





Eduardo Ariel

Formação
acadêmica
& interesses
de pesquisa

Graduação em Comunicação pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1999), Pós-Graduado em Design de Interface pela Unicarioca (2002), Mestrado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2004) e Doutorado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2008).

Pós-Doutorado em Ciência da Informação pelo IBICT (2012). Licenciatura em Artes Visuais pelo Centro Universitário ETEP (2022). Pós-doutorado em Design pela ESDI/UERJ (2024)

Eduardo Ariel

https://miro.com/welcomeonboard/NVdzY0xMZTBWM3EzVFpGRTRObTcydmNyZEdvRVBMS1FYbmZ3QkJKNjdiZ3BiMmZPN05UeDZUQjF3R1RrU1Nid3wzMDc0NDU3MzQ4NTE2NTcxODg4fDI=?share_link_id=268209409058



Cultura é a expressão da singularidade de um território, é um espelho das tradições, crenças e das cotidianidades de um povo. Através da cultura é possível decifrar uma nação e as relações sociais nela emaranhadas.

Ministério das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR).

<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/micbr/noticias-1/o-mercado-das-industrias-criativas-do-brasil-micbr>



Embora o início dos anos 1990 tenha sido um período de **desafios econômicos globais**, a motivação principal do "**Creative Nation**" foi **estratégica** e não uma resposta a uma crise imediata.

O governo de **Paul Keating** via a cultura e a criatividade como uma **nova frente de desenvolvimento econômico e soft power** para a Austrália no século XXI.

Globalização e Competitividade Econômica

Nos anos 1990, o mundo passava por uma forte globalização e digitalização.

A Austrália precisava reposicionar sua economia para competir no mercado global, valorizando indústrias de alto valor agregado, como mídia, cinema, design e tecnologia.

Reconhecimento do Potencial Econômico da Cultura

O governo percebeu que as indústrias criativas já estavam gerando empregos e crescimento econômico.

Setores como cinema, TV, música e design estavam expandindo rapidamente e precisavam de apoio estratégico para crescer.

Fortalecimento da Identidade Nacional e Cultura Indígena

Havia uma preocupação em reforçar a identidade cultural australiana, promovendo tanto a cultura mainstream quanto as tradições indígenas.

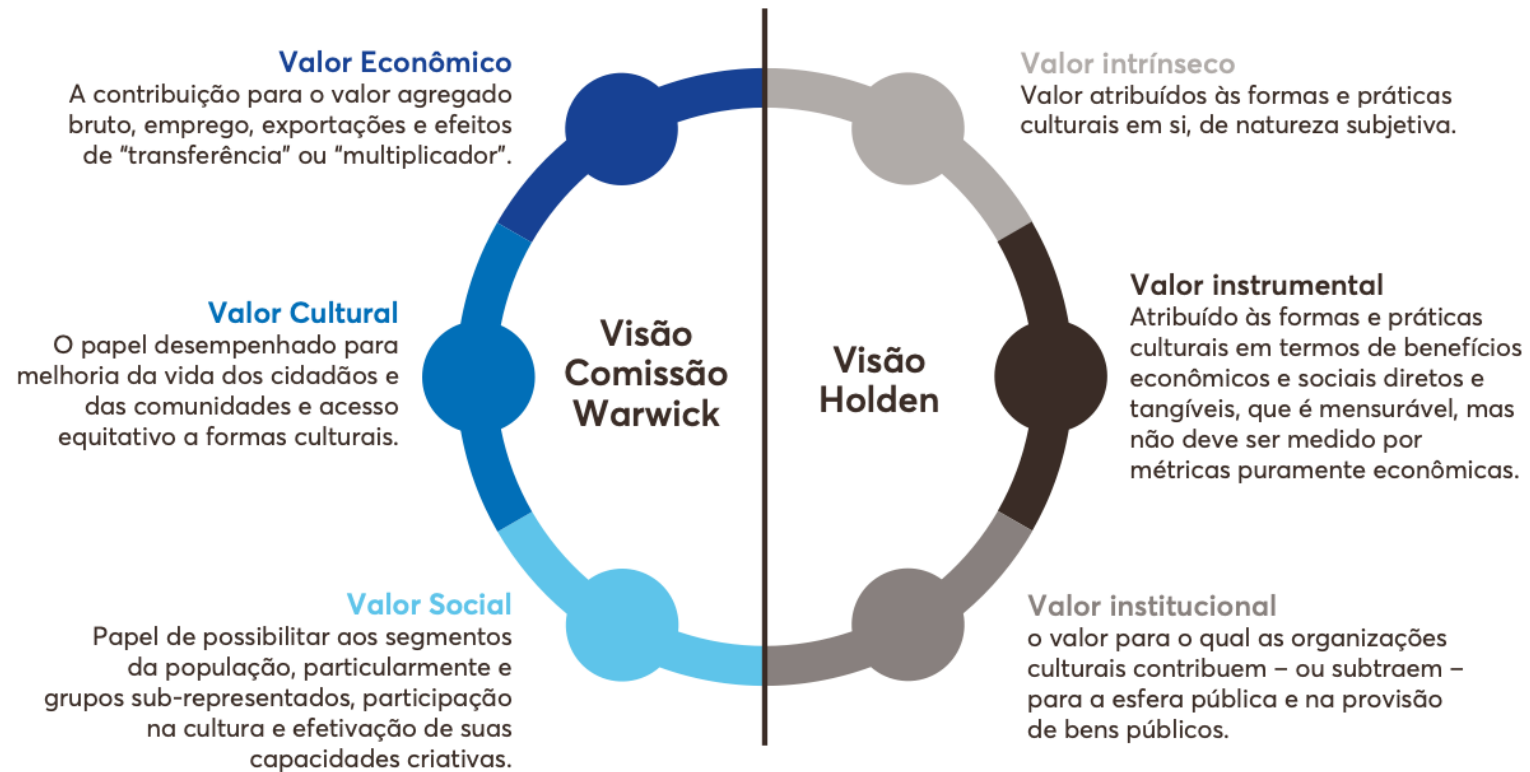
A política buscava diferenciar a Austrália no cenário global e evitar uma dependência excessiva da cultura estrangeira (especialmente dos EUA).

Tendência Internacional de Economia Criativa

Outros países estavam começando a explorar o potencial econômico da cultura (o Reino Unido só formalizou esse conceito em 1998).

A Austrália se adiantou ao reconhecer que cultura e criatividade eram ativos estratégicos.

Figura 10: Dimensões do Valor Criativo - Detalhamento rápido



Fonte: elaboração própria.

Figura 2: Economia Criativa e Economia do Conhecimento

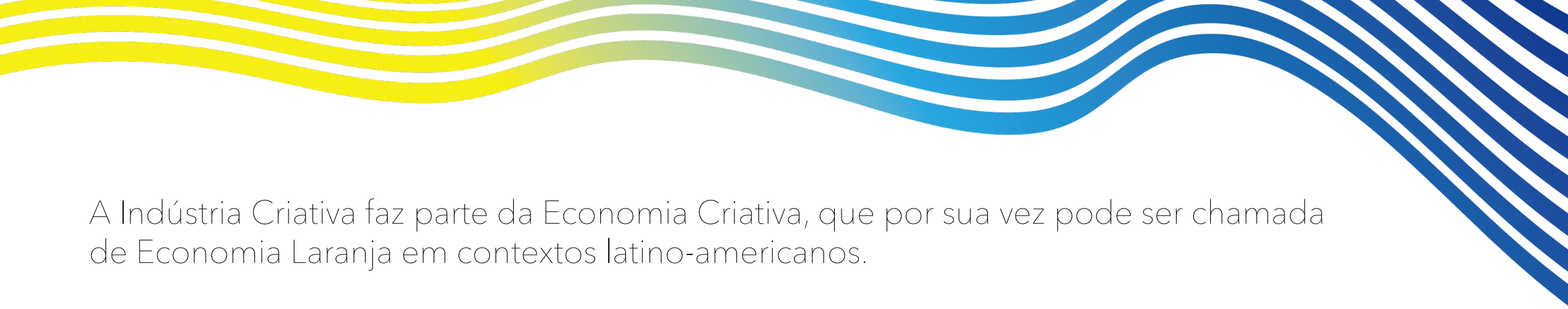


Fonte: elaboração própria.

Segundo **Howkins (2001)**, um dos pioneiros no estudo do tema, a **Economia Criativa** pode ser definida como o conjunto de atividades que resultam da **geração de ideias e do capital intelectual**, abrangendo setores que têm como base a criatividade humana.

Outra definição amplamente aceita é a apresentada pela **UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento)**, que descreve a economia criativa como:

Um conceito econômico emergente baseado em ativos criativos que geram crescimento econômico e desenvolvimento, promovem a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.



A Indústria Criativa faz parte da Economia Criativa, que por sua vez pode ser chamada de Economia Laranja em contextos latino-americanos.

Economia Laranja

Termo criado pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), usado especialmente na América Latina.

Refere-se ao conjunto de atividades que transformam criatividade e cultura em valor econômico.

Economia Criativa

Conceito mais amplo, globalmente aceito.

