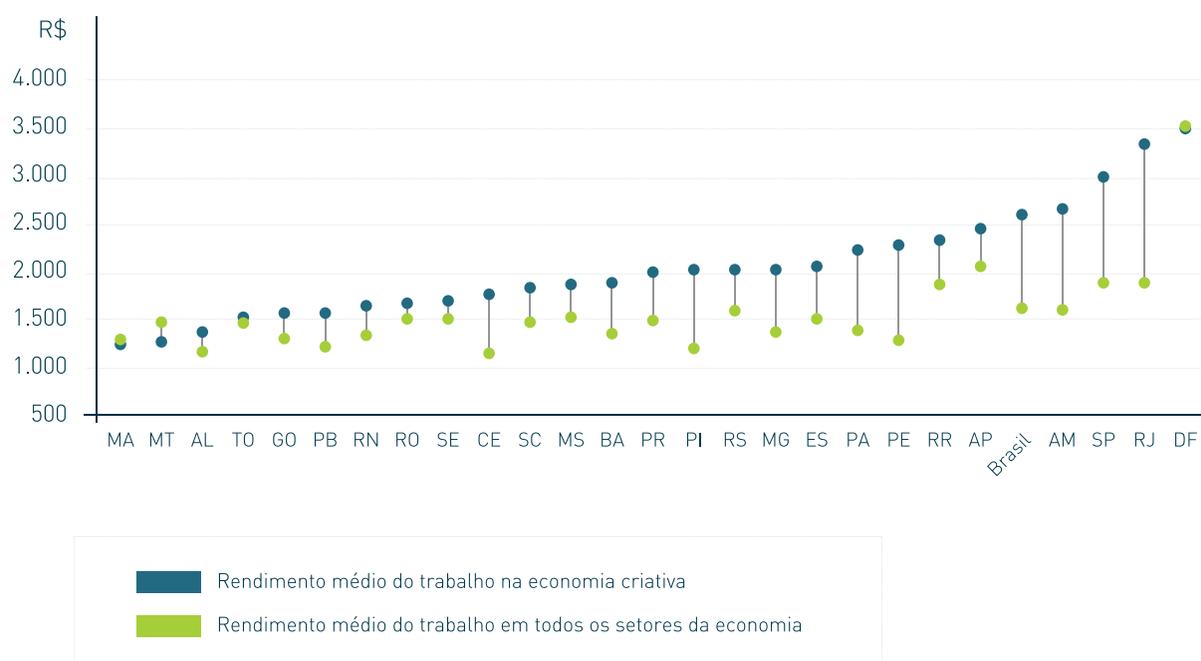


## Remunerações Médias

Em termos de remuneração, o setor criativo do Estado Rio de Janeiro, em 2010, pagou 72% a mais do que a média auferida pelos empregados formais totais no estado. Note que, no Gráfico 10, a distância entre a remuneração média da Economia Criativa (R\$ 3,3 mil) e a do total de setores (R\$ 1,9 mil) foi a maior entre todas as UF. Além disso, o gráfico destaca que, em 2010, o ERJ foi o segundo em termos de maior remuneração média do trabalho na cadeia criativa, atrás apenas do Distrito Federal (R\$ 3,5 mil).

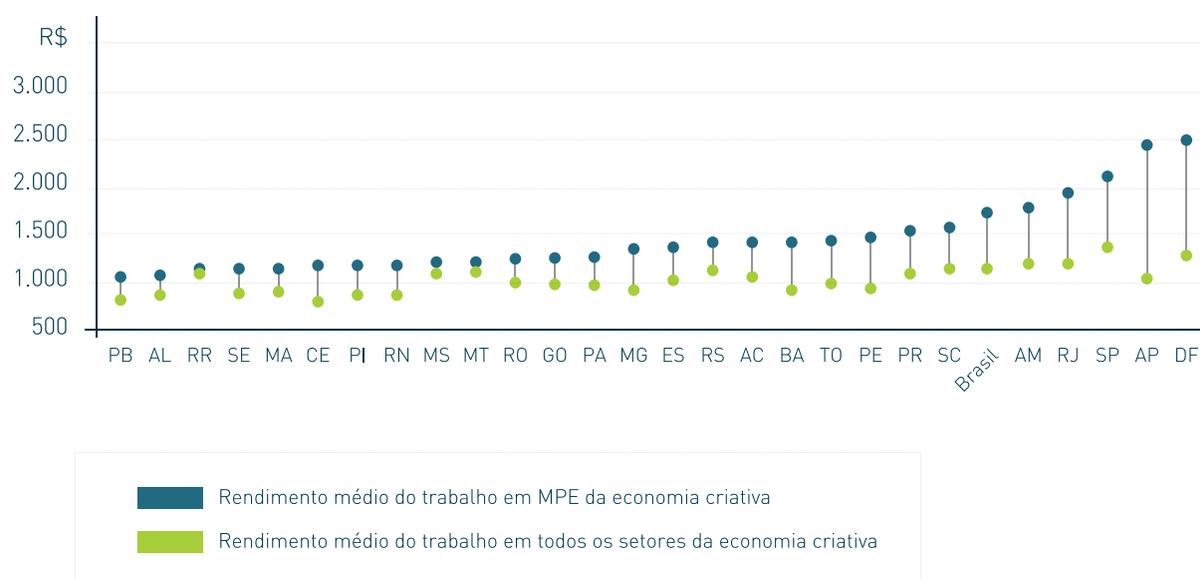
## GRÁFICO 10 | REMUNERAÇÃO MÉDIA DOS EMPREGADOS FORMAIS NA CADEIA CRIATIVA E NO TOTAL DOS SETORES EM 2010 POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO E BRASIL

Fonte: RAIS/MTE



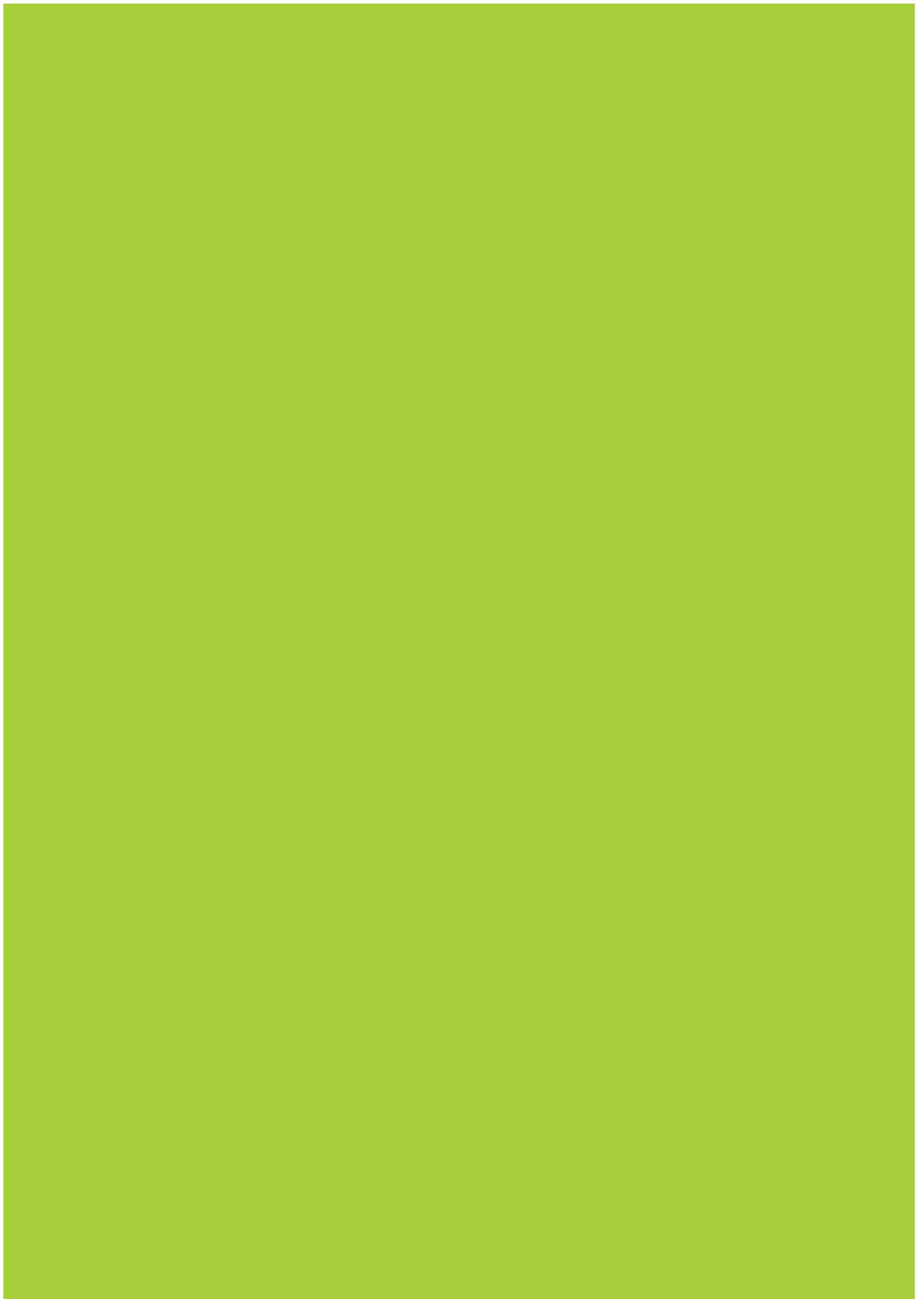
No entanto, em termos de remuneração das micro e pequenas empresas criativas, o Rio de Janeiro (R\$ 1,9 mil) aparece na quarta posição em 2010 (Gráfico 11). Novamente, o Distrito Federal (R\$ 2,5 mil) lidera em maior remuneração média do emprego formal no setor criativo. Mas, considerando as MPE, observamos, também, elevados patamares de renda para os trabalhadores que atuaram nos estados do Amapá (R\$ 2,4 mil) e de São Paulo (R\$ 2,1 mil).

