



UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

CÍNTIA TAÍS SOMMER

**PERFIL DOS TRABALHADORES QUE ATUAM NA ECONOMIA CRIATIVA DO
BRASIL**

Caxias do Sul
2020

CÍNTIA TAÍS SOMMER

**PERFIL DOS TRABALHADORES QUE ATUAM NA ECONOMIA CRIATIVA DO
BRASIL**

Monografia II, apresentada como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Econômicas da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Professora Ms. Lodonha Maria Portela Coimbra Soares.

CAXIAS DO SUL

2020

CÍNTIA TAÍS SOMMER

**PERFIL DOS TRABALHADORES QUE ATUAM NA ECONOMIA CRIATIVA DO
BRASIL**

Trabalho apresentado como requisito para a
obtenção do Grau de Bacharel em Ciências
Econômicas da Universidade de Caxias do
Sul.

Orientadora: Prof^ª. M^a. Lodonha Maria Portela
Coimbra Soares.

Aprovado em 08 / 12 /2020.

Banca Examinadora

Prof^ª. M^a. Lodonha Maria Portela Coimbra Soares
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. M^a Jacqueline Maria Corá
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Rogério Da Silva França Junior
Universidade de Caxias do Sul – UCS

AGRADECIMENTOS

Neste momento quero agradecer primeiramente a Deus, por ter me concedido a vida e a possibilidade de vivenciar todos os momentos até aqui, concedo a Ele a minha conclusão. Quero agradecer a minha família, em especial meu pai Jorge, minha mãe Mariane, que são minha base e meu orgulho, que me ensinaram a persistir e a atravessar os desafios por maiores que sejam, me ensinaram os princípios e a valorizar as coisas e a vida, vocês são a melhor parte de mim. Agradecer a minha irmã Nicole que sempre acreditou em mim e me apoiou nos momentos mais difíceis, soube ter paciência para enfrentar comigo os piores dias da minha graduação, saibas que você me orgulha. Agradecer ao meu namorado Johnny que andou incansavelmente ao meu lado, me apoiando, motivando e respeitando os meus dias difíceis. À vocês, meu eterno amor e gratidão.

Agradeço especialmente a minha orientadora M^a. Lodonha Maria Portela Coimbra Soares que construiu comigo essa jornada, sem esquecer dos momentos em que pensei em desistir e você me trouxe de volta. Quero agradecer a Prof. M^a Jacqueline Maria Corá que ao longo de todo o curso sempre esteve a disposição para me auxiliar e contribuir com a minha formação. Quero agradecer ao grupo do Observatório do Trabalho, em especial a Maria Eduarda Alvares e o Mateus da Silva Souza que não mediram esforços para me auxiliar na construção desse estudo.

Por fim, agradeço a todos meus amigos, em especial a Deisi, que foi minha companheira nesse período, me apoiando e motivando. Agradeço a todos os meus colegas de curso que fizeram dessa jornada algo mais divertido e leve. Gratidão a todos que de alguma forma me auxiliariam e motivaram a concluir esse estudo.

RESUMO

A principal característica da economia criativa é o insumo utilizado na produção e comercialização dos produtos, serviços e materiais, que são a base de capital intelectual, criatividade e inovação. As ocupações que fazem parte desse setor são distintas entre si, podendo evoluir de atividades de grandes dimensões até atividades de pequeno porte. Dessa forma, o objetivo desse estudo é identificar o perfil dos trabalhadores da amostra selecionada, que atuam nos principais segmentos da economia criativa no Brasil, sendo isso possível a partir de dados de sexo do trabalhador, faixa etária, grau de escolaridade, faixa salarial e horas contratadas, fornecidos pela base de dados da RAIS. Baseado na metodologia teórico descritivo para estudo da evolução do mercado de trabalho brasileiro, no que diz respeito as fases da relação de trabalho até a globalização, aliado a compreensão do conceito e progresso da economia criativa no país, incluindo a formalidade e informalidade existente no setor, se torna possível pôr fim, realizar a aplicação e manuseio de dados da RAIS para definição do perfil dos trabalhadores que atuam na economia criativa no Brasil. Seguindo esse fluxo é possível traçar que na amostra estudada, em sua maioria, os trabalhadores criativos são jovens, bem remunerados e instruídos, e que atuam em uma carga horária semanal normal em relação ao definido pela CLT.

Palavras-chave: Economia Criativa. Perfil do Trabalhador. Mercado de Trabalho. Ocupações.

LISTA DE SIGLAS

CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
PEA	População Economicamente Ativa
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PAS	Pesquisa Anual de Serviços
PIB	Produto Interno Bruto
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
P & D	Pesquisa e Desenvolvimento
IA	Inteligência Artificial
ABSTARTUPS	Associação Brasileira de Startups
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEC	Secretaria da Economia Criativa
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
IPCA	Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – População escrava (1864 – 1887).....	24
Figura 2 – Taxa de desocupação de pessoas com 10 anos ou mais (2002-2016)....	29
Figura 3 – Brasil: Taxa de desemprego	29
Figura 4 – Geração de empregos com carteira assinada.....	30
Figura 5 – Fluxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil	39
Figura 6 – Variação do PIB criativo em relação ao PIB total do Brasil (2004-2017)..	45
Figura 7 – CBO x sexo do trabalhador (2003 -2018).....	52
Figura 8 – Pesquisa e Desenvolvimento x faixa etária (2003-2018)	53
Figura 9 – Publicidade x faixa etária (2003-2018)	54
Figura 10 – Designer x faixa etária (2003-2018)	55
Figura 11 – Atores x faixa etária (2003-2018)	56
Figura 12 – Músicos x faixa etária (2003-2018)	56
Figura 13 – Pesquisa e Desenvolvimento x escolaridade (2006-2018).....	58
Figura 14 – Publicidade x escolaridade (2006-2018)	59
Figura 15 – Designer x escolaridade (2006-2018)	59
Figura 16 – Atores x escolaridade (2006-2018)	60
Figura 17 – Músico x escolaridade (2006 - 2018)	61
Figura 18 – CBO x horas contratadas (2003-2018).....	62
Figura 19 – CBO x Remuneração média (2003 - 2018)	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – CBO e a descrição das ocupações	50
Quadro 2 – Características predominantes por CBO	64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estoque de trabalho de 2003 – 2018.....	51
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2	DEFINIÇÃO DAS HIPÓTESES	12
1.2.1	Hipótese Principal	12
1.2.2	Hipóteses Secundárias	13
1.3	JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TEMA	13
1.4	DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS	14
1.4.1	Objetivo Principal	14
1.4.2	Objetivos Secundários	14
1.5	METODOLOGIA	14
2	MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO	16
2.1	CONCEITO E COMPORTAMENTO DO MERCADO DE TRABALHO	17
2.2	EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO	19
2.3	CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO	24
2.4	EMPREGO E DESEMPREGO	28
3	EMBASAMENTO TEÓRICO SOBRE A ECONOMIA CRIATIVA	32
3.1	CONCEITO, CARACTERIZAÇÃO E EVOLUÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA	32
3.2	A OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS NO MEIO CRIATIVO	38
3.2.1	Empreendedorismo, inovação e as startups	41
3.3	MERCADO DE TRABALHO CRIATIVO NO BRASIL	43
3.3.1	Informalidade e formalidade	45
3.4	FOMENTO A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	46
4	PERFIL DOS TRABALHADORES QUE ATUAM NA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	49
4.1	SETORES MAIS REPRESENTATIVOS, JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DAS ATIVIDADES	49
4.2	ANALISANDO OS TRABALHADORES CRIATIVOS NO BRASIL	51
4.3	DEFINIÇÃO DO PERFIL DO TRABALHADOR CRIATIVO NO BRASIL	63

5	CONCLUSÃO.....	67
	REFERENCIAS.....	70
	APÊNDICE A – PLANILHA CBO X SEXO DO TRABALHADOR.....	76
	APÊNDICE B – PLANILHA CBO X FAIXA ETÁRIA.....	77
	APÊNDICE C – PLANILHA CBO X ESCOLARIDADE	79
	APÊNDICE D – PLANILHA HORAS CONTRATADA X CBO.....	81
	APÊNDICE E – PLANILHA DEFLACIONADA REMUNERAÇÃO X CBO	82

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho brasileiro historicamente é retratado por relações de trabalho industriais, de produção de commodities e de produtos primários, sendo esse comportamento justificado principalmente pela industrialização tardia do país. Dessa maneira, as relações de trabalho no Brasil ainda estão sendo praticadas em setores básicos da economia, fator que impacta no desenvolvimento de novas atividades e ocupações em ramos tecnológicos, científicos e afins.

Embora as atividades criativas possuam potencial no país, a pouca representatividade econômica e humana nesse mercado, influencia no baixo investimento público nos segmentos da economia criativa, o que por consequência afeta esse setor. A economia criativa é conceituada como um setor econômico proveniente de organizações empresariais e ocupações que trabalham utilizando como insumo o capital intelectual e a criatividade, podendo ser em grande, média e pequena escala. Empregos como na área do entretenimento, produção criativa, funções agregadas de tecnologia são algumas das que complementam esse setor, enfatizando que essas funções exigem um conhecimento técnico diferenciado. Atendendo a demanda de consumidores do meio criativo, surgem as startups, novas ocupações e atividades que ainda são pouco comentadas no Brasil.