Inclui todas as indústrias baseadas em criatividade, inovação e propriedade intelectual (como design, mídia, artes e tecnologia).

Indústria Criativa

Subconjunto da economia criativa.

Abrange setores específicos (ex: cinema, publicidade, moda, games) que geram produtos e serviços criativos de forma sistemática



Economia Criativa

A matéria prima dessa economia é a criatividade e a cultura, que alcança um duplo valor: econômico e cultural.

Envolve as atividades baseadas no capital intelectual, ou seja, tudo o que é criação e que gera oportunidades para indivíduos, empresas, regiões e países para impulsionar o crescimento através de geração de empregos. Ou seja, quando fomentamos nossa comunidade artística aqui no solo brasileiro, também podemos falar que estamos movimentando a economia dentro do setor.

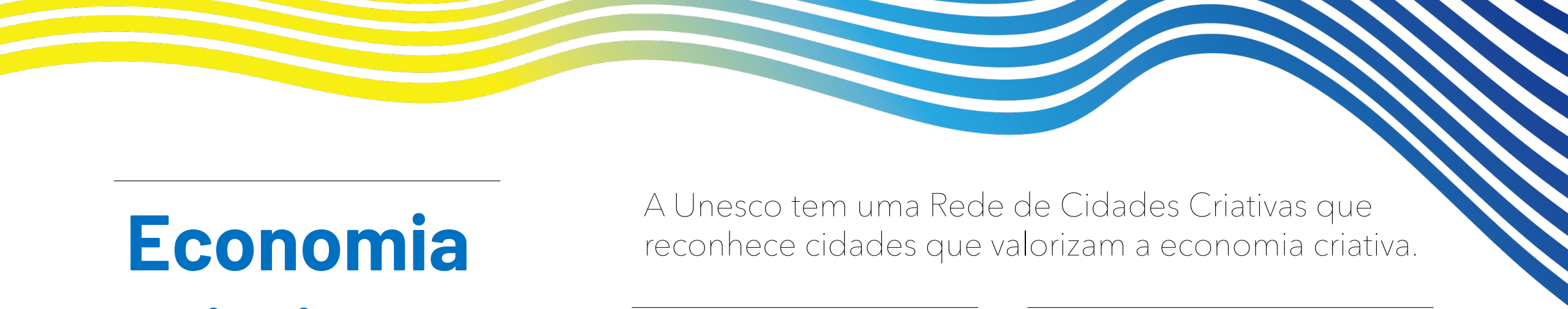


Economia Criativa

A economia criativa é um conceito que engloba atividades econômicas baseadas na produção, distribuição e comercialização de bens e serviços que têm como principal elemento a criatividade, a cultura, o conhecimento e o capital intelectual.

Esse setor inclui indústrias culturais, como artes visuais, música, literatura, design, cinema, arquitetura, moda, publicidade, tecnologia, jogos eletrônicos, turismo cultural e outras áreas em que a criatividade é um recurso central.

O termo surgiu para destacar o potencial econômico das indústrias criativas, especialmente no contexto de um mundo globalizado e digital, onde ideias inovadoras e produtos culturais se tornaram estratégicos.



Economia Criativa

Capitais criativas pela Unesco

A Unesco tem uma Rede de Cidades Criativas que reconhece cidades que valorizam a economia criativa.

Barcelona: cidade literária da Espanha

Berlim: cidade alemã com foco no design

Carrara: cidade italiana conhecida pelas suas pedreiras de mármore branco

Florianópolis: conhecida pela gastronomia diversa e de excelência

João Pessoa: conhecida pelo artesanato e arte popular

Lodz: cidade polonesa conhecida pelo cinema

Medellín: cidade colombiana conhecida pela música

Montevidéu: cidade uruguaia conhecida pela literatura

Norwich: cidade inglesa conhecida pela literatura

**Imagem é poder.
É o poder suave .**

Soft Power é um termo cunhado nos anos 1980 pelo cientista político Joseph Nye. É definido como “a habilidade de se conseguir o que quer pela atração e não pela coerção ou pagamentos.” Soft Power se contrapõe ao uso da força (hard power) e ao uso do poder econômico, está relacionado com o poder de influência de um país que usa sua imagem para atrair, influenciar e persuadir através de suas ideias, cultura e valores.

Economia Criativa

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura e identidade dos territórios

A França foi pioneira ao incorporar sua cultura em prol da política externa.

Durante os reinados de Luís XIII e Luís XIV, os missionários tiveram apoio do governo para difundir a língua e a cultura francesa na Europa.

Como resultado, no final do século XVIII, o francês era a língua da nobreza e dos intelectuais europeus.



 Rei Luis XIII



 Rei Luis XIII

Economia Criativa

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura e identidade dos territórios

Atualmente, as indústrias criativas que possibilitam o ganho de recursos pela exploração da propriedade intelectual são especialmente estratégicas para o desenvolvimento através do Soft Power no mundo digitalizado.

As 5 maiores empresas em valor de mercado

1975	1985	1995	2005	2015
IBM Exxon Mobile Procter & Gamble GE 3M	IBM Exxon Mobile GE Schlumberger Chevron	GE Exxon Mobile Coca-cola Atria Walmart	GE Exxon Mobile Microsoft Citigroup Walmart	Apple Alphabet Microsoft Amazon Facebook

Fonte: adaptado de Ponemon Institute LLC. Intangible Assets Financial Statement Impact Comparison Report. 2019.

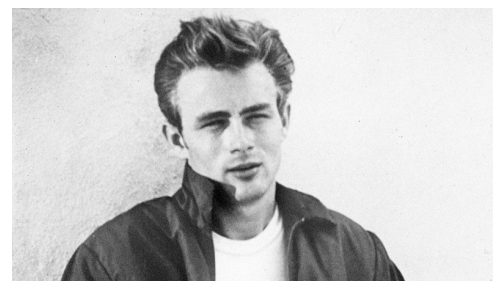
Economia Criativa

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura e identidade dos territórios

Hollywood e a produção audiovisual norte-americana além de levar o "american way of life" para o mundo, geram bilhões de dólares em turismo e comercialização de produtos e serviços para os E.U.A.



 Marilyn Monroe



 James Dean

Economia Criativa

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura e identidade dos territórios

O Hallyu, fenômeno conhecido como “onda coreana” ilustra o crescimento da popularidade das produções originárias do leste asiático.



 BTS

O governo da Coreia do Sul investe e apoia suas indústrias criativas, principalmente a música, o audiovisual, e mais recentemente, os jogos digitais, o que projeta a imagem do país para o mundo.



 BLACKPINK

Economia Criativa

Soft Power e desenvolvimento com base na cultura e identidade dos territórios

A cultura MAG (mangá, anime e games) do Japão que gera receita de propriedade 89 intelectual no mundo todo, inclusive em países historicamente inimigos, como a China.



 Goku, Dragon Ball



 Tanjiro, Demon Slayer



Economia Criativa

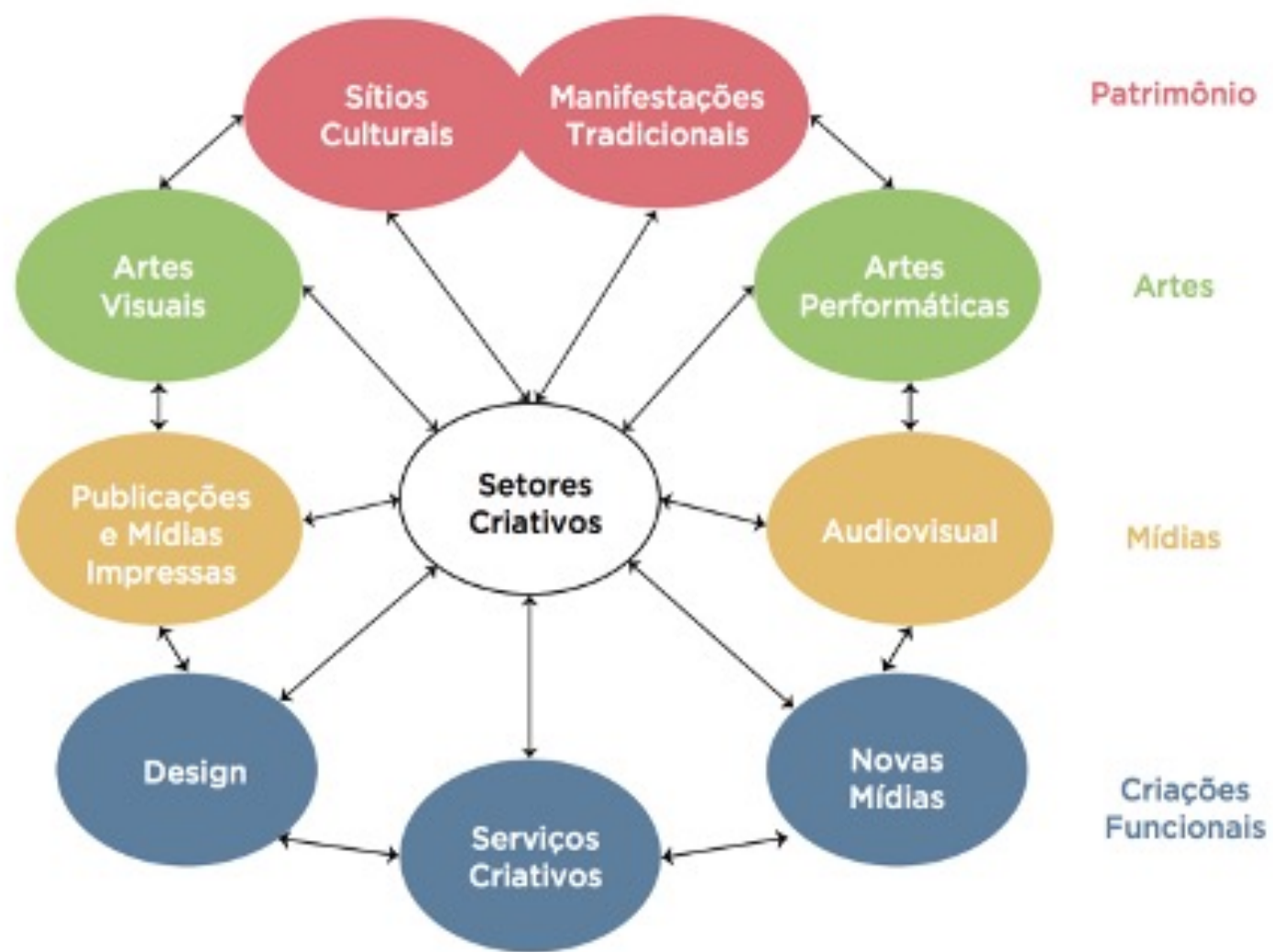
A Economia Criativa é formada pelos recursos criativos que potencializam o desenvolvimento e promovem a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Tipos de criatividade:

Artística

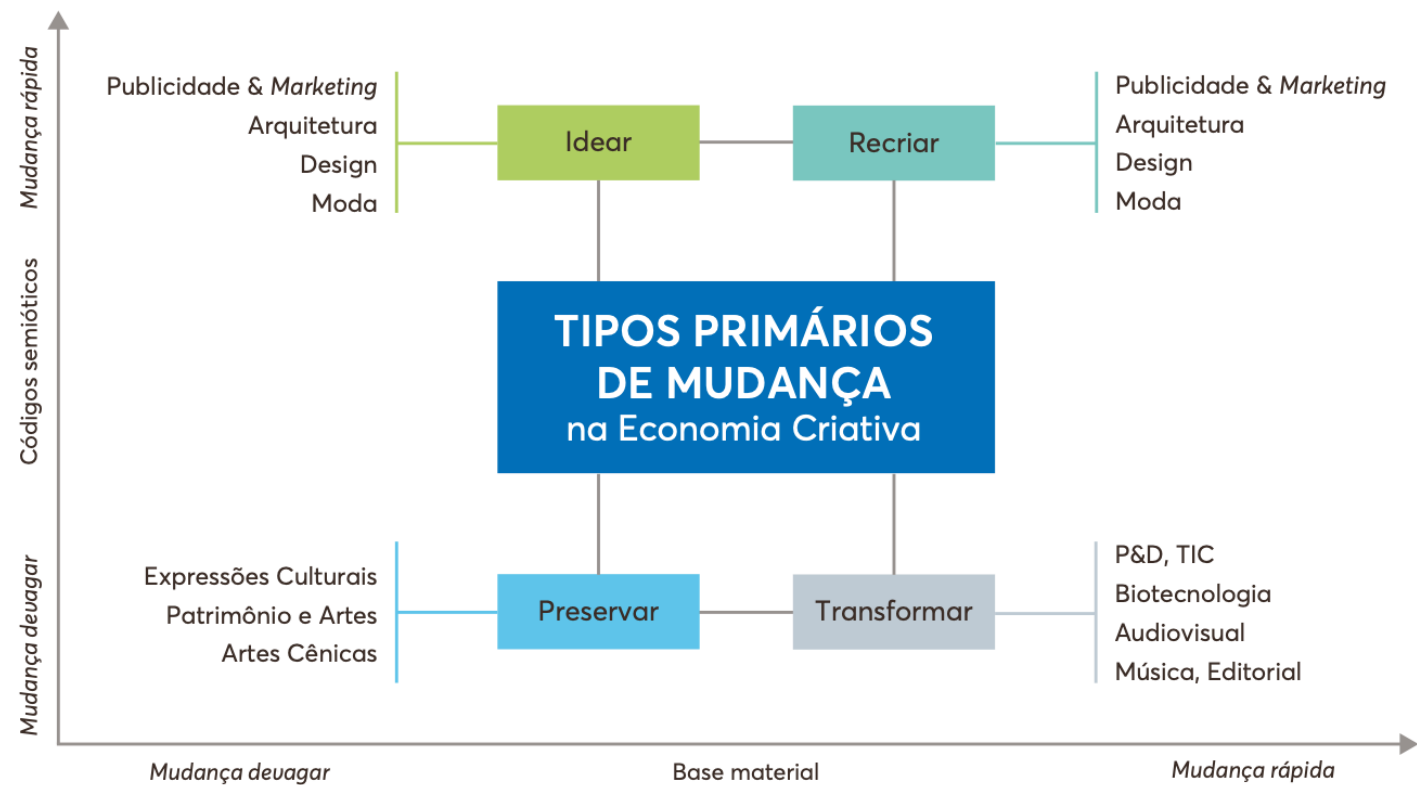
Econômica

Científica



Fonte: UNCTAD(2008)

Figura 4: Tipos primários de mudança na Economia Criativa. Adaptada de Jones, Lorenzen e Sapsed (2015)



Fonte: adaptada de Jones, Lorenzen e Sapsed (2015).

A economia verde é o nosso grande trunfo.

Os Estados Unidos souberam vender a cultura deles através de Hollywood, a Europa com a riqueza de sua historia da arte. Nós estamos numa das áreas mais férteis do planeta, mais rica em biodiversidade, ou seja, precisamos olhar para nossa terra e entender que somos o grande potencial da economia verde.

Entrevista | Oskar Metsavaht, fundador da Osklen - YouTube. (n.d.). Retrieved April 13, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=AJayznX4g-4>





Economia Criativa

Cadeia criativa

Criadores & Produtores

Organizações culturais

Empresas investidoras

Poder público

Imprensa cultural

Meio acadêmico

Público consumidor

Por ser um assunto muito abrangente, muitos pesquisadores trabalham com uma abordagem em uma visão de cadeia.

Nessa cadeia encontram-se as chamadas indústrias criativas. Leonardo Brant, no livro Mercado Cultural, engloba a cadeia criativa em todos os níveis, ou seja, todos são importantes e cumprem um papel fundamental e complementar.



Economia Criativa

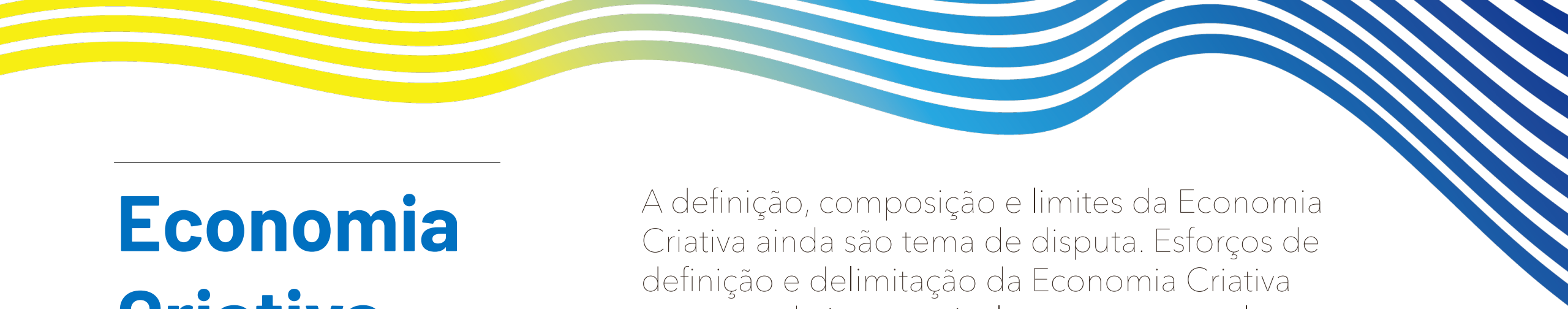
Cadeia criativa

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), as cadeias produtivas são compostas de ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços. Pode ser dividida em três grandes áreas:

O núcleo criativo: conjunto de atividades econômicas que utilizam idéia como instrumento principal.

Atividades relacionadas: atividade que diretamente geram bens e serviços ao núcleo.

Apoio: ofertantes indiretos de bens e serviços



Economia Criativa

Áreas criativas

Consumo

Mídias

Cultura

Tecnologia

A definição, composição e limites da Economia Criativa ainda são tema de disputa. Esforços de definição e delimitação da Economia Criativa com grande impacto incluem, por exemplo, o Modelo de Círculos Concêntricos, o Modelo de Textos Simbólicos, as Indústrias de Copyright, e o modelo da UNCTAD²², entre outros.