**GRÁFICO 11 | REMUNERAÇÃO MÉDIA DOS EMPREGADOS FORMAIS EM MPE NA CADEIA CRIATIVA NO TOTAL DE SETORES EM 2010 POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO E MÉDIA DO BRASIL** Fonte: RAIS/MTE



A fim de investigar as particularidades e o comportamento diferenciado da Economia Criativa do ERJ, serão abordados alguns aspectos deste “novo setor”, considerando o recorte por região do Estado.





# DIFERENÇAS ENTRE SETORES E REGIÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

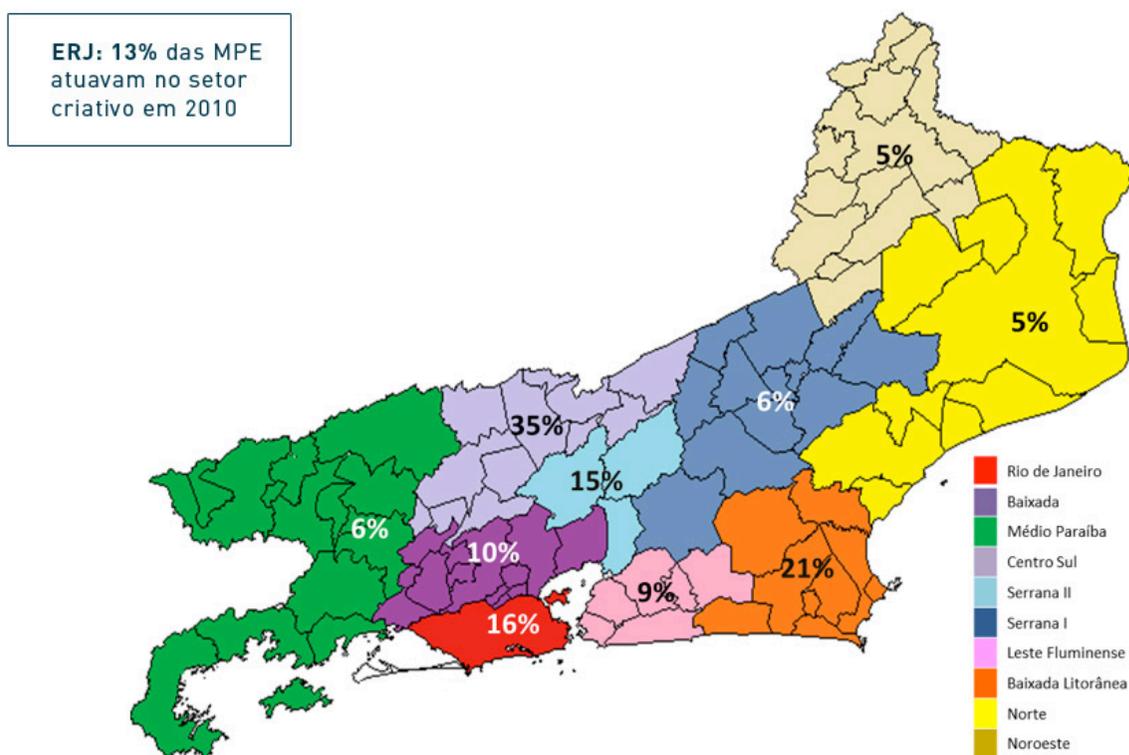
---

## ***MICRO E PEQUENOS ESTABELECIMENTOS***

Dos 33.204 micro e pequenos estabelecimentos formais da Economia Criativa do ERJ, 19.504 estão localizados na cidade do Rio de Janeiro, sendo 16% de micro e pequenas empresas atuantes na capital, em 2010. A Figura 2 revela que o setor criativo tem maior peso relativo no total de micro e pequenos estabelecimentos nas regiões do Centro Sul (35%) e da Baixada Litorânea (21%).

## FIGURA 2 | PARTICIPAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA ECONOMIA CRIATIVA NO TOTAL DE MPE POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010

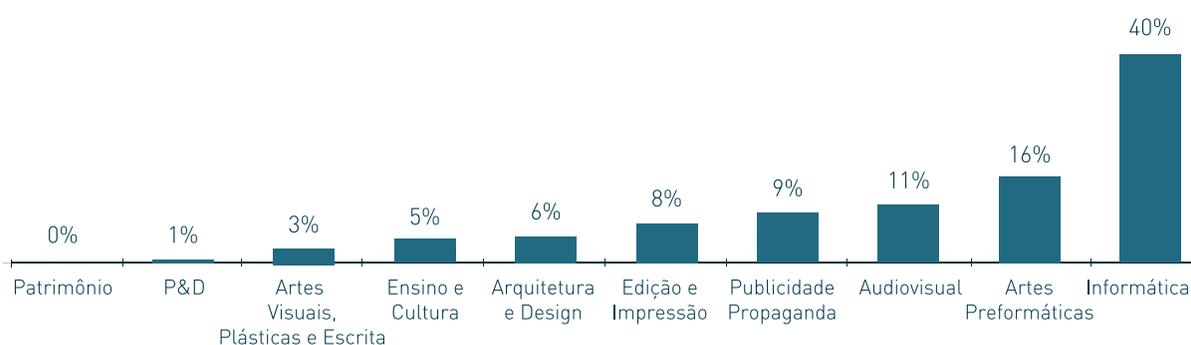
Fonte: RAIS/MTE



Para cada uma das regiões do ERJ, o maior número de estabelecimentos do setor criativo está no subsetor da Informática, e representa cerca de 40% do total de micro e pequenos empreendimentos, em média. Nesse aspecto, apenas as regiões Norte e Noroeste são exceções, onde as Artes Performativas (23% e 19%, respectivamente) e o Audiovisual (19% e 17%, respectivamente) se destacam com participação relativa das MPE (superior à média do Estado nesses subsetores, de 16% e 11%, respectivamente). Já o menor número de estabelecimentos é encontrado nos subsetores de Patrimônio e de Pesquisa e Desenvolvimento, e representam cerca de 1% do total de estabelecimentos do setor criativo em cada uma das regiões fluminenses (Anexo 3).

## GRÁFICO 12 | DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS POR SETOR CRIATIVO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010

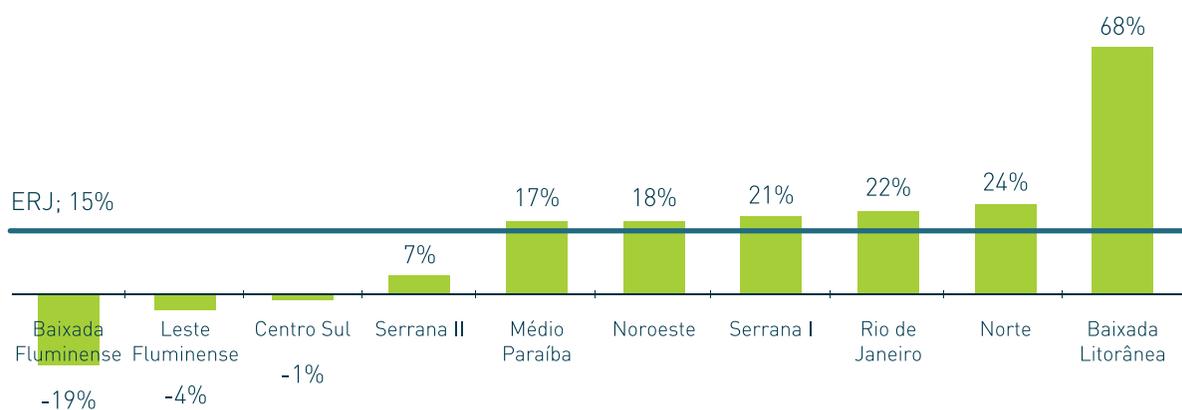
Fonte: RAIS/MTE



Observando a evolução do número de estabelecimentos entre esses dois anos por cada região do Estado, a região Serrana II (7%) teve um crescimento inferior ao patamar médio estadual criativo (15%), e nas regiões Centro Sul (-1%), Leste (-4%) e Baixada Fluminense (-19%) houve redução de estabelecimentos criativos no período (Gráfico 13). No outro extremo, a Baixada Litorânea registrou o maior aumento (68%).