Ao compreender o funcionamento desse setor econômico no Brasil, e identificar os principais segmentos definidos pelo volume de mão de obra, se torna possível analisar individualmente algumas profissões para chegar o mais próximo de um perfil majoritário das ocupações selecionadas. A partir do estudo individual de cada CBO, do ponto de vista de algumas características principais e da junção de dados, o perfil do trabalhador criativo da amostra pode ser definido.

Portanto o presente estudo busca definir o perfil de quem atua em determinados setores da economia criativa no país, sendo isso possível a partir da análise de algumas ocupações selecionadas pela relevância no volume de mão de obra do segmento em que se enquadram, aplicado a algumas características fornecidas pela base de dados da RAIS.

1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Economia criativa caracteriza-se por um setor econômico que se desenvolve a partir de capital humano, isto é, indústrias e serviços que se solidificam a partir da criatividade e habilidades de seus colaboradores, utilizando da inovação e capacidade criadora como fator de produção. Além dessa definição, a economia criativa pode estar presente individualmente na estrutura de empregos, com a geração de novas atividades de trabalho e carreiras.

Dessa maneira, sabe-se que o mercado de trabalho pode sofrer alguns impactos relevantes em sua estrutura ao abranger novos mercados na economia de um país. Denomina-se mercado de trabalho, toda a estrutura de oferta e demanda, emprego e desemprego nas organizações, da qual pode-se estabelecer preço da mão-de-obra.

Diante do mencionado, o presente trabalho pretende responder aos seguintes questionamentos:

1. O que é economia criativa?
2. O que é mercado de trabalho?
3. Como se deu a evolução do mercado de trabalho brasileiro?
4. Como a economia criativa vem se desenvolvendo no Brasil?
5. Qual o perfil de quem atua na economia criativa?
6. Quais as principais atividade e ocupações do setor criativo no Brasil?

1.2 DEFINIÇÃO DAS HIPÓTESES

1.2.1 Hipótese Principal

Devido ao recente surgimento do setor e pouca representatividade formal na economia e no mercado de trabalho brasileiro, ainda não há uma definição de perfil dos trabalhadores pertencentes ao setor de economia criativa no país, embora seja considerado um tema atual, remetendo a inovação e capital humano nas relações de trabalho.

1.2.2 Hipóteses Secundárias

H1: A economia criativa é movida pelo capital intelectual, seja individualmente por meio das profissões, bem como novos setores nas organizações;

H2: Quem atua no setor criativo possui um elevado grau de escolaridade;

H3: Os colaboradores pertencentes a economia criativa são pessoas mais jovens;

H4: Há pouca representação no PIB brasileiro;

H5: A economia criativa tem pouca influencia no mercado de trabalho devido a informalidade;

H6: Setor que deve ter mais incentivos e investimentos governamentais.

1.3 JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TEMA

O presente estudo tem sua relevância pois aborda algo pouco discutido para toda a sociedade e modelo de economia brasileira. A estrutura do mercado de trabalho que vem sendo praticada no Brasil, é pouco representada pelos trabalhadores criativos, e esses colaboradores são pouco “conhecidos” nas relações de trabalho do país.

A criatividade é protagonista dos cenários em geral. Inseridas em uma economia criativa as organizações trabalham para um ciclo de possíveis mudanças, assim por consequência, mobiliza a estrutura de empregos, que também deve ser moldada a partir desses movimentos. Além dos empregos formais já conhecidos, porém pouco discutidos, as ocupações que se destacam pela informalidade também representam um percentual do PIB e movimentam o mercado de trabalho brasileiro.

Portanto, empresas que investem em capital intelectual, acabam substituindo alguns processos produtivos por novas tecnologias, e gerando “novos empregos” o que pode impactar em um desequilíbrio na mão-de-obra disponível no Brasil. Dessa maneira, por ser considerado um tema de pouco debate nacional, pouco se sabe sobre quem atua nesse meio econômico, bem como o perfil desses trabalhadores.

Diante disso, o presente estudo se justifica pelo pouco debate desse assunto nos estudos brasileiros e assim busca analisar a partir da amostra selecionada, o perfil dos trabalhadores do mercado de trabalho criativo no país, compreendendo quem são os principais protagonistas desse setor.

1.4 DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Principal

Identificar o perfil dos trabalhadores da amostra selecionada, que atuam nos principais segmentos da economia criativa no Brasil, sendo isso possível a partir da análise de dados da RAIS e estudos bibliográficos acerca do tema.

1.4.2 Objetivos Secundários

1. Destacar a evolução do mercado de trabalho brasileiro.
2. Apresentar o conceito de economia criativa.
3. Verificar a evolução do Brasil no meio criativo.
4. Compreender quais os segmentos e atividades mais representativas no setor criativo.
5. Análise de dados do estoque de algumas CBO selecionadas.
6. Identificar o perfil de quem trabalha nas CBO selecionadas.

1.5 METODOLOGIA

A metodologia se integra como uma forma de realização de uma pesquisa, visto que o trabalho decorre por meio de métodos específicos, que dão um contexto para a defesa de um trabalho. O termo pode ser definido conceitualmente como “caminho escolhido para se chegar ao fim posposto pela pesquisa” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 13), o que remete a afirmação de que “a metodologia vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 13).

Metodologia é derivada dos métodos que para Fachin significa,

O método é um instrumento do conhecimento que proporciona aos pesquisadores, em qualquer área de sua formação, orientação geral que facilita planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações, realizar experiências e interpretar os resultados. (FACHIN, 2003, p. 27).

O capítulo dois e três terá uma abordagem teórico descritiva, visto que trata de um aprofundamento nos conceitos de mercado de trabalho e economia criativa, bem como uma análise do mercado de trabalho brasileiro, pela ótica do impacto da economia criativa.

As pesquisas descritivas possuem características de analisar informações obtidas no decorrer do trabalho a fim argumentar os resultados finais por meio de observações claras e objetivas.

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. (MORESI, 2003, p. 9).

O capítulo quatro será desenvolvido a partir da aplicação e manuseio de dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), para identificar o perfil dos trabalhadores criativos da amostra selecionada. A representação será feita de forma gráfica e analítica para uma melhor visualização e compreensão dos resultados.

2 MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO

A compra e venda de mão-de-obra em determinados setores de atividade econômica, bem como a oferta de novas oportunidades de emprego, estruturam o que se denomina mercado de trabalho. Além disso, essa estrutura abrange o cenário de desemprego, causado, por vezes, pelas crises econômicas, sejam essas por falta de consumo de produtos e serviços ou por alguma deficiência fiscal, por exemplo.

O Brasil tem uma história de evolução no âmbito de mercado de trabalho. Desde sua colonização, escravatura, imigração e industrialização, foram várias as etapas concluídas no desenvolvimento do país quando se fala em mercado de trabalho. O Brasil conta com empregos formais de carteira assinada, bem como informais, método que vem em crescente no país. Sabe-se que essa evolução é decorrente das exigências do mercado de consumo de bens e serviços pela população brasileira e internacional.

Embora se tenha inúmeros aspectos positivos na decorrência dos anos quanto a evolução do mercado de trabalho, não se pode deixar de observar algumas desigualdades acarretadas. Segundo Oliveira (1998), a história brasileira é apontada por uma herança social, caracterizada pela heterogeneidade aparente do período colonial, quando o trabalho principalmente físico era visto como uma forma de redução de status, causando uma série de dessemelhanças entre os trabalhadores, inclusive assalariados.

Após o ano de 1930 o Brasil entra em uma fase de industrialização e de mudanças no setor do trabalho. De acordo com Oliveira (1998) a indústria brasileira ofertou de forma diligente o emprego industrial, sendo que essas ofertas expandiram de forma muito rápida e assim caracterizado como um processo consideravelmente dinâmico. Devido a essa velocidade, nem toda população pode ser absorvida pelo mercado de trabalho, gerando assim um excedente de mão-de-obra.

Assim, considerando a evolução histórica, com o início da globalização e o enfoque no setor de serviços, as relações de trabalho vão se transformando, juntamente com a renda e consumo nacional.

Diante disso esse capítulo tem por objetivo explicar e caracterizar aspectos conceituais relacionados ao trabalho, envolvendo o emprego e desemprego, sendo possível identificar o comportamento e as mudanças do mercado de trabalho ao longo dos anos.

2.1 CONCEITO E COMPORTAMENTO DO MERCADO DE TRABALHO

O trabalho em sua forma simplificada é considerado um fator de produção desenvolvido por indivíduos que exercem determinadas atividades autônomas, ou em empresas recebendo uma remuneração pela execução dessas atividades.

Conceitualmente o trabalho pode ser descrito por Albornoz (1994, p. 9) como:

[...] O significado de aplicação das forças e faculdades humanas para alcançar determinado fim; atividade coordenada de caráter físico ou intelectual, necessária a qualquer tarefa, serviço ou empreendimento; exercício dessa atividade como ocupação permanente, ofício, profissão.