As primeiras definições de Indústrias Criativas surgiram no início da década de 1990, enquanto as primeiras discussões acerca de uma Economia Criativa apareceram a partir do ano 2000.



Economia Criativa

No Brasil

A Economia Criativa é um setor estratégico e dinâmico, tanto do ponto de vista econômico quanto social, com vários benefícios para a sociedade desde aumento de emprego ao fomento da diversidade cultural.

Ela começou a se estruturar através do Plano Nacional da Cultura PNC/MINC, que consiste em mapear os segmentos culturais.





Faber Futures (faberfutures.com) é uma empresa britânica atuando na interseção entre design, moda, tecnologia e sustentabilidade. Desenvolveu um método de tingimento de tecidos por meio de fermentação e bactérias (*Streptomyces coelicolor*) que não desbota e usa até 500 vezes menos água.

Foto: Natsai Chieza /Gingko Bioworks

Economia Criativa

1. Dados

Os setores criativos empregam mais que o setor automobilístico no Brasil

O PIB gerado pelas Indústrias Criativas é de 3,11%

Emprega cerca de 7,5 milhões de pessoas nas mais de 130 mil empresas formalizadas

O setor cresceu entre 2013 e 2017 a uma taxa média anual de 8,1%, bem acima do conjunto da economia

Em 2015, empregava diretamente 851,2 mil profissionais, embora o mercado seja formado por profissionais autônomos e informais na grande maioria

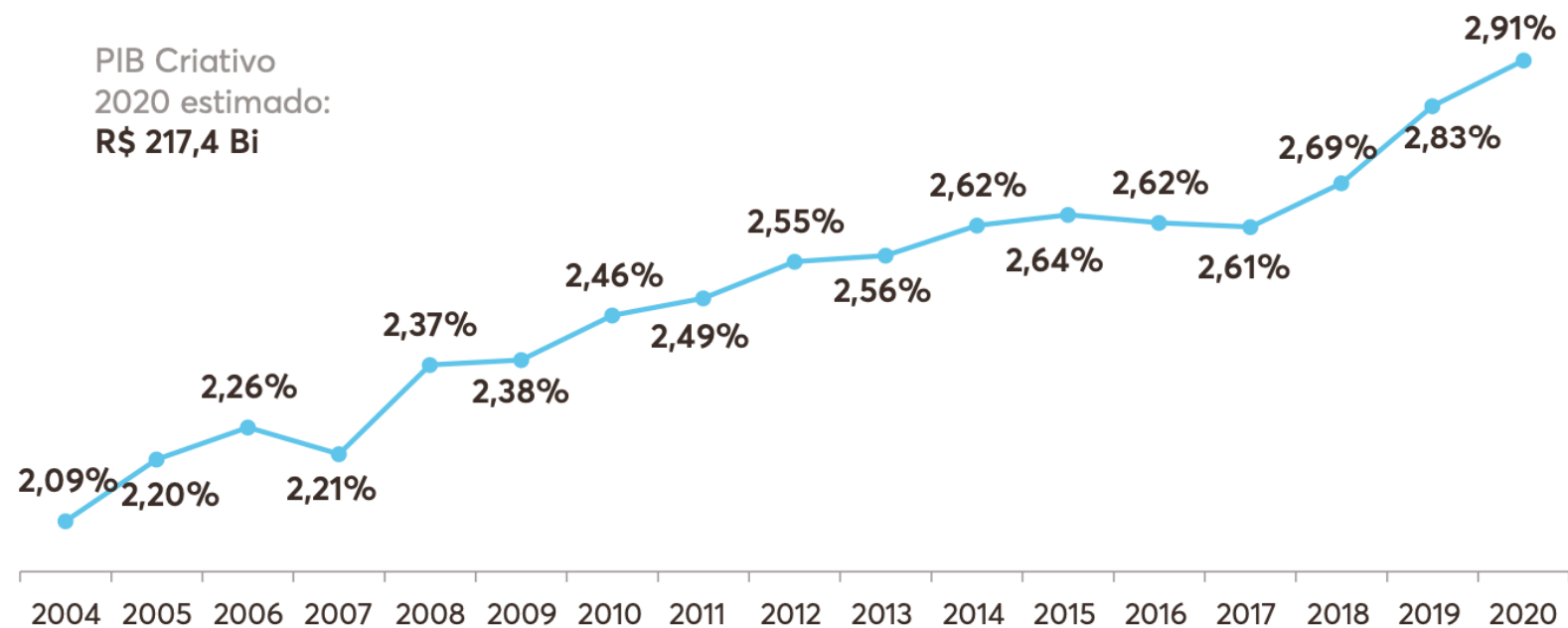
De acordo com pesquisa realizada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, se a economia criativa fosse um país, teria o quarto maior PIB, de 4,3 bilhões de dólares.

Números da Economia Criativa no Mundo¹⁷

- Em 2018 a Economia Criativa representava 3% do PIB Global.
- Entre 2002 e 2015, o valor de mercado global para bens criativos mais que dobrou, de US\$208 bilhões para US\$509 bilhões.
- Gera quase 30 milhões de empregos em todo o mundo, ou aproximadamente 1% da população ativa mundial e mais pessoas entre 15 e 29 anos do que qualquer outro setor.
- Na América Latina e Caribe, Indústrias Criativas geraram uma receita de US\$124 bilhões em 2015, equivalente a 2,2% do PIB da região. Empregaram 1,9 milhão de pessoas, em média 5,3% da população total empregada dos países da região.
- Na China, a contribuição das ICs para o PIB foi de 4,6% em 2015, enquanto no Reino Unido e na Austrália era de 5,9% e 6,0%, respectivamente, em 2019.
- Em termos de comércio internacional, entre 2000 e 2015 o comércio de bens criativos mais que dobrou no mundo. Em 2018, o comércio de serviços criativos respondia por 18,9% de todo o comércio de serviços.