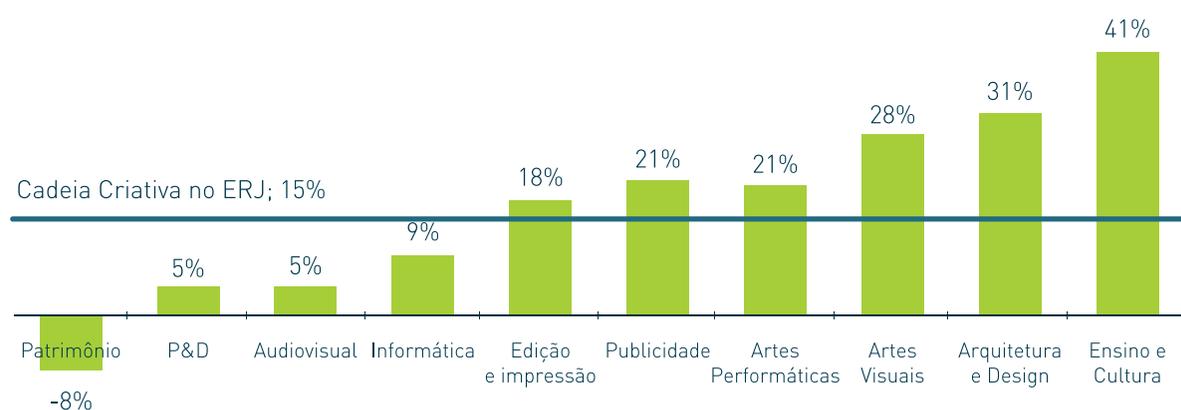
## GRÁFICO 13 | TAXA DE CRESCIMENTO DO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010

Fonte: RAIS/MTE



Considerando os setores da Economia Criativa, verifica-se que o Estado do Rio expandiu a oferta de estabelecimentos em todos os setores, com exceção apenas dos equipamentos identificados como Patrimônio (-8%) (Gráfico 14). A redução neste setor se deve ao menor número de estabelecimento das atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental entre 2006 e 2010, de um total de 72 para 63 estabelecimentos, nas regiões da Baixada, Centro Sul, Serrana I, Baixada Litorânea, Baixada Fluminense e na cidade do Rio de Janeiro.

**GRÁFICO 14 | TAXA DE CRESCIMENTO DO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS CRIATIVOS POR SUBSETOR CRIATIVO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010** Fonte: RAIS/MTE

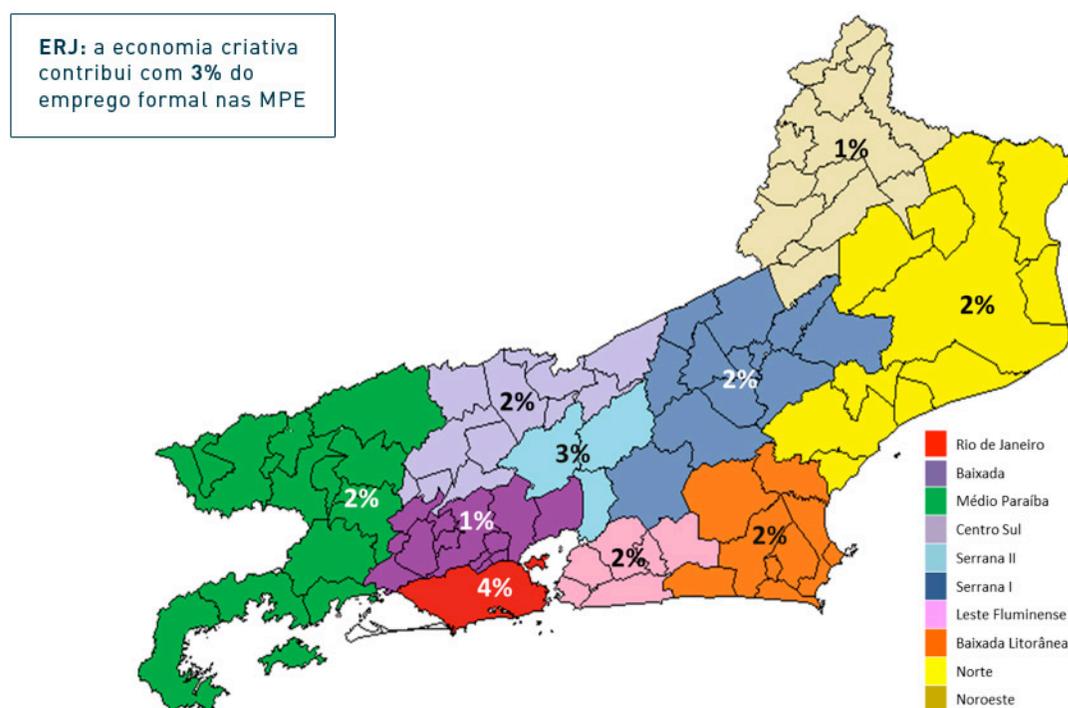


O desempenho do crescimento do número de micro e pequenos estabelecimentos criativos foi mais modesto nas áreas de Informática (9%), Audiovisual (5%) e Pesquisa e Desenvolvimento (5%). Os três setores que mais se destacam em termos de crescimento do número de estabelecimentos – Ensino e Cultura (41%), Arquitetura e Design (31%) e Artes Visuais, Plásticas e Escrita (28%) – contribuem com apenas 14% na cadeia criativa, em 2010, do Estado (Gráfico 12). Entre os setores mais representativos, apenas as Artes Performáticas cresceu acima da média do estado, 21%.

## Emprego Formal

No que diz respeito ao emprego formal no setor criativo por região do ERJ, a cidade do Rio se destaca com maior participação, onde 4% dos trabalhadores formais estão alocados em atividades do setor criativo. E apesar da média estadual ser de 3% dos ocupados em MPE no setor criativo, a participação do emprego em MPE criativas no total regional mais frequente é de 2%<sup>13</sup> (Figura 3). As menores participações do setor criativo no total de empregos formais em MPE são nas regiões da Baixada Fluminense (1%) e Noroeste Fluminense (1%).

**FIGURA 3 | PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS MPE DA ECONOMIA CRIATIVA NO TOTAL DE OCUPADOS EM MPE POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010** Fonte: RAIS/MTE



13. Isso ocorre devido ao peso da capital no total de empregos. No caso das MPE formais, os empregos da cidade do Rio de Janeiro respondem a mais da metade (53%) do total do Estado.

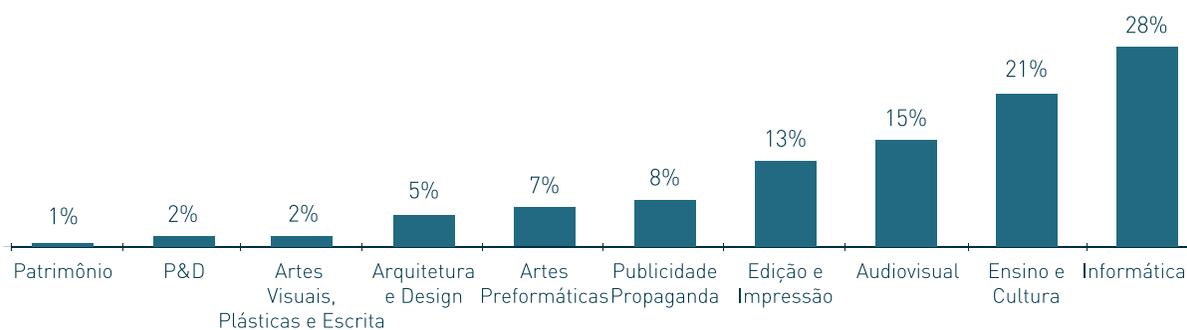
Há três setores que mais ocupam os trabalhadores formais em micro e pequenas empresas da Economia Criativa no Estado do Rio de Janeiro: Informática (28%, em média), Ensino e Cultura (21%, em média) e Audiovisual (15%, em média).

A Informática é o subsetor que mais emprega na Economia Criativa, especialmente, na cidade do Rio de Janeiro (30%) e nas regiões Serrana II (26%), Serrana I (34%), Leste Fluminense (31%), Baixada Litorânea (31%) e Noroeste (25%). Já os micro e pequenos estabelecimentos do Ensino e Cultura ocupam a maior parte dos trabalhadores formais nas regiões da Baixada Fluminense (36%), Médio Paraíba (25%), Norte (40%) e uma boa parcela também na região do Leste Fluminense (30%). Por fim, as micro e pequenas empresas do subsetor do Audiovisual ocupam a maior parcela nas regiões Centro Sul (39%) e é bastante representativa em termos de ocupação nas regiões do Médio Paraíba (24%) e Noroeste (23%) (Anexo 4).