O mercado de trabalho desempenha uma função importante na economia de um país. Sabe-se que este contempla toda a oferta e demanda por funções em empresas, estipulando um preço por sua mão-de-obra, além de abranger a estrutura de emprego e desemprego. A partir do século XX passou-se “a se desenvolver o mercado de trabalho, no sentido moderno do termo, como a forma predominante de produção de bens e serviços.” (NORONHA, 2003, p. 113).

Conceitualmente o mercado de trabalho em sua estrutura, pode ser explicado como:

[...] a compra e venda de serviços e mão-de-obra, representando o locus onde trabalhadores e empresários se confrontam e, dentro de um processo de negociações coletivas que ocorre algumas vezes com a interferência do Estado, determinam conjuntamente os níveis de salários, o nível de emprego, as condições de trabalho e os demais aspectos relativos as relações entre capital e trabalho. (CHAHAD, 2006, p. 381)

No entanto, essa expressão supera os aspectos salariais, de oferta e demanda de mão-de-obra. Segundo Leite (2000) a importância do mercado de trabalho vai além do fator de produção, pois se sobressai quanto os níveis de emprego e desemprego, renda nacional e as atividades econômicas de um modo geral, pois revela a interação de organizações empresarias e colaboradores.

Além disso, o mercado de trabalho é uma consequência das flutuações da atividade econômica, por meio das variáveis de emprego, salário, desemprego, produtividade e rotatividade, ou seja, se molda a partir de fatores econômicos. Segundo Pinho e Vasconcellos (2006) esse processo se confirma tanto a curto prazo,

período que gera um ciclo de conjuntura, quanto no longo prazo, que se molda a partir do desenvolvimento do país.

Já o desemprego, é medido pela taxa de desemprego, que se trata da “relação entre o número de desempregados e o total da força de trabalho, ou seja, aqueles indivíduos que estão aptos, saudáveis e buscando trabalho, mas que não encontram ocupação a taxa de salários vigente no sistema econômico” (CHAHAD, 2006, p. 389).

No decorrer dos anos, elevou-se a facilidade de contratar e dispensar força-de-trabalho. “A flexibilidade de uso da força-de-trabalho, entretanto, varia muito entre os setores de atividades econômicas” (BALTAR, 1998, p. 149), bem como no campo da construção civil, setor que havia os maiores índices de desligamentos na década de 90.

Pode-se assim afirmar que:

[...] O Brasil passou por grandes transformações econômicas e sociais no século XX, deixando de ser uma sociedade predominantemente rural e agrária, para se tornar uma sociedade urbana com predominância econômica da indústria e do setor de serviços” (ALVES, 2013, p. 1).

O Brasil passou por uma evolução perante a indústria nacional, visto que cada vez mais este setor investiu em tecnologia e ampliou sua logística e desenvolvimento, e ainda perdeu algumas atividades por conta do avanço do setor de serviços. Esse acontecimento poderia “criar incentivos para o deslocamento de recursos em direção a atividades prestadoras de serviço, em detrimento das atividades tradicionais – supostamente mais produtivas.” (NEGRI; KUBOTA, 2006, p. 73).

Entendendo essa evolução histórica, e contextualizando para o ano de 2020, sabe-se que contempla o mercado de trabalho formal todas “as relações contratuais de trabalho, em grande parte determinadas pelas forças de mercado, ao mesmo tempo que são objeto de legislação específica que as regula” (CHAHAD, 2006, p. 381), ou seja, a parte do mercado de trabalho regulamentada pela CLT e que seguem as regras da carteira de trabalho assinada.

Os movimentos econômicos de uma sociedade têm total influência sobre a estrutura de mercado de trabalho. Ações governamentais, preferência por liberdade tributária, dão origem ao que se denomina trabalho informal. Essa expressão pode ser descrita como “a parte residual ao mercado de trabalho regulamentado” (CACCIAMALI, 1989, p. 25).

Esse por sua vez “ prevalecem regras de funcionamento com um mínimo de interferência governamental” (PINHO; VASCONCELLOS, 2006, p. 381). Logo o mercado de trabalho informal se refere a parte da economia que não utiliza dos benefícios legais de colaborador formal, embora seja de grande volume a dinâmica da economia brasileira é provida pelo mercado formal.

Para compor o mercado de trabalho seja formal ou informal, algumas questões são observadas pelos empregadores, como níveis de qualificação, acompanhamento das habilidades e relacionamento, afim de cada vez mais trazer qualidade ao produto ou serviço oferecido. Além disso, os empregadores analisam a dimensão salarial, que por vezes entram nos mesmos requisitos já mencionados nesse parágrafo.

A atuação de diversos agentes na economia de um país estabelece relações de produção de bens e serviços que, em contrapartida, gera uma renda equivalente que é distribuída entre os agentes que participam diretamente ou não deste processo. Neste sentido, a apropriação direta da renda ocorre em decorrência da função exercida pelos agentes econômicos no processo de produção, isto é, pelos detentores de capital – cuja remuneração são os lucros – e pelos detentores do trabalho – que percebem salários. (FERREIRA; FLORENTINO, [20--], p. 1)

Ainda que autoexplicativo, o mercado de trabalho tem várias denominações conceituais e literárias. Todavia, por conta do que já foi mencionado sobre o termo, sabe-se que o mercado de trabalho é composto por estruturas de oferta e demanda por empregos tendo essa estrutura um preço, denominado salário, bem como a composição de emprego e desemprego de uma sociedade.

2.2 EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO

O Brasil, ao longo dos anos, passou por algumas transformações no que tange ao trabalho. A primeira observação deve ser feita a partir da evolução do trabalho escravo para o trabalho livre. A escravidão iniciada por Portugal na época da colonização, é conceituada por Machado e Cainelli (2014) como um sistema diferente do capitalismo, o qual inibe a capacidade de compra e venda de mão de obra como algo feito por espontânea vontade, ou seja, o ser humano se transforma em artifício de propriedade de outro homem, sendo assim forçado a realizar as atividades e suas liberdades inexistem. No contexto da escravidão, a mercadoria não é o trabalho, mas sim quem a executa. No início da colonização, os primeiros escravos haviam sido os

índios que posteriormente foram substituídos por africanos, que geravam mais renda, pois havia o comércio transatlântico.

Essa forma de trabalho durou, no Brasil, cerca de 300 anos, tendo seu fim em 1888 com a Lei Áurea, que definiu legalmente o fim da escravidão. Essa lei constituída em 13 de maio de 1888 assegurava ser “proibido o domínio de um homem sobre outro, ninguém mais tem o apoio da lei para forçar uma pessoa a trabalhar sem remuneração, ou ser forçado a exercer funções trabalhistas que não sejam de sua livre vontade.” (MACHADO; CAINELLI, 2014, p. 6).

No entanto, a abolição da escravatura não trouxe automaticamente o trabalho assalariado e nem de fato o total trabalho livre, houve ainda um longo desafio a ser cumprido. Sabe-se que no final do século XIX, houve uma expansão na demanda por café, enfatizando ainda mais a ausência por mão de obra, pois foi nesse período que o deslocamento da população para áreas urbanas passou a ser de grande dimensão.

Sabendo da existência dessa falta de mão de obra devido as novas normas quanto ao trabalho assalariado e do movimento de urbanização, segundo Furtado (2000) a substituição da mão de obra escrava não aconteceu, pois, a população que vivia da subsistência não iria se adaptar bem ao trabalho assalariado regular, e ainda ressalta que essa população era difícil de ser recrutada devido a sua disseminação em grandes áreas territoriais. Como alternativa a esse problema da ausência de mão de obra, passou-se a pensar em novas formas de conseguir mão de obra para grandes lavouras, sendo que nesse momento, incentivou-se a vinda de imigrantes europeus ao território brasileiro.

Pensar o imigrante como substituto para o escravo não é algo casual; a sua escolha segue um padrão que foi considerado ideal para o Brasil, tanto na execução do trabalho, quando no longo prazo, que tinha a ver com a formação de uma identidade nacional, partindo de homens e mulheres brancos, vindo da Europa. (PAIVA, 2013, p. 14)

Além da abolição da escravatura e do ingresso do trabalho assalariado no país, ainda se via o imigrante estrangeiro como principal concorrente do negro no mercado de trabalho da época. A vinda dos imigrantes para o Brasil foi incentivada por meio do pagamento das passagens de vinda e promessas de uma vida promissora e melhor qualidade de vida. Sabe-se que as maiores fazendas de café da época se encontravam em São Paulo, segundo Holloway (1972) o governo estimulou a imigração por meio do transporte gratuito (as passagens eram financiadas pelo

governo), e os fazendeiros propunham alguns rendimentos em salários e vantagens não monetárias, sendo isso uma ação conjunta para atrair os trabalhadores para a realização das tarefas nas fazendas de café.