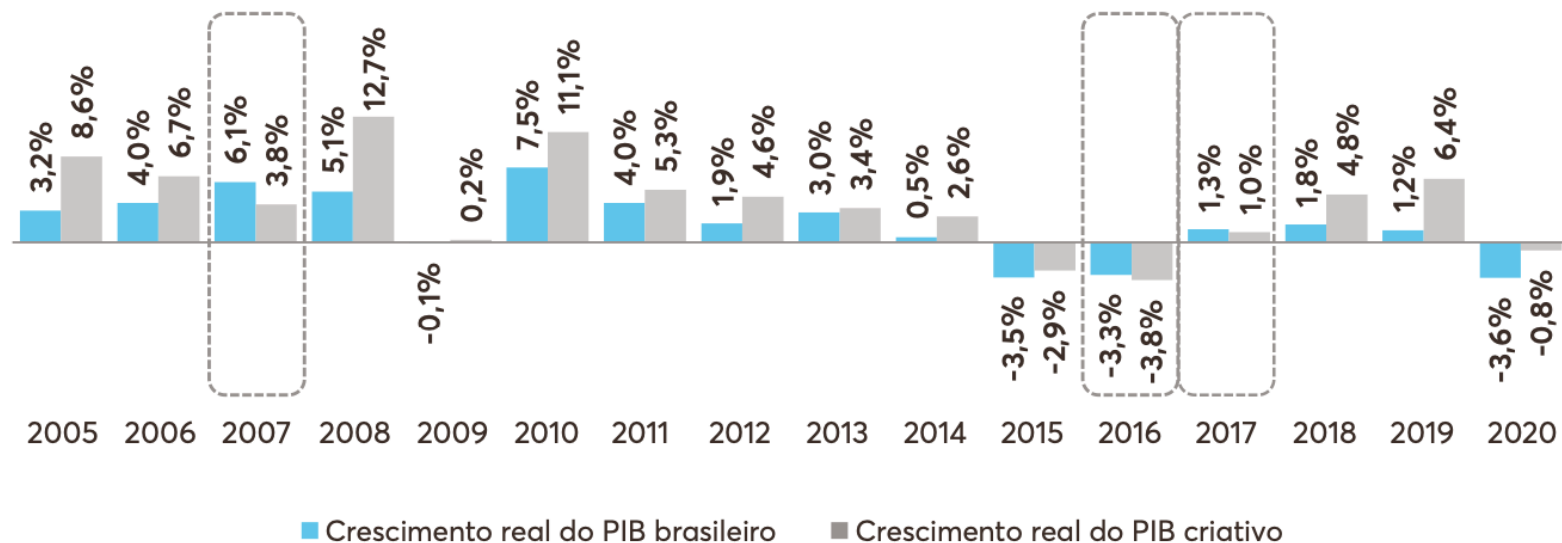
Economia Criativa

Gráfico 1: Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2020



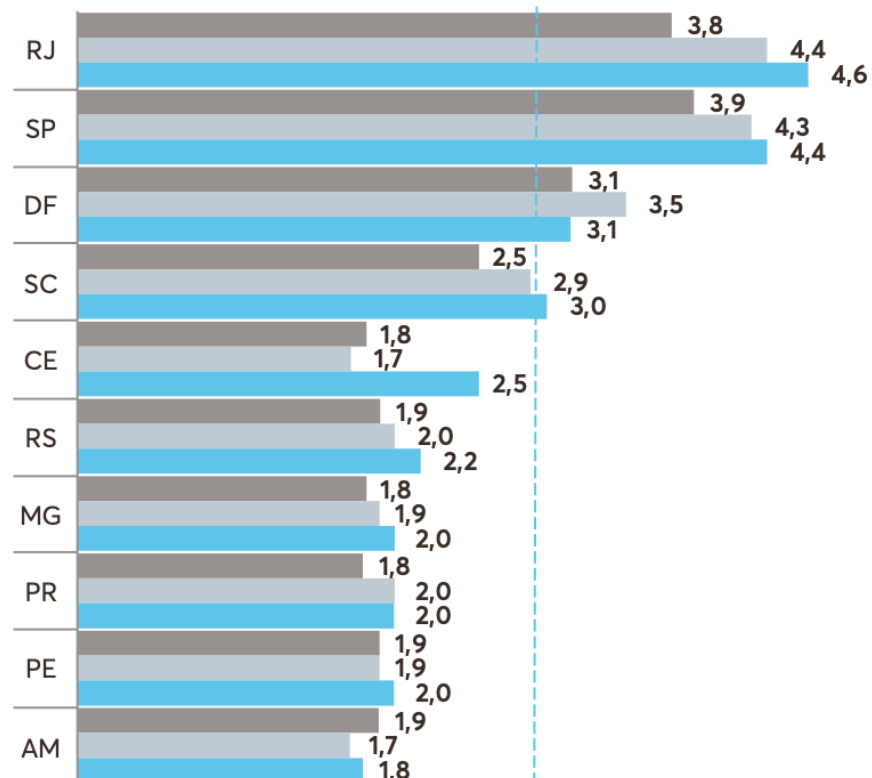
Economia Criativa

Gráfico 2: Taxa de crescimento real anual do PIB criativo e PIB brasileiro



Economia Criativa

Gráfico 3: Taxa de participação do PIB criativo no PIB de cada UF (em %)



Economia Criativa

2. Eventos

Mercado das Indústrias Criativas no Brasil (MICBR)

Evento MICSUR onde criadores apresentam suas produções em rodadas de negócios para investidores

3. Links

[Firjan](#)

[APRO - Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais](#)

[Ancine](#)

[Clube de Criação do Rio](#)

[ADG](#)

[BRAVI - Brasil Audiovisual Independente](#)

[Brazil Games](#)

[ABAP](#)



Biomimicry Shoes. Sapatos criados pelos designers Marieka Ratsma e Kostika Spaho (2011), inspirados em ossos de pássaros e impressos em 3D em filamento de nylon (poliamida).

Foto: Thomas van Schaik

Trata-se ainda de um conjunto de cadeias de valor que apresenta baixo consumo de recursos naturais e alto impacto na formação do capital humano, na produção de bem estar social e na dinamização de outros setores da economia.

Sá Leitão

Foi Secretário da Cultura do Estado de São Paulo entre 2019 e 2023

ESTUDOS E PESQUISAS

Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil



Consumo



Publicidade
& Marketing



Arquitetura



Design



Moda

Tecnologia



P&D



TIC



Biotecnologia

Mídia



Editorial



Audiovisual

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música

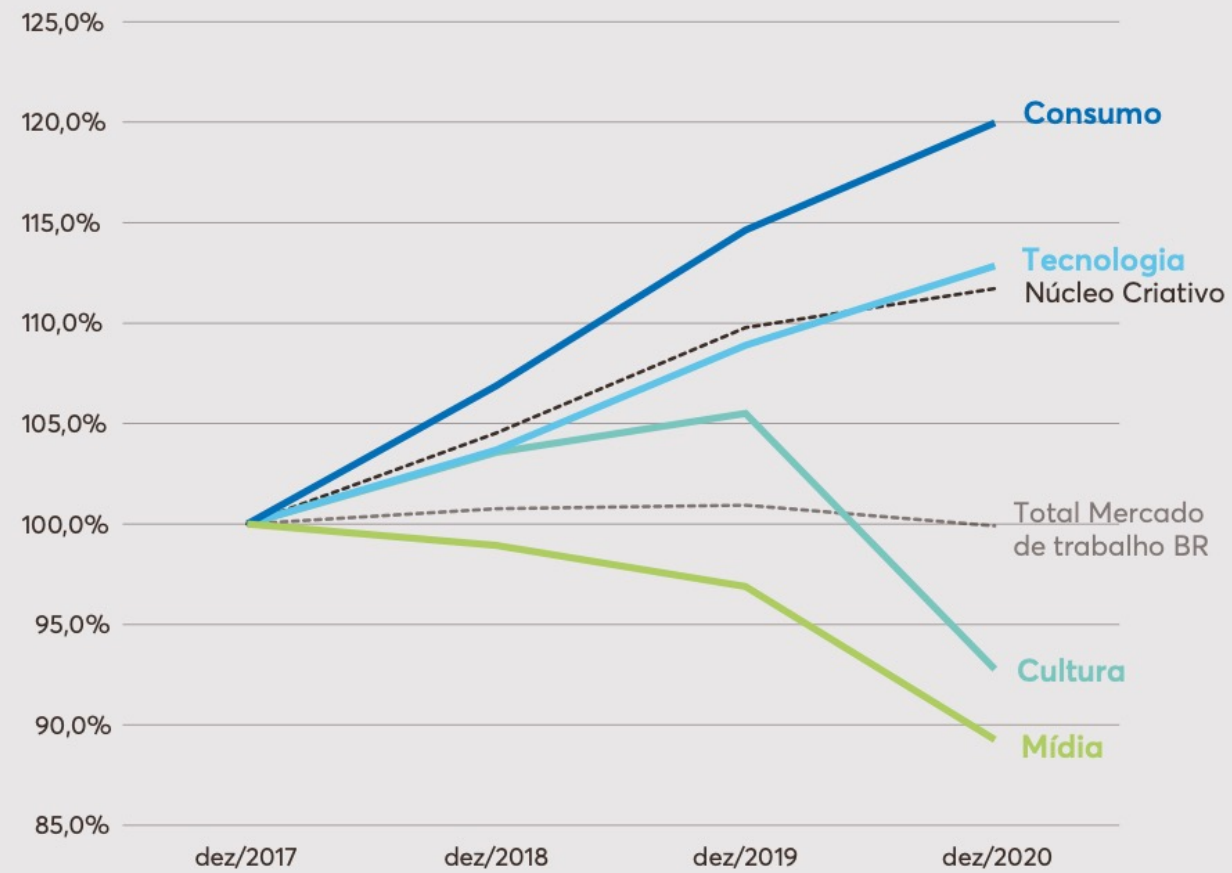


Artes Cênicas

Tabela 2: Rendimento médio por área da Indústria Criativa entre 2017 e 2020

Segmento	Salário Médio			Variação %		Múltiplo da renda média nacional		
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019	2017	2019	2020
Total Mercado de Trabalho	R\$ 3.141	R\$ 3.032	R\$ 2.924	-6,9%	-3,5%	-	-	-
Núcleo Criativo	R\$ 7.692	R\$ 7.248	R\$ 6.926	-10,0%	-4,5%	2,45	2,39	2,37
Cultura	R\$ 3.661	R\$ 3.494	R\$ 3.306	-9,7%	-5,4%	1,17	1,15	1,13
Expressões Culturais	R\$ 2.509	R\$ 2.457	R\$ 2.097	-16,4%	-14,6%	0,80	0,81	0,72
Artes Cênicas	R\$ 4.488	R\$ 4.151	R\$ 4.242	-5,5%	2,2%	1,43	1,37	1,45
Música	R\$ 3.631	R\$ 3.563	R\$ 3.534	-2,7%	-0,8%	1,16	1,18	1,21
Patrimônio e Artes	R\$ 5.365	R\$ 5.460	R\$ 5.728	6,8%	4,9%	1,71	1,80	1,96
Tecnologia	R\$ 10.765	R\$ 10.149	R\$ 9.548	-11,3%	-5,9%	3,43	3,35	3,27
TIC	R\$ 8.014	R\$ 7.733	R\$ 7.606	-5,1%	-1,6%	2,55	2,55	2,60
Biotecnologia	R\$ 6.520	R\$ 5.741	R\$ 5.349	-18,0%	-6,8%	2,08	1,89	1,83
Pesquisa & Desenvolvimento	R\$ 13.785	R\$ 13.088	R\$ 12.221	-11,3%	-6,6%	4,39	4,32	4,18
Consumo	R\$ 6.607	R\$ 6.144	R\$ 5.814	-12,0%	-5,4%	2,10	2,03	1,99
Publicidade & Marketing	R\$ 7.524	R\$ 6.850	R\$ 6.303	-16,2%	-8,0%	2,40	2,26	2,16
Design	R\$ 3.706	R\$ 3.460	R\$ 3.296	-11,1%	-4,7%	1,18	1,14	1,13
Arquitetura	R\$ 9.483	R\$ 8.593	R\$ 8.239	-13,1%	-4,1%	3,02	2,83	2,82
Moda	R\$ 2.346	R\$ 2.285	R\$ 2.030	-13,5%	-11,1%	0,75	0,75	0,69
Mídia	R\$ 4.603	R\$ 4.444	R\$ 4.439	-3,6%	-0,1%	1,47	1,47	1,52
Editorial	R\$ 5.304	R\$ 5.052	R\$ 5.145	-3,0%	1,9%	1,69	1,67	1,76
Audiovisual	R\$ 3.664	R\$ 3.675	R\$ 3.579	-2,3%	-2,6%	1,17	1,21	1,22