Os setores de Patrimônio e de Pesquisa e Desenvolvimento, além de estarem em menor número de estabelecimentos considerando as regiões individualmente, ocupam, em média, 1% e 2% dos trabalhadores criativos, respectivamente.

### GRÁFICO 15 | DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DA QUANTIDADE DE OCUPADOS NO SETOR CRIATIVO POR SUBSETOR CRIATIVO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010

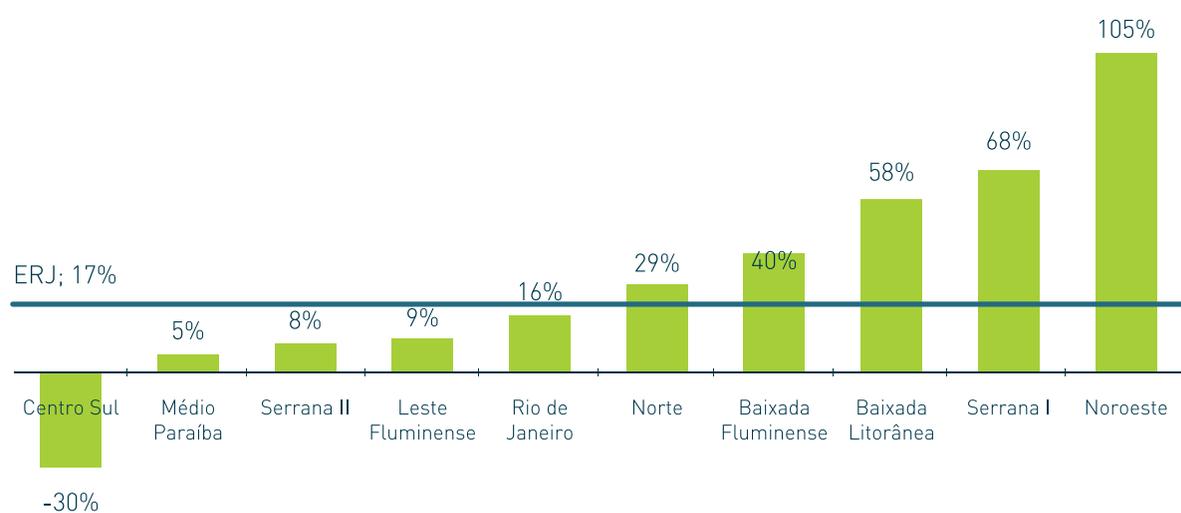
Fonte: RAIS/MTE



Nota-se que, em termos relativos, as regiões com menor participação da Economia Criativa são as que crescem mais que a média do estado: Norte (29%), Baixada Fluminense (40%), Baixada Litorânea (58%), Serrana I (68%) e Noroeste (105%). A cidade do Rio de Janeiro (16%) possui um desempenho abaixo da média do crescimento da ocupação na cadeia produtiva estadual (gráfico 16).

### GRÁFICO 16 | TAXA DE CRESCIMENTO DA QUANTIDADE DE OCUPADOS EM MPE DO SETOR CRIATIVO POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010

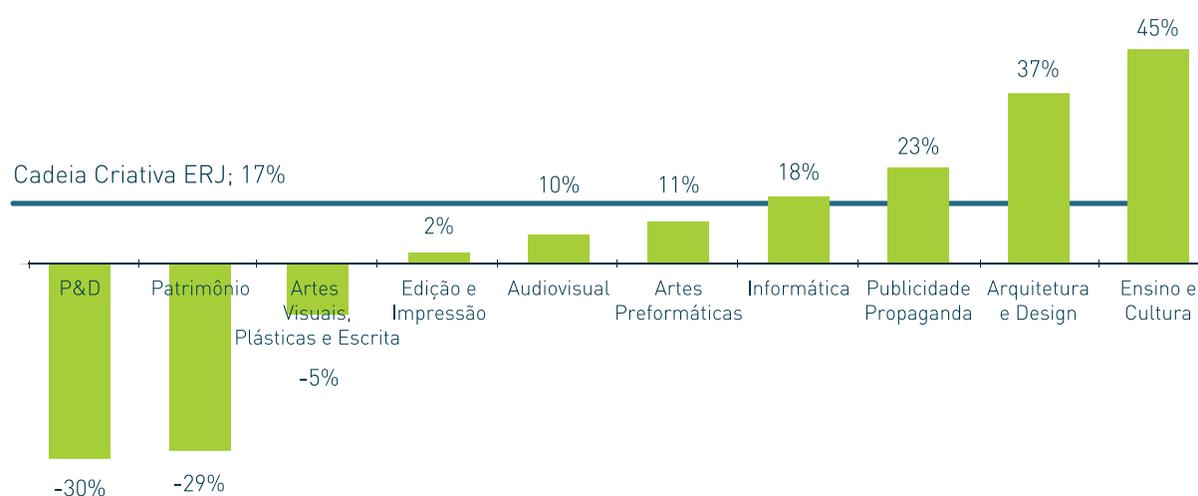
Fonte: RAIS/MTE



Os principais responsáveis pelo crescimento do emprego no Estado (Gráfico 17) foram Informática (18%), Publicidade e Propaganda (23%) Arquitetura e Design (37%) e Ensino e Cultura (45%). Estes setores são os mais representativos da cadeia criativa do Estado em termos de emprego e conjuntamente ocuparam cerca de 62% do total de trabalhadores em 2010 (Gráfico 15).

## GRÁFICO 17 | TAXA DE CRESCIMENTO DO EMPREGO EM MPE POR SUBSETOR CRIATIVO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010