Com o crescimento da importância do trabalho assalariado e do crescimento da indústria no país, passou-se a integrar uma nova classe trabalhadora. Ao acompanhar a economia mundial o Brasil também passou, mesmo que tardiamente, por um período de industrialização e de maior ocupação das áreas urbanas a partir de meados dos anos 1930.

Dessa maneira pode-se observar que com “a transição da antiga sociedade agrária para a urbana e industrial, tornou-se possível o estabelecimento da base material pela qual pôde percorrer o processo de modernização do trabalho no país.” (POCHMANN, 2014, p. 23).

Em meados de 1930, a industrialização no Brasil passou a ser mais observada, já iniciando nesse período a Revolução Industrial. Ainda que a industrialização fosse algo considerado parte da evolução de uma nação, não se podia descartar o medo decorrente da introdução de novas tecnologias e máquinas que pudessem substituir os empregos humanos.

Segundo Mattoso (1998) as concorrências entre capitais resultavam no objetivo de introduzir inovações, podendo a partir disso elevar a produtividade e reduzir a mão de obra humana incorporada à produção, o que por consequência era visto por empresas, setores ou regiões como uma fatalidade de desemprego e precarização do mercado de trabalho.

Dessa forma, preocupado com as relações de trabalho e empresas, Getúlio Dornelles Vargas, Brasil (2013), presidente do Brasil em 1943, sancionou neste mesmo ano uma Consolidação, que unificava toda a legislação trabalhista do país. Denominada CLT¹ (Consolidação das Leis de Trabalho) havia sido criada, segundo Brasil (2013) para unificar:

[...] toda a legislação trabalhista então existente no Brasil e foi um marco por inserir, de forma definitiva, os direitos trabalhistas na legislação brasileira. Seu objetivo principal é regulamentar as relações individuais e coletivas do trabalho nela previstas. Ela surgiu como uma necessidade constitucional, após a criação da Justiça do Trabalho.

¹ CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) foi criada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e sancionada pelo presidente Getúlio Vargas durante o período do Estado Novo.

Os movimentos de industrialização e da criação das legislações trabalhistas como a carteira profissional de trabalho e a CLT, criam condições de desenvolvimento do mercado de trabalho brasileiro tanto do lado da demanda, apresentando novos empregos, quanto da oferta de trabalho, assim originando o que se denomina mercado de trabalho formal.

Novos setores industriais surgem, gerando encadeamentos entre si, ao passo que os serviços produtivos (transportes e telecomunicações), sociais e de administração pública também se expandem. Surgem assalariados por todos os lados. Mas não apenas. A dinâmica do segmento capitalista (setor formal) abre novas possibilidades para os serviços privados de baixa produtividade que compõem o segmento não capitalista (setor informal), que não atua apenas como reservatório do excedente de força de trabalho. (BARBOSA, 2016, p. 18).

O trabalho formal admite ao empregador o compromisso moral de seguir a legislação trabalhista, além de englobar os trabalhadores registrados por carteira assinada, sendo esses detentores dos direitos a receberem benefícios constituídos pela CLT. Para fins de registros e pesquisas considera-se um trabalhador formal, aquele que pode comprovar seu vínculo empregatício, logo “popularmente no Brasil, “trabalho formal” é ter a “carteira assinada”. (NORONHA, 2003, p. 114).

Assim, durante o período de 1930-1970 o Estado passou a ter um olhar mais meticuloso perante ao empregado e o empregador, com o objetivo de evitar conflitos entre as partes que pudessem atrapalhar o desenvolvimento do país. Questões de remuneração, contratação e bem-estar passaram a estar mais evidentes, além de que as condições passaram a ser mais justas com trabalhadores formais. Benefícios como “ salário mínimo, jornada de trabalho, férias anuais e muitos outros direitos foram definidos por lei” (NORONHA, 2003, p. 113) como uma obrigatoriedade disponibilizada a trabalhadores formais.

Com o passar dos anos, segundo Baltar e Krein (2013) o assalariamento não constitui um sistema universal de direitos, pois a proteção social é uma realidade somente para segmentos da sociedade, sabendo que há um excedente de força de trabalho, além de haver um significativo número de trabalhadores sem registro em carteira de trabalho, inclusive muitos autônomos. Dessa forma, sabe-se que o mercado de trabalho assalariado não está totalmente estruturado e a proteção social ainda está em construção. Diante disso, cada vez mais os modelos de trabalho vêm sendo divididos e a informalidade vem se destacando.

O setor informal da economia tem sua origem a partir do processo de ascensão do mercado de trabalho em geral. Segundo Furtado (2000) o nascimento do mercado de trabalho livre como base de uma economia é acompanhado de uma grande população que trabalha no setor de subsistência e em atividades mal remuneradas, sendo que este processo origina o que se denomina “setor informal”. O setor informal é composto por trabalhadores que não estão legalmente registrados, sendo esses autônomos pessoas que não trabalham por carteira assinada, e até mesmo algumas empresas.

Segundo Rauch (1991 apud ULYSSEA, 2006) entende-se que uma firma é formal ou informal somente a partir do cumprimento ou não da legislação do salário mínimo, contudo ainda se considera a existência de um custo para operar no setor informal que se mede a partir do tamanho da firma, sendo assim existe uma heterogeneidade produtiva entre os dois setores, ou seja, somente as empresas de pequeno porte, denominadas menos produtivas, sejam capazes de “burlar” a lei e atuar no setor informal.

Uma vez que se verifica todos esses pontos de mudança no mercado de trabalho brasileiro, e se depara com o cenário do século XXI, sabe-se que há um progresso da história do mercado de trabalho. Desde o trabalho livre, até a criação dos salários e melhores condições de trabalho, desde a indústria e, o aparecimento do setor informal, pode-se refletir sobre o mercado de trabalho, embora tenha-se muitos outros pontos e características a serem consideradas, a evolução do mercado de trabalho brasileiro é reflexo da história.

Dessa maneira, em decorrência do desenvolvimento tecnológico, bem como da exigência de um maior nível de escolarização e conhecimento técnico, ao longo dos anos, essas mudanças abriram portas para novos setores econômicos, que estão em desenvolvimento em alguns modelos de organizações, e que, conseqüentemente estão formando novas carreiras de trabalho. Esses processos geram evolução no mercado de trabalho brasileiro, tornando os participantes (empresas e colaboradores) mais competitivos no mercado nacional e internacional.

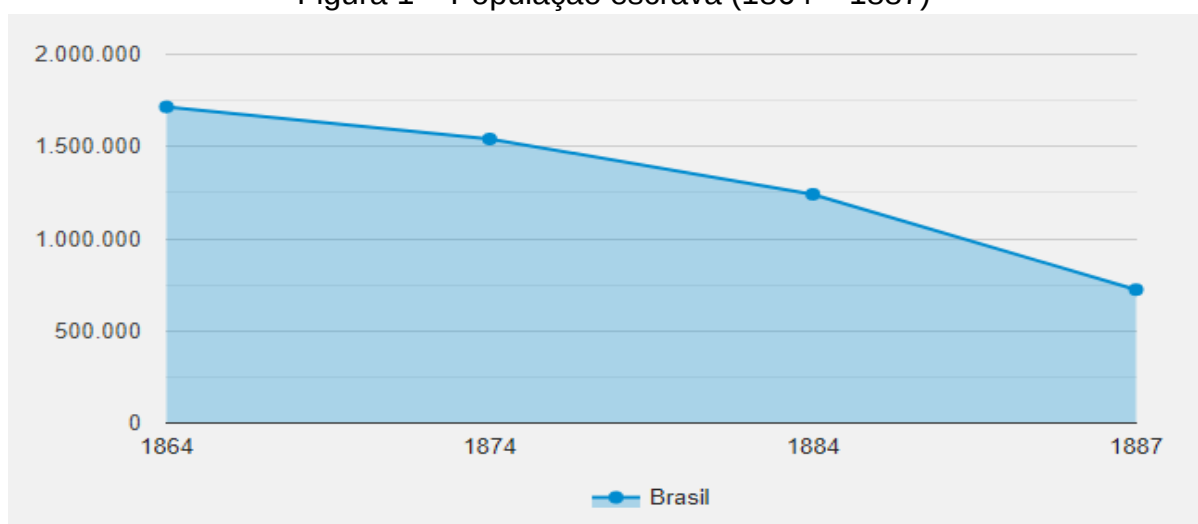
2.3 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO

O mercado de trabalho brasileiro seguindo a ordem cronológica tem início pela escravidão e evolui para o trabalho imigrante e assalariado, trabalho formal e informal e o setor terciário, sendo que cada categoria de trabalho apresenta características distintas no decorrer dos tempos. Assim cada momento é evidenciado pelas suas características, criando uma importante comparação entre os períodos.

O primeiro censo nacional foi realizado em 1872 e foi o único a retratar a população escrava no Brasil. Nessa época os trabalhadores escravos viviam em senzalas e se alimentavam do que plantavam. Segundo Furtado (2000) a taxa de mortalidade da população escrava era bem superior à de natalidade, demonstrando que as condições de vida desse povo eram muito precárias. As atividades exercidas decorriam de serviços braçais, sendo no plantio, na criação de animais ou até mesmo nas construções para seus Senhores. O censo de 1872 “contabilizou pouco menos de 10 milhões de habitantes, dos quais 84,7% eram livres e 15,3% escravos” (CUNHA, 2015, p. 8), sendo um número bem representativo.