Gráfico 4: Evolução do Número de Empregados na Economia e da Indústria Criativa no Brasil, por área criativa – 2017 a 2020 (2017=100)



Consumo



Publicidade
& Marketing



Arquitetura



Design



Moda

Tabela 3: Empregos (em milhares)

Segmento	Empregos			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Publicidade & Marketing	150.794	199.491	223.497	48,2%	12,0%
Arquitetura	94.801	97.317	97.424	2,8%	0,1%
Design	76.090	81.666	81.458	7,1%	-0,3%
Moda	44.667	41.475	37.138	-16,9%	-10,5%
Consumo	366.352	419.949	439.517	20,0%	4,7%

Consumo



Publicidade
& Marketing



Arquitetura

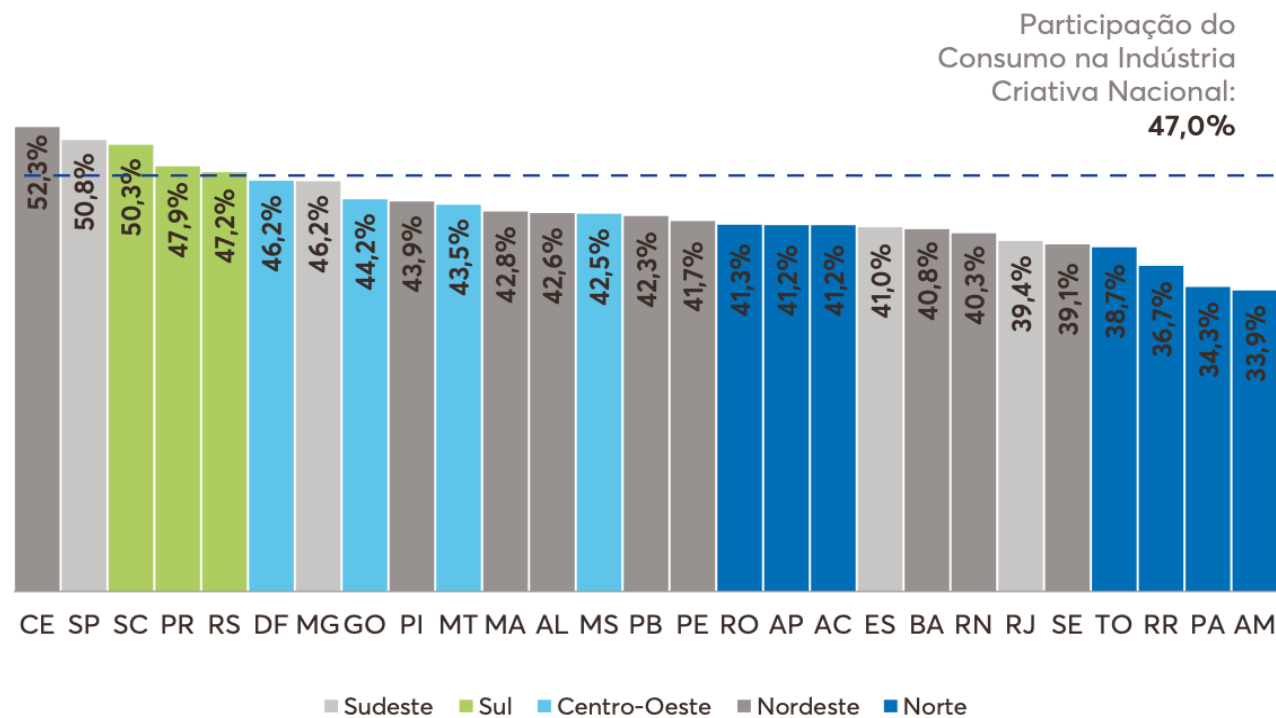


Design



Moda

Gráfico 5: Participação dos Profissionais de Consumo na Indústria Criativa dos Estados – 2020



Consumo



Publicidade
& Marketing



Arquitetura



Design



Moda

Tabela 4: Salários

Segmento	Salário Médio			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Publicidade & Marketing	R\$ 7.524	R\$ 6.850	R\$ 6.303	-16,2%	-8,0%
Arquitetura	R\$ 9.483	R\$ 8.593	R\$ 8.239	-13,1%	-4,1%
Design	R\$ 3.706	R\$ 3.460	R\$ 3.296	-11,1%	-4,7%
Moda	R\$ 2.346	R\$ 2.285	R\$ 2.030	-13,5%	-11,1%
Consumo	R\$ 6.607	R\$ 6.144	R\$ 5.814	-12,0%	-5,4%

Consumo



Tabela 5: Profissões mais numerosas na categoria

Profissões mais numerosas na categoria		Segmentos	Empregos (em milhares)
1º	Engenheiros Civis, Arquitetos e afins	Arquitetura	78,7
2º	Analista de negócios	Publicidade & Marketing	75,5
3º	Analista de pesquisa de mercado	Publicidade & Marketing	52,6
4º	Desenhista projetista	Arquitetura Design	33,2
5º	Gerente de marketing	Publicidade & Marketing	30,0
6º	Desenhista técnico	Arquitetura Design Moda	28,9
7º	Designer gráfico	Design	25,0
8º	Publicitário	Publicidade & Marketing	12,6
9º	Visual merchandiser	Publicidade & Marketing	12,5
10º	Trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couros e peles	Moda	9,9

Consumo



Tabela 6: Profissões mais bem remuneradas na categoria

Profissões mais bem remuneradas na categoria	Segmentos	Salário Médio
1º Diretor de marketing	Publicidade & Marketing	R\$ 26.229
2º Diretor de contas	Publicidade & Marketing	R\$ 11.849
3º Aromista	Moda	R\$ 11.262
4º Gerente de marketing	Publicidade & Marketing	R\$ 10.754
5º Gerente de comunicação	Publicidade & Marketing	R\$ 9.997
6º Engenheiros Civis, Arquitetos e afins	Arquitetura	R\$ 9.526
7º Diretor de criação	Publicidade & Marketing	R\$ 9.298
8º Analista de negocios	Publicidade & Marketing	R\$ 6.362
9º Relações públicas	Publicidade & Marketing	R\$ 6.304
10º Diretor de mídia	Publicidade & Marketing	R\$ 5.609

Tecnologia



P&D



TIC



Biotecnologia

Tabela 8: Empregos (em milhares)

Segmento	Empregos			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
P&D	156.012	165.478	166.023	6,4%	0,3%
TIC	123.415	137.695	146.263	18,5%	6,2%
Biotecnologia	31.012	34.880	38.044	22,7%	9,1%
Tecnologia	310.439	338.053	350.330	12,8%	3,6%

Tecnologia



P&D



TIC



Biotecnologia

Tabela 9: Salários

Segmento	Salário Médio			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
P&D	R\$ 13.785	R\$ 13.088	R\$ 12.221	-11,3%	-6,6%
TIC	R\$ 8.014	R\$ 7.733	R\$ 7.606	-5,1%	-1,6%
Biotecnologia	R\$ 6.520	R\$ 5.741	R\$ 5.349	-18,0%	-6,8%
Tecnologia	R\$ 10.765	R\$ 10.149	R\$ 9.548	-11,3%	-5,9%

Tecnologia



P&D



TIC



Biotecnologia

Tabela 10: Profissões mais numerosas na categoria

Profissões mais numerosas na categoria		Segmentos	Empregos (em milhares)
1º	Engenheiros da área de P&D	P&D	112,6
2º	Programadores/Desenvolvedores	TIC	83,5
3º	Gerentes de tecnologia da informação	TIC	47,8
4º	Pesquisadores em geral	Biotecnologia P&D	31,3
5º	Biomédico	Biotecnologia	20,1
6º	Gerentes de pesquisa e desenvolvimento e afins	P&D	18,5
7º	Engenheiros da área de TIC	TIC	14,9
8º	Biólogo	Biotecnologia	11,8
9º	Geólogos e geofísicos	P&D	5,2
10º	Biotecnologista	Biotecnologia	2,1

Tecnologia



P&D



TIC



Biotecnologia

Tabela 11: Profissões mais bem remuneradas na categoria

Profissões mais bem remuneradas na categoria		Segmentos	Salário Médio
1º	Geólogos e geofísicos	P&D	R\$ 16.100
2º	Gerentes de pesquisa e desenvolvimento e afins	P&D	R\$ 14.655
3º	Pesquisadores em geral	Biotecnologia	R\$ 12.047
4º	Bioteecnologista	Biotecnologia	R\$ 11.836
5º	Engenheiros da área de P&D	P&D	R\$ 11.695
6º	Gerentes de tecnologia da informação	TIC	R\$ 11.498
7º	Engenheiros da área de TIC	TIC	R\$ 11.356
8º	Profissionais das ciências atmosféricas e espaciais e de astronomia	P&D	R\$ 10.633
9º	Geneticista	Biotecnologia	R\$ 8.887
10º	Bioengenheiro	Biotecnologia	R\$ 7.191