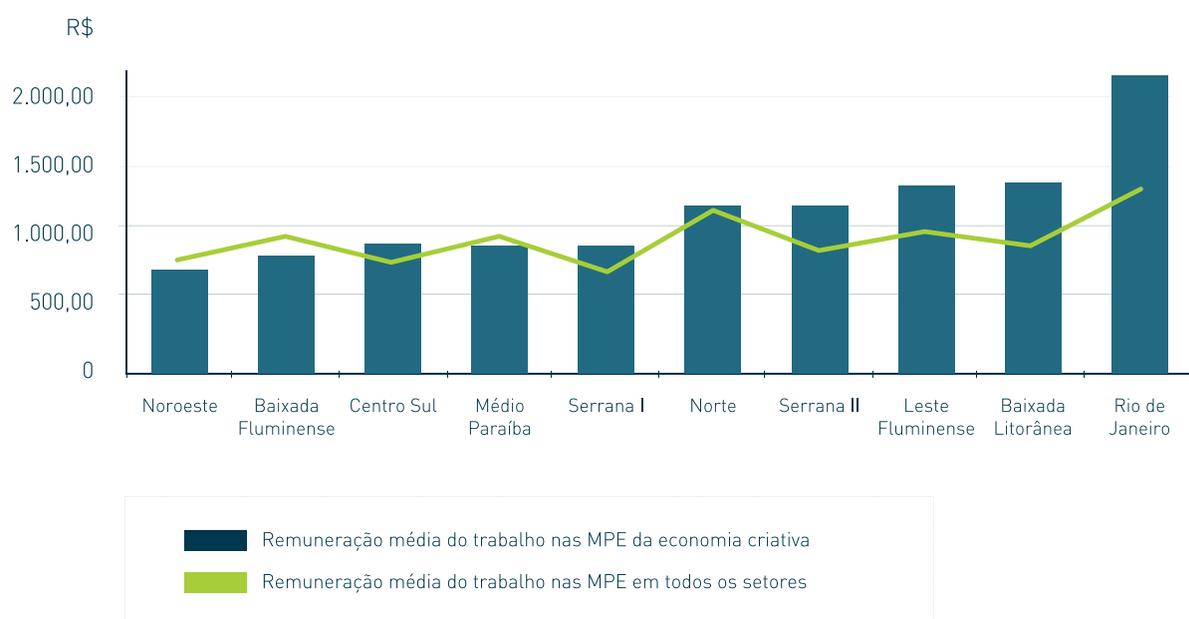
Fonte: RAIS/MTE



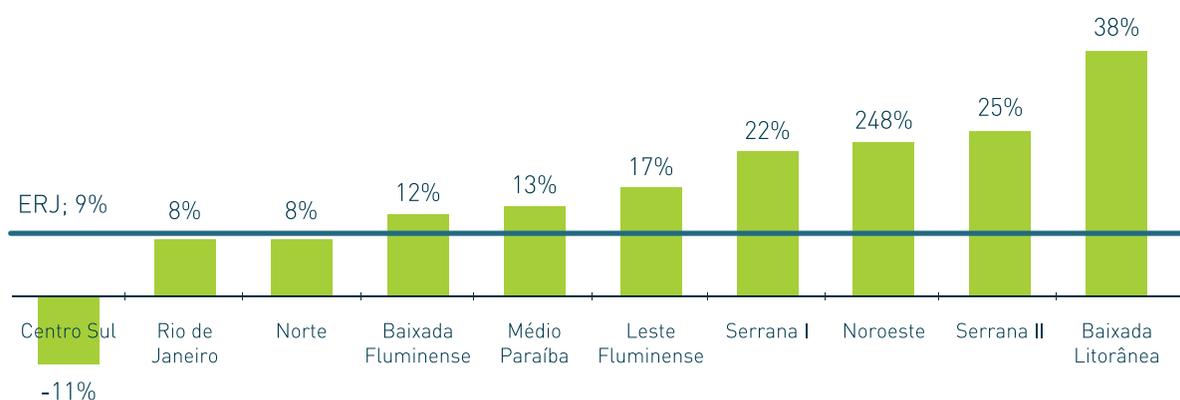
## Remuneração

A remuneração média dos empregados formais no setor criativo nas micro e pequenas empresas pode ser superior ou inferior ao rendimento médio do trabalho, considerando todos os tipos de micro e pequenos empreendimentos formais a depender da região de análise. Como ilustra o Gráfico 18, os empregados formais da cadeia criativa ganham mais em do que a média na cidade do Rio de Janeiro e nos municípios das regiões da Baixada Litorânea, Leste, Serrana I, Serrana II, e Centro Sul Fluminense. Nessas regiões, o salário médio no setor criativo supera o patamar médio verificado para todos os setores de MPE formais. Nas demais regiões, ocorre o inverso.

**GRÁFICO 18 | REMUNERAÇÃO MÉDIA DOS EMPREGADOS FORMAIS NAS MPE DO SETOR CRIATIVO E DE TODOS OS SETORES POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010** Fonte: RAIS/MTE



**GRÁFICO 19 | TAXA DE CRESCIMENTO DA REMUNERAÇÃO MÉDIA DOS EMPREGADOS FORMAIS NAS MPE DO SETOR CRIATIVO POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ENTRE 2006 E 2010** Fonte: RAIS/MTE



O Gráfico 19 mostra o crescimento dos rendimentos médios do setor criativo nos micro e pequenos empreendimentos entre os anos de 2006 e 2010, por região do estado do Rio de Janeiro. No período analisado, o rendimento do trabalho nas MPE do setor criativo cresceu 9%, abaixo da média de todas as MPE (11%)<sup>14</sup>. Foi inferior também o crescimento médio salarial das MPE da Indústria de Transformação<sup>15</sup> e de todo o setor Industrial<sup>16</sup>, que cresceram cerca de 10%.

Em termos absolutos, como visto anteriormente, os salários no setor criativo (de cerca de R\$ 1,7 mil em 2006 para R\$ 1,8 mil em 2010) são superiores à média do total das MPE (de cerca de R\$ 1 mil para R\$ 1,16 mil). Os maiores rendimentos no setor criativo, em 2010, em relação à média do Estado (R\$ 1,8 mil), foram auferidos apenas na cidade do Rio de Janeiro (R\$ 2,1 mil).

Passando a análise do rendimento dos setores, observamos pela Tabela 1 que os dois setores que mais remuneraram no âmbito criativo são também os que ofereceram as maiores valorizações nos salários médios entre os anos de 2006 e 2010: Pesquisa e Desenvolvimento e Patrimônio. No entanto, como pode-se ver, estes setores são os que menos contribuem em termos de participação no número de estabelecimentos e de empregos no setor criativo, tanto considerando todo o ERJ, quanto para cada região do Estado.

---

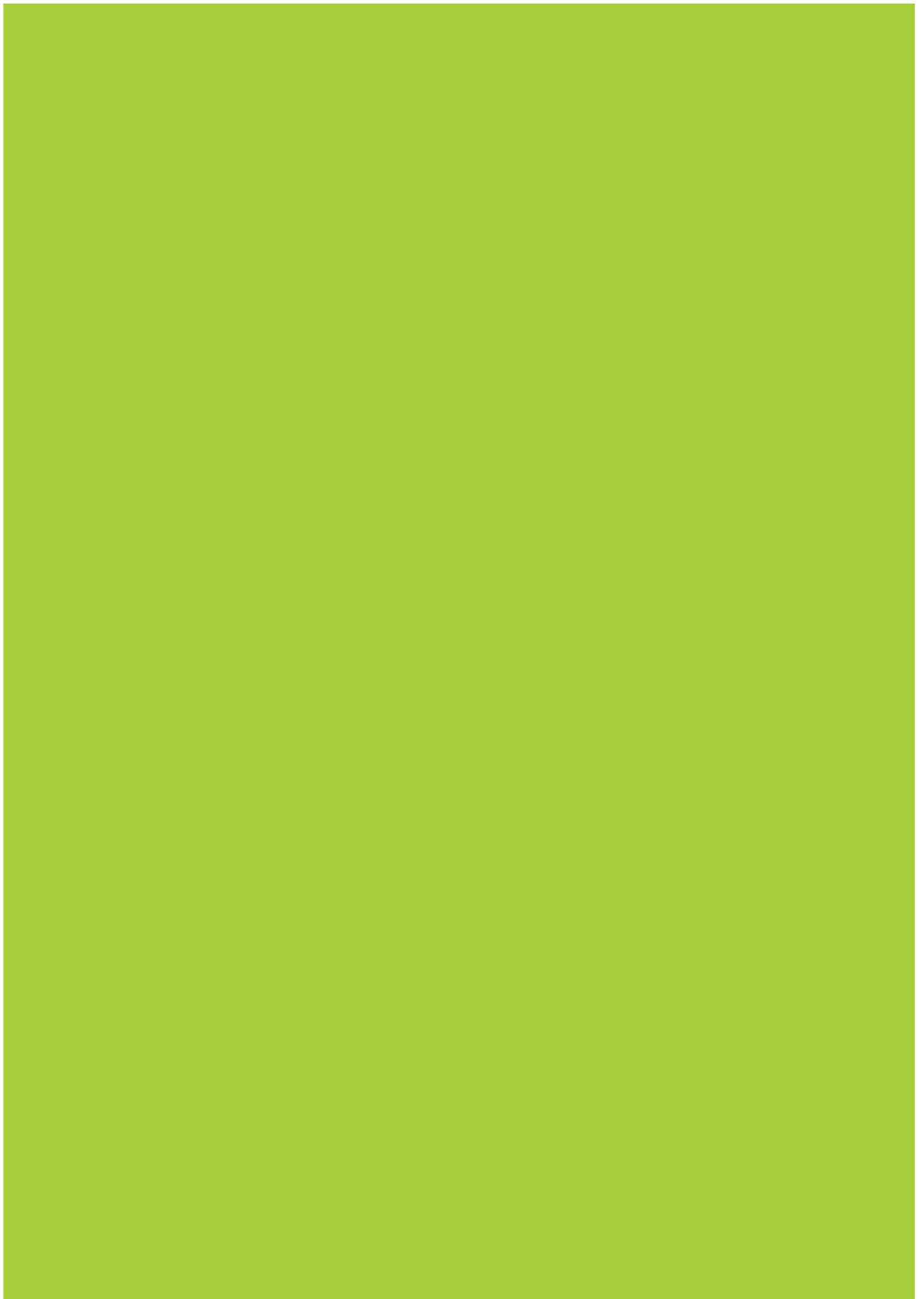
14. A remuneração média do trabalho nas MPE no ERJ, em 2006, era de R\$ 1.046,41 e, em 2010, passou para R\$ 1.160,76.

15. A remuneração média do trabalho na Indústria de Transformação das MPE no ERJ passou de R\$ 1.041,38 para R\$ 1.143,85, entre os anos de 2006 e 2010.

16. A remuneração média do trabalho considerando o setor Industrial, que reúne as atividades Extrativa Mineral, Construção Civil e Indústria de Transformação, passou de R\$ 1.144,70 para R\$ 1.257,23 entre os anos.