A Figura 1, demonstra a população escrava residente no Brasil no período de 1864 a 1887, um ano antes da sanção da Lei Aurea.

Figura 1 – População escrava (1864 – 1887)



FONTE: IBGE (2000).

Entende-se pela Figura 1 que o número de escravos reduziu cerca de 50% em pouco menos de 25 anos, o que retrata a elevada mortalidade, além do problema com a impossibilidade da “compra” de escravos, devido à proibição do tráfico negreiro, como também o assalariamento.

No final do século XIX e início do século XX, a vinda de imigrantes estrangeiros, principalmente europeus cresceu notavelmente, embora esse deslocamento já acontecesse desde 1808. Diante disso, o problema da mão de obra para grandes fazendas, possuía uma alternativa, a mão de obra imigrante. Sabia-se que trazer imigrantes para o Brasil, sem que os mesmos tivessem foco nos principais pontos de escassez de mão de obra, de nada resolveria o problema.

Segundo Furtado (2000) a classe dirigente das lavouras da economia cafeeira passou a preocupar-se com essa questão, e em 1852 o senador Vergueiro, decidiu contratar trabalhadores diretamente da Europa, ou seja, conseguiu um acordo com o governo para que financiassem o transporte, conseguindo trazer para sua fazenda cerca de 80 famílias. Essa iniciativa despertou interesse por parte dos estrangeiros e mais de duas mil pessoas foram transferidas em 1857. Ainda segundo o autor a intervenção acontecia de forma que

[...] o Estado financiava a operação, o colono hipotecava o seu futuro e o da sua família, e o fazendeiro ficava com todas as vantagens. O colono devia firmar um contrato pelo qual se obrigava a não abandonar a fazenda antes de pagar a dívida em sua totalidade. ” (FURTADO, 2000, p. 132).

Embora as condições fornecidas aos colonos imigrantes fossem basicamente de subsistência, ainda segundo Furtado (2000), a evolução das condições inicia a partir do pagamento ao colono, sendo sua principal atribuição para o recebimento do salário, cuidar de determinado número de pés de café, além de mais um valor variável que era atrelado ao risco da perda da colheita, portanto o salário recebido havia uma parte fixa anual, mais uma variável que correspondia ao volume da colheita.

[...] (1904 a 1930), corresponde a um grande fluxo imigratório; durante o mesmo entraram no Brasil 2.142.781 imigrantes — perfazendo uma média anual de 79.000 pessoas. Também cabe aqui analisarmos duas fases distintas: uma primeira que vai até 1914, início da primeira grande guerra, e a segunda a partir de 1919, logo após o término do conflito. (LEVY, 1974, p. 54).

Contudo, em um cenário Pós-guerra, a partir de um maior movimento de industrialização do Brasil, sabe-se que o âmbito do mercado de trabalho também passou a ser mais industrial, sendo que os trabalhadores que moravam nas áreas urbanas passaram a centralizar a força de trabalho nas fábricas.

Entre 1940 e 1980, observa-se a expansão de uma classe trabalhadora assalariada, concentrada nos centros urbanos, irradiando-se de maneira seletiva a partir de São Paulo e do Sudeste em direção ao Sul, para chegar ao Norte e ao Nordeste nos anos 1960 e 1970. Além do salário mínimo, ao menos para as ocupações industriais e algumas do setor de serviços, há também o acesso ao sindicato e a um pacote de direitos sociais e trabalhistas (incluindo saúde, previdência e, por vezes, moradia). (BARBOSA, 2016, p. 18).

No início do período industrial, com o avanço do trabalho assalariado, e com a migração das pessoas para áreas urbanas, observou-se que a taxa de desemprego era quase inexistente, entretanto esse fato se dava justamente por conta da migração da “classe” excedente do trabalho nas lavouras para áreas urbanas, que encontravam emprego nas fábricas dessas regiões. No entanto, mesmo já havendo o trabalho livre e assalariado, ainda segundo Barbosa (2016), em 1940 cerca de 5,5 milhões de trabalhadores estavam ativos no mercado de trabalho, embora a maioria não tivesse carteira assinada faziam parte da população trabalhadora ativa, porém ainda nesse período haviam segmentos não assalariados.

Observa-se, por exemplo, que o salto da taxa de assalariamento se dá apenas nos anos 1960 e, especialmente, nos anos 1970, quando chega a 65% dos trabalhadores ocupados em 1980, contra 45% em 1940. Isso significa que, ao longo de todo o período, os trabalhadores assalariados – com e sem carteira – crescem 4,2 vezes, chegando a um total de 28 milhões em 1980. A participação dos não assalariados cai para cerca de 30% dos ocupados, mas com diferenças importantes entre as áreas rurais e urbanas. Ainda assim, o seu contingente cresce 70%, em termos absolutos, no período 1940-1980. (BARBOSA, 2016, p21).

Por consequência do avanço produtivo e da urbanização no Brasil, a estrutura de mercado de trabalho no país se voltou ao mercado industrial e ao assalariamento formal que, segundo Pochmann (2014), considerando meio século de industrialização nacional, a renda obteve um crescimento de 5,5 vezes a mais do que em cinquenta anos de sociedade agrária. Assim pode-se compreender que houve um aumento na distribuição da renda nacional, sendo que “no período de 1930 a 1980, por exemplo, a renda per capita do brasileiro cresceu 3,3% ao ano, em média, enquanto entre os anos 1880 e 1930 a renda por habitante havia aumentado somente 0,6% como média anual.” (POCHMANN, 2014, p. 26).

Nos anos de 1980 e 1990 o país enfrentou uma estagnação na economia, o que impactou no mercado de trabalho. Segundo Baltar (1998) a baixa taxa de investimento e o lento ritmo de produção global, bem como as mudanças de

organização do trabalho, a evolução das tecnologias e a terceirização das atividades, permitiram aumentar a produtividade sem aumentar o emprego. Nesse sentido “o emprego no conjunto da indústria de transformação caiu cerca de 15% e não aumentou com a recuperação da economia e a elevação da produção manufatureira”. (BALTAR, 1998, p.138).

Já no início do século XXI, tem-se um cenário positivo quando se refere a mercado de trabalho, segundo Krein (2013, p. 9)

[...] entre 2004 e 2009 o assalariamento cresceu fortemente, passando de 51,3% para 53,7% da População Economicamente Ativa (PEA), segundo a PNAD. O emprego assalariado cresceu bem mais (16,7%) do que a PEA (11,5%). Houve especialmente um avanço expressivo do emprego formal com crescimento de 24% (19% do emprego público e 27% no setor privado) no mesmo período.

No entanto ao longo do século XXI percebe-se que se trata de um período de mudança, pois avança-se em novas possibilidades no mercado de trabalho, considerando atividades formais e informais, além de novos ramos empresariais e terciários envolvidos com uma indústria mais moderna e tecnológica.

Considerando a absorção do mercado de trabalho no setor terciário do país, desde a década de 1980, devido ao excedente da mão de obra industrial, o reflexo está, segundo o IBGE ([20--]A), no destaque das atividades que compõem o setor de serviços, devido ao dinamismo e a crescente participação na produção econômica.

Além disso, ainda segundo o IBGE ([20--]a), o setor de serviços caracteriza-se por atividades de remuneração média há empresas que atuam com alta tecnologia. Assim, segundo a PAS (Pesquisa Anual de Serviços) realizada pelo IBGE estimou em 2014 “a existência de 1.332.260 empresas cuja atividade principal pertencia ao âmbito dos serviços não financeiros, que totalizaram R\$ 1,4 trilhão em receita operacional líquida, ocuparam 13 milhões de pessoas” (IBGE, 2014).

Com isso, pode-se observar que o mercado de trabalho brasileiro passou por períodos de mudanças, acompanhando os ciclos econômicos, se ajustando as novas demandas e se adaptando as novas relações de trabalho que surgiram ao longo dos anos.

2.4 EMPREGO E DESEMPREGO

Para qualquer país o nível de empregados e desempregados é um balizador para vários mecanismos dentro de uma economia. Sabe-se que quanto maior o número de pessoas ocupadas, mais renda será gerada e consequentemente mais consumo, o que também reflete em uma rede de empresas e serviços mais saudáveis, algo que pode não acontecer quando o índice de desempregados se encontra em alto nível. Logo percebe-se a importância de um equilíbrio desses índices para a economia de um país.