Tecnologia



P&D

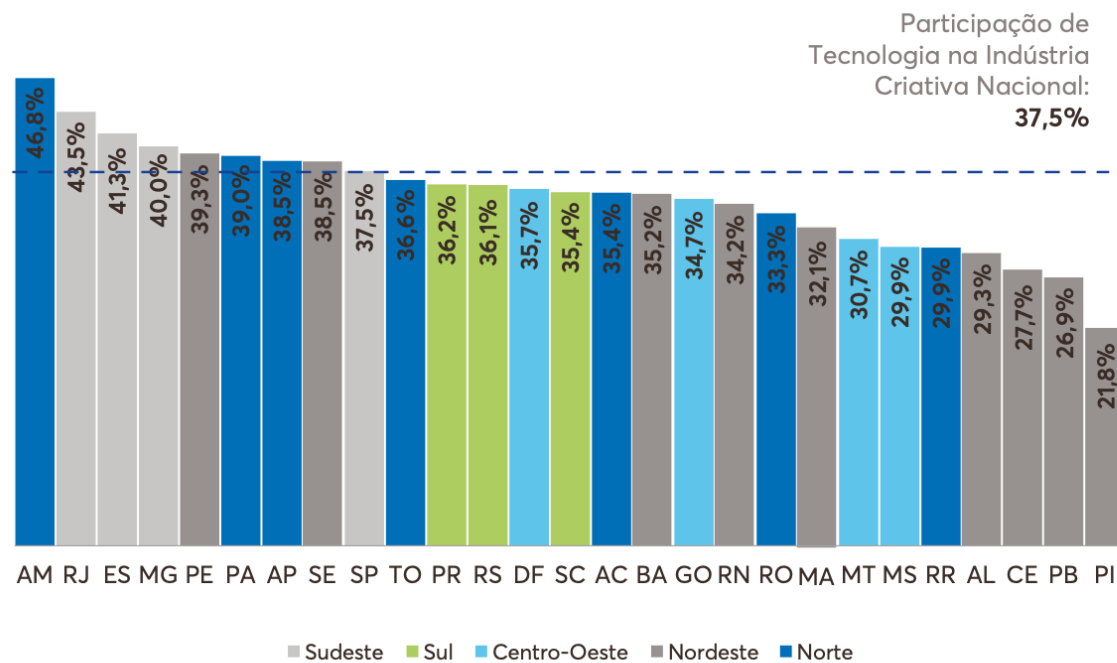


TIC



Biotecnologia

Gráfico 6: Participação dos Profissionais de Tecnologia na Indústria Criativa dos Estados – 2020



Tecnologia



P&D



TIC



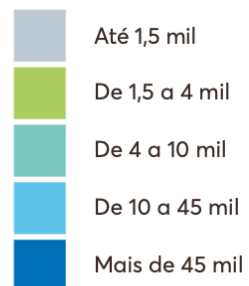
Biotecnologia

Mapa 2: Concentração dos vínculos empregatícios na área de Tecnologia



2020

Tecnologia



Mídia



Editorial



Audiovisual

Tabela 13: Empregos (em milhares)

Segmento	Empregos			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Editorial	54.678	51.680	46.815	-14,4%	-9,4%
Audiovisual	40.884	40.905	38.486	-5,9%	-5,9%
Mídias	95.562	92.585	85.301	-10,7%	-7,9%

Mídia



Editorial



Audiovisual

Tabela 13: Empregos (em milhares)

Segmento	Empregos			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Editorial	54.678	51.680	46.815	-14,4%	-9,4%
Audiovisual	40.884	40.905	38.486	-5,9%	-5,9%
Mídias	95.562	92.585	85.301	-10,7%	-7,9%

Tabela 14: Salários

Segmento	Salário Médio			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Editorial	R\$ 5.304	R\$ 5.052	R\$ 5.145	-3,0%	1,9%
Audiovisual	R\$ 3.664	R\$ 3.675	R\$ 3.579	-2,3%	-2,6%
Mídias	R\$ 4.603	R\$ 4.444	R\$ 4.439	-3,6%	-0,1%

Mídia



Editorial



Audiovisual

Tabela 15: Profissões mais numerosas na categoria

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

Mídia



Editorial



Audiovisual

Tabela 16: Profissões mais bem remuneradas na categoria

Profissões mais bem remuneradas na categoria		Segmentos	Salário Médio
1º	Diretor de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 24.705
2º	Autor-roteirista	Audiovisual	R\$ 15.955
3º	Diretor de redação	Editorial	R\$ 11.951
4º	Diretor de produção	Audiovisual	R\$ 11.780
5º	Comentarista de rádio e televisão	Audiovisual	R\$ 10.669
6º	Apresentador de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 9.949
7º	Editor de revista	Editorial	R\$ 9.460
8º	Editor de livro	Editorial	R\$ 7.330
9º	Editor de jornal	Editorial	R\$ 6.677
10º	Diretor de fotografia	Audiovisual	R\$ 6.578

Mídia



Editorial



Audiovisual

Tabela 16: Profissões mais bem remuneradas na categoria

Profissões mais bem remuneradas na categoria		Segmentos	Salário Médio
1º	Diretor de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 24.705
2º	Autor-roteirista	Audiovisual	R\$ 15.955
3º	Diretor de redação	Editorial	R\$ 11.951
4º	Diretor de produção	Audiovisual	R\$ 11.780
5º	Comentarista de rádio e televisão	Audiovisual	R\$ 10.669
6º	Apresentador de programas de televisão	Audiovisual	R\$ 9.949
7º	Editor de revista	Editorial	R\$ 9.460
8º	Editor de livro	Editorial	R\$ 7.330
9º	Editor de jornal	Editorial	R\$ 6.677
10º	Diretor de fotografia	Audiovisual	R\$ 6.578

Mídia

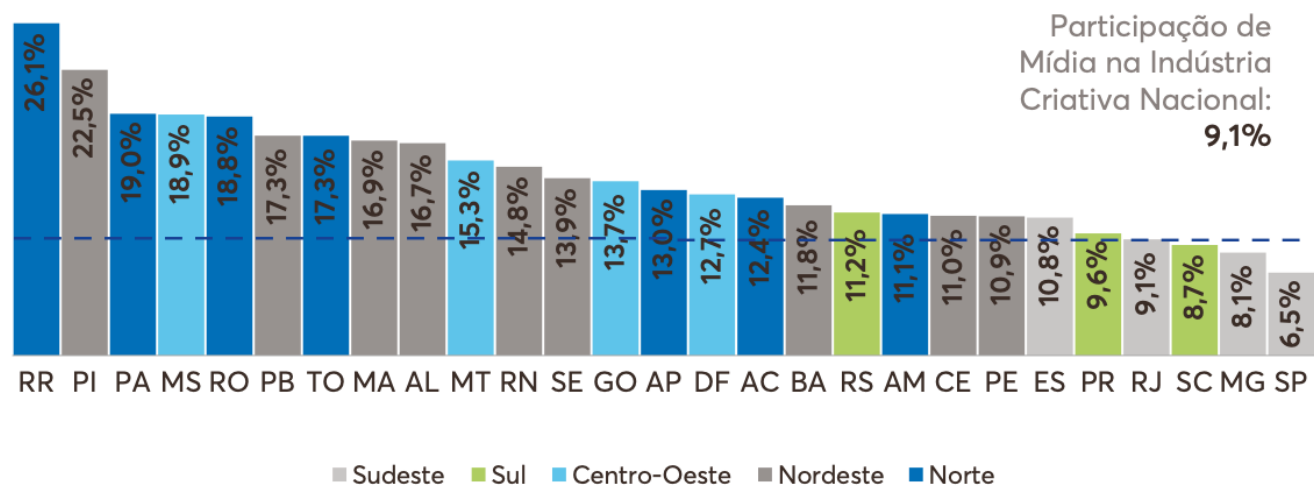


Editorial



Audiovisual

Gráfico 7: Participação dos Profissionais de Mídia na Indústria Criativa dos Estados – 2020



Mídia



Editorial



Audiovisual

Mapa 3: Concentração dos vínculos empregatícios na área de Mídia



2020

Mídia



Até 900



De 900 a 1,5 mil



De 1,5 a 6 mil



Mais de 6 mil

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes Cênicas

Tabela 18: Empregos (em milhares)

Segmento	Empregos			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Expressões Culturais	28.403	32.958	30.621	7,8%	-7,1%
Patrimônio e Artes	14.170	13.652	11.246	-20,6%	-17,6%
Música	11.478	11.961	10.369	-9,7%	-13,3%
Artes Cênicas	10.802	9.852	7.930	-26,6%	-19,5%
Cultura	64.853	68.423	60.166	-7,2%	-12,1%