**TABELA 1 | SALÁRIO MÉDIO DOS EMPREGADOS FORMAIS NAS MPE EM 2010 (VALORES EM REAIS) E CRESCIMENTO PERCENTUAL POR SUBSETOR CRIATIVO NO ESTADO DO RIO** Fonte: RAIS/MTE

| SUBSETOR CRIATIVO                  | RENDIMENTO MÉDIO EM 2006 (R\$) | RENDIMENTO MÉDIO EM 2010 (R\$) | CRESCIMENTO 2006-2010 |
|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Pesquisa e Desenvolvimento         | 2,096.26                       | 4,178.12                       | 99%                   |
| Patrimônio                         | 1,265.62                       | 3,841.60                       | 204%                  |
| Informática                        | 1,985.92                       | 2,423.80                       | 22%                   |
| Publicidade e Propaganda           | 2,036.13                       | 2,155.91                       | 6%                    |
| Edição e Impressão                 | 1,715.66                       | 1,925.48                       | 12%                   |
| Audiovisual                        | 2,046.84                       | 1,865.30                       | -9%                   |
| Artes Performativas                | 1,264.71                       | 1,289.84                       | 2%                    |
| Arquitetura e Design               | 1,116.52                       | 1,275.84                       | 14%                   |
| Ensino e Cultura                   | 1,132.17                       | 1,051.87                       | -7%                   |
| Artes Visuais, Plásticas e Escrita | 807.91                         | 863.46                         | 7%                    |



# EVOLUÇÃO DA MPE NA ECONOMIA CRIATIVA NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM SÍNTESE

---

Com o intuito de analisar os setores da Economia Criativa que mais se destacaram no Estado do Rio, a tabela 4 mostra, de maneira sintetizada, se o crescimento por setor criativo entre 2006 e 2010 nos aspectos: número de estabelecimentos, número de ocupados e remuneração média do trabalho ficou acima do desempenho criativo médio nas MPE do ERJ. Observa-se que o único setor que conseguiu obter crescimento acima dos patamares médios nos três aspectos – estabelecimento, emprego e remuneração – foi Arquitetura e Design.

**TABELA 2 | SETORES DESTAQUES ENTRE 2006 E 2010 NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO** Fonte: RAIS/MTE

| TAXA DE CRESCIMENTO DO SETOR DA CADEIA CRIATIVA NO ERJ | ESTABELECIMENTO<br>15% | OCUPAÇÃO 17% | RENDIMENTO MÉDIO<br>9% |
|--|------------------------|--------------|------------------------|
| Arquitetura e Design                                   | sim                    | sim          | sim                    |
| Artes Performáticas                                    | sim                    | não          | não                    |
| Artes Visuais, Plásticas e Escrita                     | sim                    | decreceu     | não                    |
| Audiovisual  | não                    | não          | decreceu               |
| Edição e Impressão                                     | sim                    | não          | sim                    |
| Ensino e Cultura                                       | sim                    | sim          | decreceu               |
| Informática  | não                    | sim          | sim                    |
| Patrimônio   | decreceu               | decreceu     | sim                    |
| Pesquisa e Desenvolvimento                             | não                    | decreceu     | sim                    |
| Publicidade e Propaganda                               | sim                    | sim          | não                    |

Considerando-se a análise por região do Estado do Rio, a Figura 4 apresenta os setores criativos que superaram o patamar de crescimento médio criativo, entre 2006 e 2010, da respectiva região também nos aspectos número de estabelecimento, número de ocupados e rendimento médio do trabalho.

Arquitetura e Design, Ensino Cultura e Informática tiveram bom desempenho em todos os três aspectos em boa parte das regiões do ERJ. Pelo menos, um desses subsetores aparece como destaque em seis das dez regiões do Estado. São elas a cidade do Rio de Janeiro, Centro Sul, Serrana I, Leste, Baixada Litorânea, Norte e Noroeste Fluminense.

**FIGURA 4 | SETORES DESTAQUES DO SETOR CRIATIVO EM MPE NAS REGIÕES DO ERJ ENTRE 2006 E 2010** Fonte: RAIS/MTE



## Em Resumo

A partir dos dados do Censo de 2010, foi possível estimar um total de 333 mil ocupados nos setores criativos no Estado do Rio de Janeiro, com sobrerrepresentação dos empreendedores no total de ocupados. Os trabalhadores por conta própria e os empregadores representam 27% dos ocupados na Economia Criativa, percentual acima da média do ERJ para o total de ocupados (22%). Além disso, o empreendedorismo na Economia Criativa varia consideravelmente entre as regiões do Estado, com percentuais mais elevados na Baixada Litorânea (36%), Centro Sul (31%) e cidade do Rio de Janeiro (29%).

Considerando o setor formal da economia, com base na RAIS/MTE, a participação dos estabelecimentos formais da Economia Criativa na quantidade total de estabelecimentos no Rio de Janeiro (13%) é menor que em São Paulo (15%) – os dois estados com maior número de estabelecimentos da Economia Criativa –, muito embora a participação relativa do emprego criativo sobre o total seja praticamente a mesma em ambas as unidades da federação (2,5%).

A Economia Criativa tem uma participação maior entre as MPE, tanto no emprego quanto na quantidade de estabelecimentos formais. A remuneração média dos empregados formais

nos setores criativos é mais elevada no ERJ (R\$ 3,3 mil), porém, no âmbito das MPE, o estado de São Paulo apresenta rendimentos superiores (R\$ 2,1 mil versus R\$ 1,9 mil do ERJ).

Quanto à evolução, entre 2006 e 2010, apesar da relevância dos setores criativos na economia fluminense, o Rio de Janeiro teve um crescimento abaixo da média brasileira e da maior parte das Unidades da Federação, tanto em termos de número de estabelecimentos quanto em empregos formais, perdendo posição para São Paulo.

A visão geral com dados disponíveis aqui analisados sobre a Economia Criativa nacional é restrita, porém, apresenta características e tendências que contribuem para melhor formulação de políticas públicas. Primeiro, verifica-se que o empreendedorismo – formal e informal – na Economia Criativa tem uma participação maior do que na média dos setores. Segundo, o crescimento das MPE e do emprego nas MPE no Estado do Rio foi aquém da média brasileira. Por fim, as diferenças entre as regiões do ERJ, tanto setoriais quanto em relação à informalidade, são significativas. Sendo assim, esse é um setor que tem uma sobre-representação do público do Sebrae e abre espaço para investimentos e ações para o desenvolvimento da Economia Criativa, que é vista como vocação do Rio de Janeiro.

Enfim, a compreensão ampla das suas características e sua importância na agregação de valor requer um esforço de pesquisa específico, com metodologias adequadas que abordem em profundidade tanto as atividades formais quanto informais a fim de possibilitar uma ampliação do conhecimento das vocações e oportunidades a serem incentivadas por meio de políticas públicas.



# BIBLIOGRAFIA

---

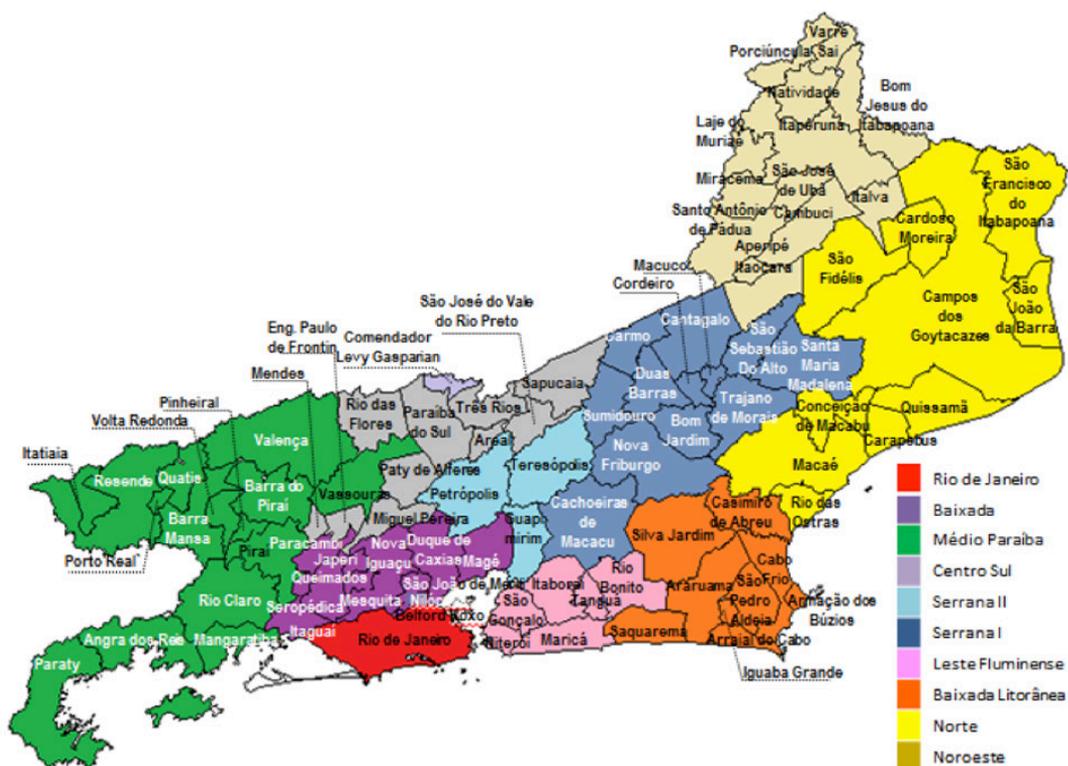
- BRASIL. *Cultura em Números. Anuário de Estatísticas Culturais, 2009*. Brasília: MINC, 2009. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/10/cultura\\_em\\_numeros\\_2009\\_final.pdf](http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/10/cultura_em_numeros_2009_final.pdf). Acessado em: 09/04/2012.
- \_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. “Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011 a 2014”. Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/04/livro-portuguesweb.pdf>. Acessado em: 16/05/2012.
- CAIADO, A.S.C. Algumas Considerações Sobre Economia Criativa. In: “IV Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura.” UFBA, Salvador, 2008. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14643-04.pdf>. Acessado em 16/05/2012.
- CALCAGNO, N.; CENTENO, E.E.C. “*Nosotros y los otros: comercio exterior de bienes culturales en América del Sur*.” Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 1ª edição, 2008. Disponível em: [http://sinca.cultura.gov.ar/sic/comercio/comercio\\_exterior\\_sm.pdf](http://sinca.cultura.gov.ar/sic/comercio/comercio_exterior_sm.pdf). Acessado em 30/04/2012.
- ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *Incubadoras de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro*. Disponível em: <http://www.riocriativo.rj.gov.br/index.php>. Acessado em 01/05/2012.
- FIRJAN (2008). *A cadeia da Indústria Criativa no Brasil (2008)*. “Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro”. no 2. Maio, 2008. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF680132CA78621A4F8C.htm>. Acessado em 09/04/2012.