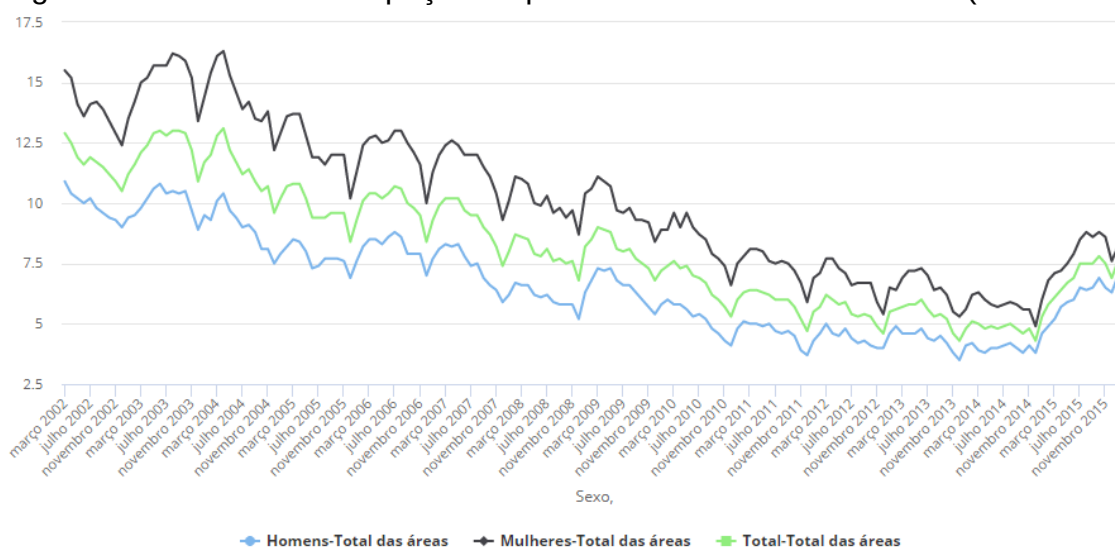
Conforme já mencionado anteriormente, o Brasil sustenta um quadro de empregos diversificados, sendo que se enquadram os trabalhadores formais, que são aqueles que tem a carteira assinada e recebem os benefícios conforme a CLT, bem como os informais que podem ser autônomos, pessoas que trabalham sem carteira assinada e que vem crescendo conforme a globalização.

Ao longo dos anos, ocorreu uma variação no nível de desempregados do país. Na era industrial, houve períodos de muita oferta de empregos, sendo que a mão de obra era escassa, e também houve momentos de alto desemprego, como em 1999, que o governo obrigou-se a intervir.

O quadro se modificou e ficou mais desfavorável aos trabalhadores quando, depois da crise da Ásia e da Rússia, o Real se desvalorizou no início de 1999, gerando como consequência o aumento da inflação e a diminuição do poder de compra dos salários. A fuga de capital, provocada pela repercussão no mercado financeiro internacional das crises dos mercados emergentes, paralisou o crescimento do PIB e aumentou o desemprego. Sem crescimento do PIB, com aumento do desemprego e da inflação, os reajustes da grande maioria das categorias profissionais não conseguiram impedir a queda no poder de compra dos salários. O governo, entretanto, aumentou o valor do salário mínimo acima da inflação, de modo que a queda da renda do trabalho, ocorrida entre 1999 e 2004, foi acompanhada pela redução nas diferenças de renda entre os trabalhadores. (BALTAR; KREIN, 2013, p. 282).

Assim, avançando na série histórica, a Figura 2 representa a taxa de desocupação de pessoas de 10 anos ou mais, do período de março de 2002 a fevereiro de 2016.

Figura 2 – Taxa de desocupação de pessoas com 10 anos ou mais (2002-2016)



Fonte: IBGE- PME- Séries históricas.

Entre o período de 2002 e 2015 verifica-se uma oscilação significativa ao ponto de vista do total das áreas, o que na Figura 2, está representado pelo público feminino e masculino, bem como o total dos trabalhadores.

Já a Figura 3 representa a taxa de desemprego no Brasil, no período de 2012 a 2019.

Figura 3 –Brasil: Taxa de desemprego.



Fonte: Menezes (2019).

A Figura 3 demonstra a taxa de desocupação média nos 12 meses anteriores bem como a desocupação no mês de referencia, e é possível identificar que o pico no

nível de desemprego foi no ano de 2017, chegando a 13% da população, fato que será comentando a partir da análise da Figura 4.

Segundo o IBGE (2019) a taxa de desocupação subiu 12,7% em 2018, sendo alguns dos setores mais afetados o da administração pública, saúde humana e serviços sociais. Esse índice é reflexo da sazonalidade vivida no país, justificada por exemplo pela alta rotatividade nos setores que por vezes contratam para determinado período, ou seja, os denominados empregos temporários.

Já a Figura 4 apresenta a geração de empregos com carteira assinada no período de 2000 a 2019.

Figura 4 – Geração de empregos com carteira assinada.



Fonte: Menezes (2019).

Conforme representado na Figura 4, em 2010 foi o ano em que o Brasil atingiu o maior nível de geração de empregos (admissões menos demissões) o que é justificado pelo favorável cenário econômico nacional beneficiado pela crise internacional da época. Em contrapartida no final de 2015 foi o período com o menor nível de geração de empregos, o que se justifica pela instabilidade política e econômica do período se estendendo até meados de 2017, (conforme também mostra a Figura 3) quando a economia nacional retoma as atividades.

Dessa maneira o presente capítulo evidenciou os principais aspectos conceituais no que tange o trabalho, bem como a trajetória da relação entre mão de obra de trabalhadores e empregadores, abordando a evolução e principais

características do mercado de trabalho brasileiro. Tratou-se ainda de dados gráficos que retratam uma série histórica da taxa de desemprego e geração de emprego em determinados períodos no Brasil. Dessa forma, observou-se que o mercado de trabalho brasileiro pode ser alterado conforme períodos econômicos, revoluções tecnológicas encadeando novos cenários.

3 EMBASAMENTO TEÓRICO SOBRE A ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa em seu princípio foi embasada por alguns outros termos e conceitos, como indústria da cultura, indústria criativa, sendo que ambas possuem suas peculiaridades, todavia apresentam duas coisas em comum, economia e a criatividade.

De modo geral a economia criativa ocorre por uma relação entre a economia, criatividade e conhecimento intelectual. É nesse setor econômico que há uma

[...]oportunidade de resgatar o cidadão (inserindo-o socialmente) e o consumidor (incluindo-o economicamente), através de um ativo que emana de sua própria formação, cultura e raízes. Esse quadro de coexistência entre o universo simbólico e o mundo concreto é o que transmuta a criatividade em catalisador de valor econômico. (REIS, 2008, p.15).

Sendo assim, esse setor se caracteriza e se fundamenta na

[...] informação, no conhecimento e na criatividade e envolve aquelas atividades que mobilizam capital intelectual e o processamento de dados em seus sistemas produtivos. Ela abrange áreas de atividade que vão da informática à arquitetura, do rádio e televisão ao design, turismo, gastronomia, moda e publicidade. (MIRSHAWKA, 2016, p. X)

Diante do exposto, o presente capítulo tem por objetivo conceituar economia criativa, bem como apresentar o mercado criativo brasileiro e as ofertas de bens e serviços desse setor, além de observar o fomento a esse segmento no Brasil.

3.1. CONCEITO, CARACTERIZAÇÃO E EVOLUÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA

Para total compreensão do termo economia criativa, inicialmente é importante o entendimento do conceito de economia, sendo esse um tema amplo na literatura. A economia se trata de uma ciência social que observa as atitudes humanas, sendo quase impossível concluir análises numéricas com exatidão, considerando o contexto da relação humana com as atividades econômicas. Dessa maneira “economia é uma ciência social que estuda a administração dos recursos escassos entre usos alternativos e fins competitivos”. (SAMUELSON apud RIZZIERI, 2004, p. 8).

No entanto, além da economia para compor a economia criativa, sabe-se a importância da definição do termo de criatividade. A criatividade é um conceito que

também deve ser explanado, visto que é fundamental para o enquadramento de algumas atividades no setor da economia criativa. Esse termo é amplo e pode ser considerado de diversos pontos de vista, logo define-se que “em primeira instância, é manifestação do potencial ou da capacidade criativa, já que de imediato, podemos dizer, que ela é uma ação ou expressão humana”. (SAKAMOTO, 2000, p. 51).

A criatividade pode ser considerada segundo Howkins (2013) de dois pontos de vista distintos, o primeiro caso se trata da criatividade relacionada a pessoas, encontrado em todas as culturas e sociedades, já a outra forma, se trata da capacidade de gerar produtos, em sociedades industriais que atribuem valor a tecnologia, novidades e propriedade intelectual.

Superando o entendimento de economia e criatividade individualmente, a economia criativa possui sua definição particular e tem como base o “capital intelectual, que representa oportunidades para indivíduos, empresas, regiões e países fomentarem a geração de riquezas, impulsionar o crescimento econômico, geração de emprego e desenvolvimento” (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011, p. 1).

O debate a respeito do significado do termo economia criativa passou a ser global e caracterizado como algo que gera valor, gera renda e é proveniente de capital humano, e de criatividade. Segundo Reis (2008) a junção da geração de renda com a produção de produtos ou serviços criativos, dá origem às indústrias criativas e consequentemente a economia criativa, que é importante para o desenvolvimento econômico de uma nação.