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes Cênicas

Tabela 19: Salários

Segmento	Salário Médio			Variação %	
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019
Expressões Culturais	R\$ 2.509	R\$ 2.457	R\$ 2.097	-16,4%	-14,6%
Patrimônio e Artes	R\$ 5.365	R\$ 5.460	R\$ 5.728	6,8%	4,9%
Música	R\$ 3.631	R\$ 3.563	R\$ 3.534	-2,7%	-0,8%
Artes Cênicas	R\$ 4.488	R\$ 4.151	R\$ 4.242	-5,5%	2,2%
Cultura	R\$ 3.661	R\$ 3.494	R\$ 3.306	-9,7%	-5,4%

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes Cênicas

Tabela 20: Profissões mais numerosas na categoria

Profissões mais numerosas na categoria		Segmentos	Empregos (em milhares)
1º	Chefe de cozinha	Expressões Culturais	19,3
2º	Chefe de bar	Expressões Culturais	5,6
3º	Gerente de serviços culturais	Patrimônio e Artes	5,3
4º	Músico intérprete instrumentista	Música	4,9
5º	Professor de dança	Artes Cênicas	3,7
6º	Artista (artes visuais)	Patrimônio e Artes	2,6
7º	Músico regente	Música	1,9
8º	Chefe de confeitaria	Expressões Culturais	1,5
9º	Artesão	Expressões Culturais	1,4
10º	Diretor de serviços culturais	Patrimônio e Artes	1,3

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes Cênicas

Tabela 21: Profissões mais bem remuneradas na categoria

Profissões mais bem remuneradas na categoria		Segmentos	Salário Médio
1°	Ator	Artes Cênicas	R\$ 19.437
2°	Dramaturgo de dança	Artes Cênicas	R\$ 13.122
3°	Diretor teatral	Artes Cênicas	R\$ 11.872
4°	Diretor de serviços culturais	Patrimônio e Artes	R\$ 9.564
5°	Gerente de serviços culturais	Patrimônio e Artes	R\$ 6.553
6°	Museólogo	Patrimônio e Artes	R\$ 5.149
7°	Tecnólogo em produção fonográfica	Música	R\$ 5.065
8°	Enólogo	Expressões Culturais	R\$ 5.041
9°	Produtor cultural	Patrimônio e Artes	R\$ 4.976
10°	Cenógrafo carnavalesco e festas populares	Expressões Culturais	R\$ 4.968

Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes

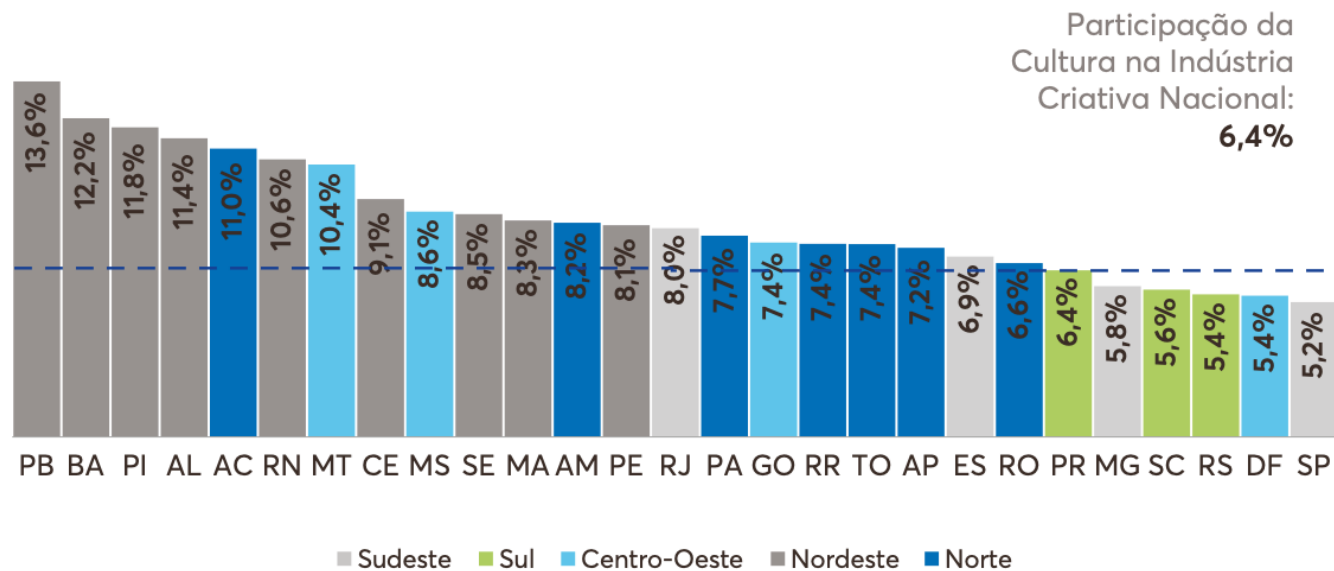


Música



Artes Cênicas

Gráfico 8: Participação dos Profissionais de Cultura na Indústria Criativa dos Estados – 2020



Cultura



Expressões
Culturais



Patrimônio
e Artes



Música



Artes Cênicas

Mapa 4: Concentração dos vínculos empregatícios na área de Cultura



2020

Cultura



Até 500



De 500 a 1 mil



De 1 a 3,5 mil



Mais de 3,5 mil

Tabela 23: Dez maiores variações absolutas em número de vínculos por ocupação criativa – 2017 e 2020

Segmento	Ocupação agregada	Área	Empregos		Variação Absoluta
			2017	2020	2020-2017
Total IC			837.206	935.314	98.108
Analista de negocios	Consumo	Publicidade & Marketing	39.920	75.515	35.595
Analista de pesquisa de mercado	Consumo	Publicidade & Marketing	31.681	52.634	20.953
Programadores/Desenvolvedores	Tecnologia	TIC	72.160	83.537	11.377
Biomédico	Tecnologia	Biotecnologia	11.246	20.056	8.810
Visual merchandiser	Consumo	Publicidade & Marketing	3.761	12.472	8.711
Gerentes de tecnologia da informação	Tecnologia	TIC	39.463	47.818	8.355
Designer gráfico	Consumo	Design	20.215	25.008	4.793
Pesquisadores em geral	Tecnologia	Pesquisa & Desenvolvimento	23.436	28.098	4.662
Gerente de marketing	Consumo	Publicidade & Marketing	25.869	29.992	4.123
Engenheiros da área de P&D	Tecnologia	Pesquisa & Desenvolvimento	108.872	112.627	3.755





Economia Criativa

Apontamentos

Diversidade de visões e de formações permite observar o cenário de modo multifacetado.

Propósito conecta pessoas e organizações em suas atividades.

Criatividade pode ser diversa, logo se manifesta de forma singular em cada um.

A economia criativa é vista como um dos motores do desenvolvimento sustentável, promovendo a diversidade cultural, a geração de empregos e o fortalecimento das identidades locais no mercado global.



Economia Criativa

Referencial teórico

Ballerini, F. (2019, May 7). Brasil derrete seu poder suave | Observatório da Imprensa. Edição 1036. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-contemporaneos/brasil-derrete-seu-poder-suave/>

Nye, Joseph. Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: Public Affairs, 2004). 67. Bijos, L., & Arruda, V. (2010). Revista Dialogos: a cultura como dispositivo de inclusão.

Kwak Yeon-soo. (2020). Korea to nurture Hallyu-linked sectors as growth engine in 2020. The Korea Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/03/398_285710.html



Economia Criativa

Referencial teórico

JENNIFER RADBOURNE (1997) Creative Nation - A Policy for Leaders or Followers? An Evaluation of Australia's 1994 Cultural Policy Statement, The Journal of Arts Management, Law, and Society, 26:4, 271-283.

REINO UNIDO. DCMS - Department for Digital, Culture, Media & Sport. (1998) Creative Industries Mapping Documents 1998.

DE BEUKELAER, C. (2014) "Creative Industries in 'Developing' Countries: Questioning Country Classifications in the UNCTAD Creative Economy Reports," Cultural Trends 23(4); STERNBERG, R. J. (2016). A Triangular Theory of Creativity. Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 12(1), 50-67.

POTTS, Jason. Creative industries and economic evolution. Edward Elgar Publishing, 2011; CORRADO, Carol; HULTEN, Charles; SICHEL, Daniel. Intangible capital and US economic growth. Review of income and wealth, v. 55, n. 3, p. 661-685, 2009.



Economia Criativa

Referencial teórico

brasscom.org.br/wp-content/uploads/2017/08/estrategia_tic_brasil_2022_forum_nacional_portugues.

HOWKINS, John (2001). The creative economy – How people make money from ideias e THROSBY, David (1994) "The Production and Consumption of the Arts: A View of Culture Economics", Journal of Economic Literature, 32: 1-29, 1994.

THROSBY, David. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. Cultural trends, 17(3), 147-164.

HESMONDHALGH, D. 2002. The cultural industries, London: Sage.

OMPI/WIPO. World Intellectual Property Organization. 2003. Guide on surveying the economic copyright-based industries, Geneva. 22.

UNCTAD United Nations Conference on Trade & Development. 2008. Creative economy report 2008.