- 
- \_\_\_\_\_ (2011). *A cadeia da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2011*. “Nota Técnica, Diretoria de Desenvolvimento Econômico”. no 10. Outubro, 2011. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF680132CA78621A4F8C.htm>. Acessado em 09/04/2012.
  - FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO (FUNDAP) DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. “Economia Criativa”. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.youblisher.com/p/247220-Economia-Criativa-na-Cidade-de-Sao-Paulo/>. Acessado em: 24/05/2012.
  - LEITÃO, C. Entrevista com Cláudia Leitão ao Portal da Cultura em 02/02/2012. “A Economia Criativa no Brasil.” Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2012/02/08/entrevista-com-claudia-leitao-%E2%80%93-a-economia-criativa-no-brasil/>. Acessado em: 16/05/2012.
  - PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP) A importância da economia criativa no desenvolvimento econômico da cidade do Rio de Janeiro. *Coleção Estudos Cariocas*, junho 2011.
  - REIS, A.C. “ECONOMIA CRIATIVA: COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO: UMA VISÃO DOS PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO”. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
  - SEBRAE. O Que é Economia Criativa. Disponível em: (<http://www.sebrae.com.br/setor/cultura-e-entretenimento/o-setor/economia-criativa>). Acessado em: 01/05/2012.
  - UNCTAD (2010). “Creative Economy Report 2010”. UNCTAD/DTIC/TAB/December 2010. Disponível em: [http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf). Acessado em: 09/04/2012.



# ANEXO 1

## MAPA REGIÕES DO RIO DE JANEIRO SEGUNDO O SEBRAE/RJ



# ANEXO 2

## COMPOSIÇÃO DOS SETORES CRIATIVOS POR CÓDIGO E CLASSES DA CNAE 2.0

| SETORES CRIATIVOS                   | CÓDIGO | CLASSES DA CNAE 2.0  |
|-------------------------------------|--------|--|
| Arquitetura e design                | 32116  | Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria          |
|                                     | 32124  | Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes                                 |
|                                     | 71111  | Serviços de arquitetura  |
|                                     | 74102  | Design e decoração de interiores   |
| Artes performáticas                 | 90019  | Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares                           |
|                                     | 90035  | Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas |
|                                     | 94936  | Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte               |
| Artes Visuais, plásticas e escritas | 74200  | Atividades fotográficas e similares  |
|                                     | 90027  | Criação artística  |

CONTINUA ►

| SETORES CRIATIVOS | CÓDIGO | CLASSES DA CNAE 2.0   |
|-------------------|--------|---|
| Audiovisual       | 32205  | Fabricação de instrumentos musicais   |
|                   | 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                |
|                   | 59145  | 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                |
|                   | 77225  | Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares                                       |

CONTINUA ►

| SETORES CRIATIVOS  | CÓDIGO | CLASSES DA CNAE 2.0   |
|--------------------|--------|---|
| Edição e impressão | 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               |
|                    | 63917  | Agências de notícias  |
| Ensino e Cultura   | 85937  | Ensino de arte e cultura  |
|                    | 85929  | Ensino de idiomas   |
| Informática        | 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                   |

CONTINUA ►

| SETORES CRIATIVOS          | CÓDIGO | CLASSES DA CNAE 2.0  |
|----------------------------|--------|--|
| Patrimônio Patrimônio      | 91015  | Atividades de bibliotecas e arquivos   |
|                            | 91023  | Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares |
|                            | 91031  | Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental              |
| Pesquisa e Desenvolvimento | 72100  | Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais   |
|                            | 72207  | Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas  |
| Publicidade e Propaganda   | 73114  | Agências de publicidade  |
|                            | 73190  | Atividades de publicidade não especificadas anteriormente  |

# ANEXO 3

## **NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DOS SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010**

### **ANEXO 3.1 | QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS DOS SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010**

| REGIÃO DO ERJ     | ARQUITETURA E DESIGN | ARTES PERFORMÁTICAS | ARTES VISUAIS, PLÁSTICAS E ESCRITA | AUDIOVISUAL | EDIÇÃO E IMPRESSÃO |
|-------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|-------------|--------------------|
| Rio de Janeiro    | 1316                 | 3747                | 685                                | 2425        | 1640               |
| Baixada           | 96                   | 261                 | 75                                 | 221         | 173                |
| Médio Paraiba     | 74                   | 169                 | 65                                 | 194         | 125                |
| Centro Sul        | 16                   | 78                  | 24                                 | 88          | 56                 |
| Serrana II        | 65                   | 130                 | 22                                 | 133         | 77                 |
| Serrana I         | 18                   | 114                 | 26                                 | 91          | 87                 |
| Leste Fluminense  | 164                  | 371                 | 90                                 | 214         | 204                |
| Baixada Litorânea | 71                   | 165                 | 45                                 | 141         | 138                |
| Norte             | 33                   | 176                 | 29                                 | 134         | 54                 |
| Noroeste          | 8                    | 57                  | 12                                 | 58          | 45                 |

---

---

| ENSINO E CULTURA | INFORMÁTICA | PATRIMÔNIO | PESQUISA E DESENVOLVIMENTO | PUBLICIDADE E PROPAGANDA | TOTAL DA CADEIA CRIATIVA |
|------------------|-------------|------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 912              | 6282        | 100        | 263                        | 2134                     | 19504                    |
| 166              | 1477        | 7          | 10                         | 135                      | 2621                     |
| 128              | 260         | 7          | 3                          | 135                      | 1160                     |
| 23               | 1320        | 3          | 5                          | 58                       | 1671                     |
| 66               | 1040        | 7          | 14                         | 79                       | 1633                     |
| 31               | 147         | 5          | 0                          | 48                       | 567                      |
| 192              | 1192        | 15         | 24                         | 236                      | 2702                     |
| 60               | 1508        | 6          | 12                         | 116                      | 2262                     |
| 105              | 129         | 5          | 5                          | 112                      | 782                      |
| 25               | 54          | 5          | 3                          | 35                       | 302                      |

**ANEXO 3.2 | PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DE ESTABELECIMENTOS DOS SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010**

| REGIÃO DO ERJ     | ARQUITETURA E DESIGN | ARTES PERFORMÁTICAS | ARTES VISUAIS, PLÁSTICAS E ESCRITA | AUDIOVISUAL | EDIÇÃO E IMPRESSÃO |
|-------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|-------------|--------------------|
| Rio de Janeiro    | 7%                   | 19%                 | 4%                                 | 12%         | 8%                 |
| Baixada           | 4%                   | 10%                 | 3%                                 | 8%          | 7%                 |
| Médio Paraiba     | 6%                   | 15%                 | 6%                                 | 17%         | 11%                |
| Centro Sul        | 1%                   | 5%                  | 1%                                 | 5%          | 3%                 |
| Serrana II        | 4%                   | 8%                  | 1%                                 | 8%          | 5%                 |
| Serrana I         | 3%                   | 20%                 | 5%                                 | 16%         | 15%                |
| Leste Fluminense  | 6%                   | 14%                 | 3%                                 | 8%          | 8%                 |
| Baixada Litorânea | 3%                   | 7%                  | 2%                                 | 6%          | 6%                 |
| Norte             | 4%                   | 23%                 | 4%                                 | 17%         | 7%                 |
| Noroeste          | 3%                   | 19%                 | 4%                                 | 19%         | 15%                |

| ENSINO E CULTURA | INFORMÁTICA | PATRIMÔNIO | PESQUISA E DESENVOLVIMENTO | PUBLICIDADE E PROPAGANDA | TOTAL DA CADEIA CRIATIVA |
|------------------|-------------|------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 5%               | 32%         | 1%         | 1%                         | 11%                      | 100%                     |
| 6%               | 56%         | 0%         | 0%                         | 5%                       | 100%                     |
| 11%              | 22%         | 1%         | 0%                         | 12%                      | 100%                     |
| 1%               | 79%         | 0%         | 0%                         | 3%                       | 100%                     |
| 4%               | 64%         | 0%         | 1%                         | 5%                       | 100%                     |
| 5%               | 26%         | 1%         | 0%                         | 8%                       | 100%                     |
| 7%               | 44%         | 1%         | 1%                         | 9%                       | 100%                     |
| 3%               | 67%         | 0%         | 1%                         | 5%                       | 100%                     |
| 13%              | 16%         | 1%         | 1%                         | 14%                      | 100%                     |
| 8%               | 18%         | 2%         | 1%                         | 12%                      | 100%                     |