Dessa maneira, a economia criativa é conceituada pelo Sebrae ([20--]) como um conjunto de negócios fundamentados no capital intelectual e cultural, ou seja, na criatividade que por consequência gera valor econômico, assim, portanto observa-se que esse setor é dinâmico e inovador para qualquer desenvolvimento econômico.

Ainda a respeito do termo, segundo Nussbaumer (2007) trata-se de um modelo de economia que introduz e desenvolve os bens e serviços produzidos a partir de imagens, textos fundamentados em criatividade, habilidade e talento, cujos produtos são feitos à base de intelectualidade que vão desde um artesanato, moda, arquitetura, até grandes empresas do ramo da tecnologia.

Entretanto a economia criativa vem ganhando destaque mundial, visto que engloba as profissões responsáveis por diversas inovações e novidades tanto para o mercado de trabalho como para a economia global. Diante disso, economia criativa é caracterizada por um modelo de mercado que considera a criatividade e produção

intelectual como motor de desenvolvimento e produção do negócio. No entanto, mesmo sendo um setor reconhecido recentemente, entre 1990 e 2000, segundo Brasil (2011) engloba as indústrias criativas e culturais, além de campos econômicos que dependem completamente da criatividade para geração de lucro, podendo abordar o mercado de trabalho informal, como autônomos ou até mesmo empresas com alto nível de tecnologia.

A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria e, por isso, desconcerta os modelos econômicos tradicionais, pois seus novos modelos de negócio ainda se encontram em construção, carecendo de marcos legais e de bases conceituais consentâneas com os novos tempos. (BRASIL, 2011, p. 24).

Além da contextualização anterior a respeito da economia criativa, sabe-se que para finalizar o embasamento teórico do termo, deve-se compreender a “indústria criativa” e “indústria cultural”. Ambos os termos ainda provocam controvérsias pelo mundo pois, possuem uma explanação semelhante e são embasadas sobre os mesmos argumentos.

O escopo da economia criativa é determinado pela extensão das indústrias criativas. A definição de “indústrias criativas”, contudo, é uma questão de considerável inconsistência e divergência nos círculos literários acadêmicos e legisladores, especialmente em relação ao conceito paralelo de “indústrias culturais”. Às vezes, existe uma diferenciação entre as indústrias criativa e cultural; às vezes, ambos os termos são usados intercaladamente. (BRASIL, 2012, p. 5)

Embora haja algumas peculiaridades entre os termos indústria cultural e indústria criativa, ambos possuem significados muito semelhantes, tanto que, algumas pesquisas utilizam o termo de forma equivalente. Sendo assim, algumas divergências em estudos acerca dos termos podem surgir, pois sua abordagem pode ser individual ou paralela.

Segundo Costa *et al.* (2003) denomina-se indústria cultural um conjunto de possibilidades de comunicação, que geram um forte sistema de geração de lucro, podendo mencionar o cinema, televisão e jornal, pois disseminam materiais culturais. Sabe-se também dá ênfase dessas atividades no meio criativo e inovador, fazendo

referência a atividades empregatícias “não convencionais” que utilizam de insumo o capital humano e criatividade.

Além do mencionado, a cultura é um forte ingrediente para entendimento do conceito de indústria cultural, inclusive é parte atuante de uma economia criativa. Segundo a UNESCO (2017) uma indústria cultural é movimentada a partir do crescimento da inovação, consumo e entretenimento, setor esse que tem relevância mundial, visto que a mão-de-obra é mais qualificada e se trata de um setor com mais potência tecnológica.

O modelo de indústria criativa se assemelha. Este é considerado como um setor em que a criatividade é estrutura essencial do negócio, assim pode-se mencionar que a indústria criativa é um dos insumos para a evolução do setor criativo. Denomina-se como indústria criativa, segundo a Firjan (2015) as atividades produtivas que desenvolvam os produtos com o processo principal um ato criativo, gerando valor de mercado e riqueza econômica e cultura.

Economia criativa, que abrange, além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles, provocando e incorporando-se a profundas mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas. As indústrias criativas são, portanto, não apenas economicamente valiosas por si mesmas, mas funcionam como catalisadoras e fornecedoras de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos, do desenho de cosméticos que utilizam saberes locais a equipamentos e artigos esportivos que comunicam a marca de um país. Na economia criativa, indústria e serviços fundem-se cada vez mais. (REIS, 2008, p.25).

Apesar dos termos possuírem uma forte relação e difícil diferenciação, ambos devem ser analisados ao ponto de vista do que produzem. A indústria criativa e cultural lança produtos e serviços que disseminam materiais culturais ou fidelizam seus consumidores a partir da criatividade e inovação, além disso, geram renda e novos empregos. No entanto a economia criativa compreende todos esses negócios, originando um novo setor econômico, movimentado a base de capital intelectual, criatividade e inovação.

Desse modo torna-se relevante a relação entre os três termos. Indústria criativa, cultura e economia criativa solidificam-se de uma mesma base, sendo a geração de renda a partir da criatividade.

[...] o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, guardando estreita relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual. (IPEA, 2013, p. 5).

A partir do embasamento teórico e compreensão do conceito e características, a evolução da economia criativa se torna prática. O setor vem englobando novas profissões, novos modelos de organizações empresariais e consequentemente as instituições de ensino se apropriando e investindo nos cursos profissionalizantes para qualificação de quem trabalha nessa área.

O início desse novo setor econômico, sendo esse diferente do agrário e industrial, passa a ser notado a partir da globalização nos anos 90. Dessa maneira esse período na economia foi marcado pelo que se denomina, segundo Giannetti (1996 apud MACHADO, 2012) a globalização, que é o nome dado as transformações radicais que a economia mundial está passando, que incluem a insurgência das atividades produtivas a partir da aceleração do tempo e integração do espaço, ou seja, o tempo torna-se algo que encarece devido a sua escassez.

A discussão quanto a origem do termo economia criativa tange entre dois países que participaram da história a cerca desse setor econômico. Segundo Reis (2008) o conceito economia criativa é originário das indústrias criativas, que foi inspirado em um projeto australiano em 1994, no entanto, a prática desse setor iniciou em meados do final do século XX no Reino Unido a partir de uma competição econômica global em que buscava desenvolver a economia nacional da época. Por esse motivo que, ainda segundo Reis (2008) o Reino Unido tornou-se um paradigma e grande exemplo devido a algumas realidades vivenciadas pelo país:

- 1) contextualizar o programa de indústrias criativas como resposta a um quadro socioeconômico global em transformação;
- 2) privilegiar os setores de maior vantagem competitiva para o país e reordenar as prioridades públicas para fomentá-los;
- 3) divulgar estatísticas reveladoras da representatividade das indústrias criativas na riqueza nacional (7,3% do PIB, em 2005) e com crescimento recorrentemente significativo (6% ao ano, no período 1997-2005, frente a 3% do total);
- 4) reconhecer o potencial da produção criativa para projetar uma nova imagem do país, interna e externamente, sob os slogans “Creative Britain” e “Cool Britannia”, com a decorrente atratividade de turismo, investimentos externos e talentos que sustentassem um programa de ações complexo. (REIS, 2008, p. 17)

A partir da prática dos elementos acima citados e sucesso na execução desse modelo no país, o conceito foi replicado para diversos países, que independente das políticas passaram a avaliar esse setor econômico. Ainda segundo Reis (2008) além de reorganizar a indústria do país, o Reino Unido refletiu ao mundo a necessidade de mudar o tecido socioeconômico global e embates políticos e culturais, provocando estudos acerca do setor da economia criativa com um âmbito além de econômico e político, cultural e educacional.

Assim, a partir do desenvolvimento da globalização no país, um novo contexto econômico alavanca o Brasil. Nesse sentido, segundo Machado (2012) cada vez mais o sucesso dos negócios passou a depender da capacidade de instalar qualidade com bom preço nos produtos e serviços oferecidos, pois assim as empresas encontravam-se em posição de competir no mercado nacional e internacional. E foi no final do século XX que passou-se a verificar a importância da criatividade e inovação como ferramenta para obter vantagem comparativa.

Segundo Howkins (2001 apud BRASIL, 2012)

[...] “a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza”. Howkins emprega o termo “economia criativa” de forma ampla, abrangendo 15 indústrias criativas que vão desde as artes até os maiores campos da ciência e da tecnologia. De acordo com suas estimativas, no ano 2000, a economia criativa valia \$ 2,2 trilhões no mundo inteiro, crescendo 5% ao ano.

No decorrer da década (2000 a 2010) o conceito de economia criativa evoluiu abrangendo novas ideias. Segundo Brasil (2012) o termo nasceu com o objetivo de centralizar energia e atenção na criatividade enquanto combustível em um meio econômico contemporâneo, desenvolvendo a ideia que desempenho econômico e cultural tratam-se de eventos que devem ocorrer de forma simultânea, enfatizando um desenvolvimento sustentável. A partir do fomento e incremento desse setor em um país, torna-se possível uma nova fonte de crescimento econômico, criação de novos empregos e competitividade na economia global.