# ANEXO 4

## **NÚMERO DE TRABALHADORES OCUPADOS EM SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010**

### **ANEXO 4.1 | QUANTIDADE DE TRABALHADORES OCUPADOS EM SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010**

| REGIÃO DO ERJ     | ARQUITETURA E DESIGN | ARTES PERFORMÁTICAS | ARTES VISUAIS, PLÁSTICAS E ESCRITA | AUDIOVISUAL | EDIÇÃO E IMPRESSÃO |
|-------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|-------------|--------------------|
| Rio de Janeiro    | 1525                 | 2631                | 890                                | 5042        | 4763               |
| Baixada           | 432                  | 146                 | 100                                | 165         | 477                |
| Médio Paraíba     | 61                   | 148                 | 61                                 | 413         | 268                |
| Centro Sul        | 4                    | 14                  | 1                                  | 171         | 31                 |
| Serrana II        | 397                  | 62                  | 24                                 | 260         | 213                |
| Serrana I         | 15                   | 83                  | 27                                 | 216         | 107                |
| Leste Fluminense  | 271                  | 161                 | 100                                | 639         | 382                |
| Baixada Litorânea | 18                   | 16                  | 15                                 | 252         | 165                |
| Norte             | 13                   | 76                  | 35                                 | 461         | 207                |
| Noroeste          | 0                    | 85                  | 5                                  | 99          | 61                 |

---

---

| ENSINO E CULTURA | INFORMÁTICA | PATRIMÔNIO | PESQUISA E DESENVOLVIMENTO | PUBLICIDADE E PROPAGANDA | TOTAL DA CADEIA CRIATIVA |
|------------------|-------------|------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 6164             | 10644       | 237        | 689                        | 3369                     | 35954                    |
| 1037             | 387         | 15         | 46                         | 77                       | 2882                     |
| 439              | 320         | 0          | 0                          | 39                       | 1749                     |
| 83               | 122         | 0          | 0                          | 15                       | 441                      |
| 265              | 455         | 1          | 19                         | 57                       | 1753                     |
| 141              | 318         | 0          | 0                          | 15                       | 922                      |
| 1322             | 1328        | 25         | 18                         | 103                      | 4349                     |
| 313              | 377         | 0          | 0                          | 49                       | 1205                     |
| 811              | 211         | 0          | 11                         | 220                      | 2045                     |
| 70               | 110         | 0          | 0                          | 9                        | 439                      |

## ANEXO 4.2 | PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DE TRABALHADORES OCUPADOS EM SUBSETORES CRIATIVOS POR REGIÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO EM 2010

| REGIÃO DO ERJ     | ARQUITETURA E DESIGN | ARTES PERFORMÁTICAS | ARTES VISUAIS, PLÁSTICAS E ESCRITA | AUDIOVISUAL | EDIÇÃO E IMPRESSÃO |
|-------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|-------------|--------------------|
| Rio de Janeiro    | 4%                   | 7%                  | 2%                                 | 14%         | 13%                |
| Baixada           | 15%                  | 5%                  | 3%                                 | 6%          | 17%                |
| Médio Paraiba     | 3%                   | 8%                  | 3%                                 | 24%         | 15%                |
| Centro Sul        | 1%                   | 3%                  | 0%                                 | 39%         | 7%                 |
| Serrana II        | 23%                  | 4%                  | 1%                                 | 15%         | 12%                |
| Serrana I         | 2%                   | 9%                  | 3%                                 | 23%         | 12%                |
| Leste Fluminense  | 6%                   | 4%                  | 2%                                 | 15%         | 9%                 |
| Baixada Litorânea | 1%                   | 1%                  | 1%                                 | 21%         | 14%                |
| Norte             | 1%                   | 4%                  | 2%                                 | 23%         | 10%                |
| Noroeste          | 0%                   | 19%                 | 1%                                 | 23%         | 14%                |

| ENSINO E CULTURA | INFORMÁTICA | PATRIMÔNIO | PESQUISA E DESENVOLVIMENTO | PUBLICIDADE E PROPAGANDA | TOTAL DA CADEIA CRIATIVA |
|------------------|-------------|------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 17%              | 30%         | 1%         | 2%                         | 9%                       | 100%                     |
| 36%              | 13%         | 1%         | 2%                         | 3%                       | 100%                     |
| 25%              | 18%         | 0%         | 0%                         | 2%                       | 100%                     |
| 19%              | 28%         | 0%         | 0%                         | 3%                       | 100%                     |
| 15%              | 26%         | 0%         | 1%                         | 3%                       | 100%                     |
| 15%              | 34%         | 0%         | 0%                         | 2%                       | 100%                     |
| 30%              | 31%         | 1%         | 0%                         | 2%                       | 100%                     |
| 26%              | 31%         | 0%         | 0%                         | 4%                       | 100%                     |
| 40%              | 10%         | 0%         | 1%                         | 11%                      | 100%                     |
| 16%              | 25%         | 0%         | 0%                         | 2%                       | 100%                     |

# ANEXO 5

**SETORES DESTAQUES A PARTIR DO CRESCIMENTO MÉDIO DO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS, DO NÚMERO DE OCUPAÇÕES E DO RENDIMENTO EM CADA UMA DAS REGIÕES DE REFERÊNCIA ENTRE 2006 E 2010**

| REGIÃO DO ERJ  | Δ   | ESTABELECIMENTO  | Δ   |
|----------------|-----|--|-----|
| Rio de Janeiro | 16% | Arquitetura e Design<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda                                      | 8%  |
| Baixada        | 40% | Arquitetura e Design<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda | 12% |
| Médio Paraíba  | 5%  | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura                                    | 13% |

| OCUPAÇÃO  | Δ    | RENDIMENTO  | SETORES DESTAQUE  |
|---|------|---|---|
| Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Informática<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento | 22%  | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Informática  | Arquitetura e Design<br>Ensino e Cultura<br>Informática |
| Artes Performáticas<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda   | -19% | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda | Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda  |
| Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Informática  | 17%  | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Patrimônio<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda                                      | Artes Performáticas                                     |

CONTINUA ►

| REGIÃO DO ERJ     | Δ    | ESTABELECIMENTO   | Δ    |
|-------------------|------|---|------|
| Centro Sul        | -30% | Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura  | -11% |
| Serrana II        | 8%   | Audiovisual<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda | 25%  |
| Serrana I         | 68%  | Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Artes Performáticas<br>Informática  | 22%  |
| Leste Fluminense  | 9%   | Arquitetura e Design<br>Audiovisual<br>Ensino e Cultura<br>Publicidade e Propaganda   | 17%  |
| Baixada Litorânea | 58%  | Arquitetura e Design<br>Ensino e Cultura<br>Edição e Impressão<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda   | 38%  |
| Norte             | 29%  | Ensino e Cultura<br>Publicidade e Propaganda  | 8%   |
| Noroeste          | 105% | Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Ensino e Cultura<br>Informática  | 24%  |

| OCUPAÇÃO   | Δ   | RENDIMENTO   | SETORES DESTAQUE   |
|--|-----|--|--|
| Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Audiovisual<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda | -1% | Audiovisual<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda  | Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura   |
| Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Informática<br>Patrimônio<br>Publicidade e Propaganda                       | 7%  | Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Ensino e Cultura<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento<br>Publicidade e Propaganda | Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Edição e Impressão<br>Publicidade e Propaganda |
| Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Ensino e Cultura<br>Informática   | 21% | Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Audiovisual<br>Informática   | Arquitetura e Design<br>Informática  |
| Arquitetura e Design<br>Informática<br>Pesquisa e Desenvolvimento  | -4% | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Ensino e Cultura<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento  | Arquitetura e Design   |
| Arquitetura e Design<br>Edição e Impressão<br>Informática  | 68% | Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda  | Arquitetura e Design<br>Informática  |
| Arquitetura e Design<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Audiovisual<br>Edição e impressão<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Publicidade e Propaganda | 24% | Arquitetura e Design<br>Artes Performáticas<br>Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Patrimônio<br>Pesquisa e Desenvolvimento   | Ensino e Cultura   |
| Artes Performáticas<br>Audiovisual<br>Ensino e Cultura<br>Informática  | 18% | Artes Visuais, Plásticas e Escrita<br>Ensino e Cultura<br>Informática<br>Patrimônio<br>Publicidade e Propaganda  | Ensino e Cultura<br>Informática  |