3.2 A OFERTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS NO MEIO CRIATIVO

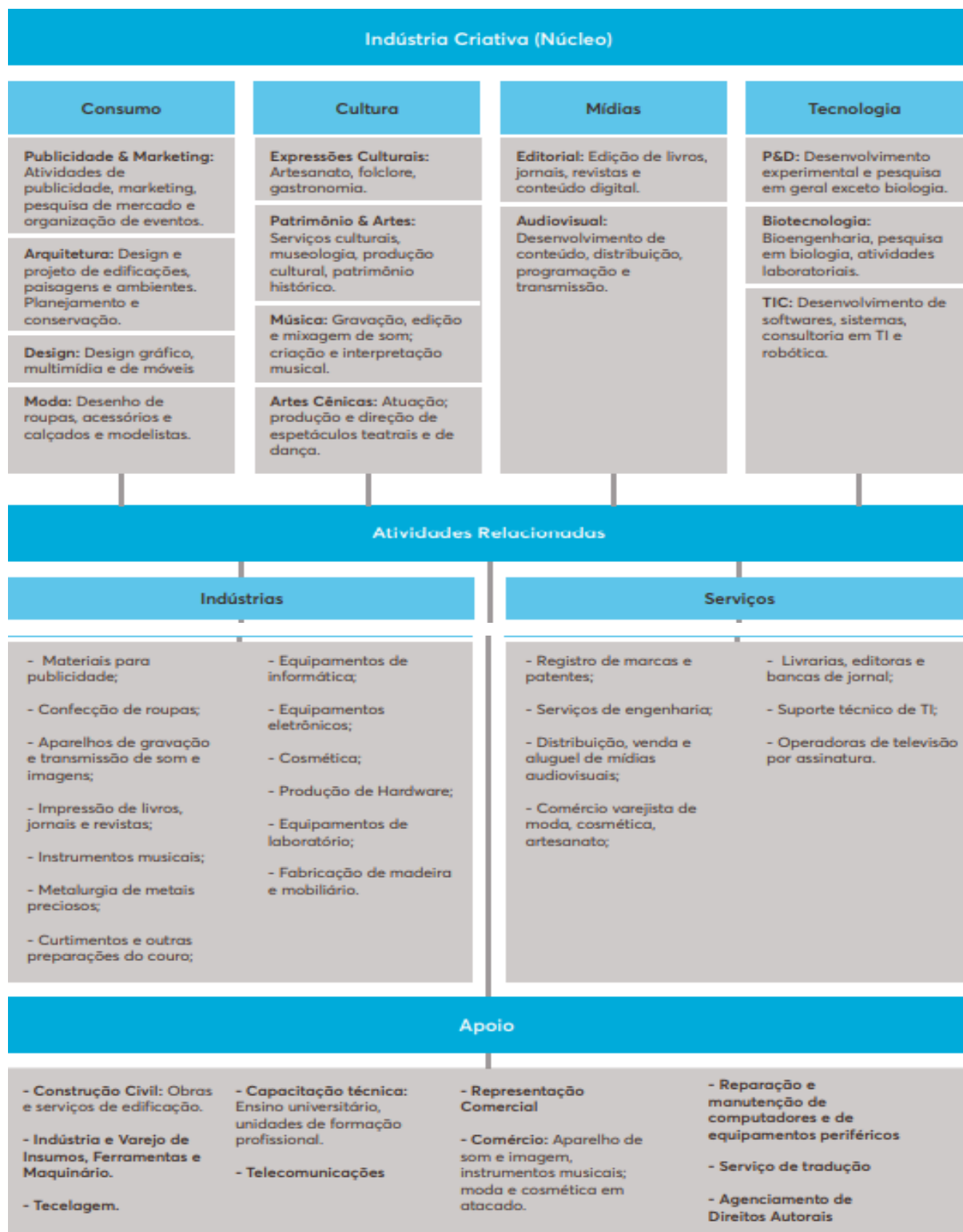
As indústrias criativas e culturais atuam com os mesmos pilares da economia criativa, tanto que seus significados se assemelham. Dessa maneira sabe-se que os campos econômicos que abrangem os setores mencionados acima também se assemelham e tratam a criatividade e o conhecimento intelectual como insumo nos seus produtos e processos.

Assim, sabe-se que tudo que se comercializa em um setor de economia criativa tem o seu valor e preço amparado além da estética e qualidade, mas consideram ainda o valor cultural e a criatividade envolvida na sua produção. Além disso a partir da maior exigência e pluralidade dos consumidores, um novo negócio ou até mesmo os já existentes devem encontrar alguma maneira de manter-se no mercado. Assim “a ampliação do acesso a novas tecnologias remodela a lógica de diferenciação das empresas que, para obterem o tão desejado destaque no mercado, precisam ir além do aumento da produtividade com base na automação.” (FIRJAN, 2019, p. 16).

Ao iniciar o assunto de oferta dos produtos e serviços enquadrados na economia criativa, é importante destacar algumas atividades pertencentes a esse grupo. O autor Mirshawka (2016) cita gastronomia, moda, música, televisão e rádio, setor editorial, pesquisa e desenvolvimento, entretenimento, publicidade e propaganda, software, videogames e turismo como atividades atuantes e representativas para o setor da economia criativa.

A Figura 5 representa um fluxograma com as divisões em cadeias da indústria criativa.

Figura 5 - Fluxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil



Fonte: Firjan, Mapeamento da Indústria Criativa, 2019.

A Figura 5 demonstra os setores e subsetores pertencentes a economia criativa, e que configuram uma estrutura de empregos volumosa e diversificada. A partir dessa Figura é possível se familiarizar com os produtos e serviços que cada ocupação produz e comercializa.

Ao avaliar as profissões citadas, torna-se interessante a análise do que cada uma produz e dissemina aos seus consumidores, ou seja, ambas possuem fatores de produção em comum, começando de uma simples música até as “gigantes da tecnologia”.

Quando se fala em música, por exemplo, pode-se associá-la a indústria cultural, pois se trata de um meio de disseminar cultura, identificar personalidades, inclusive difundir um meio social. Em seu livro Mirshawka (2016) trata individualmente de todas as atividades já mencionadas e destaca o quanto de trabalho intelectual é necessário para produção de um musical, bem como, isso se torna visível em qualquer setor da economia criativa, ou seja, nessas funções o ser humano é insubstituível e necessário, sendo esse o principal motivo para novos empregos, pois diferentemente dos demais setores, na economia criativa, uma mente humana não pode ser suprida por uma “máquina inteligente”.

De fato, tratando de economia criativa o ser humano se torna insubstituível, mas em alguns casos, substituíveis. Quando fala-se em “gigantes da tecnologia” é imprescindível que a tecnologia supra algumas funções desenvolvidas por pessoas, no entanto outros empregos são criados a partir dessa evolução. Grandes descobertas tecnológicas e cientistas trabalhando constantemente no desenvolvimento de novas ideias, por vezes, solucionam problemas de eficiência em indústrias e afins, no entanto, percebe-se que os criadores e desenvolvedores dessas ideias continuam sendo essenciais.

Nesse sentido, sabe-se que a qualificação é indispensável para esse tipo de função, além disso, a interação do universitário com indústrias do ramo também é algo essencial. No Brasil são poucos os cientistas que se qualificam e vão para empresas privadas, cerca de sete em cada dez permanecem nas universidades.

Alterar essa má distribuição de massa cinzenta, ou seja, dos cérebros geniais, é crucial para que o País cresça de forma consistente, com base no conhecimento. É P&D que permite que países e empreendedores encontrem atalhos para usufruir vantagens competitivas no mercado internacional. (MIRSHAWKA, 2016, p. 227).

No entanto, sabe-se que criatividade, novas ideias e possibilidades são interessantes, porém um tanto perigosas. Com a evolução da inteligência artificial nas redes mundiais, alguns riscos para a humanidade podem surgir. Ainda segundo Mirshawka (2016) o autor traz em seu livro dois depoimentos a respeito da

preocupação com a inteligência artificial, o primeiro é do empresário Elon Musk “ é preciso ser supercuidadoso com a IA, a qual, para mim, é potencialmente mais perigosa do que a energia nuclear” (MIRSHAWKA, 2016, p. 238) em contraponto o especialista em temas científicos Marcelo Gleiser relata “ é bem mais provável que o futuro da inteligência artificial esteja dentro do cérebro humano, e não fora.[...] O futuro não está nas máquinas, mas na inteligência humana artificialmente ampliada.” (MIRSHAWKA, 2016, p. 238).

Diante disso, é possível observar os riscos e oportunidades atreladas a desenvolvimentos de atividades do meio criativo. Além disso, já se torna possível verificar o grande leque de atividades enquadradas na economia criativa, desde o mais simples (música, artesanato, anúncios...) ao mais complexo (pesquisa e desenvolvimento, turismo e tecnologias), logo tudo produzido possui a mesma “base produtiva”.

De forma quantitativa, segundo IPEA (2013), estima-se que 3% da força de trabalho brasileira é proveniente da economia criativa e 6% da massa salarial. Além disso, essa mesma pesquisa traz a informação de que os trabalhadores da economia criativa ganham mais, sendo que boa parte desse fato pode ser atribuída a melhor grau de escolaridade.

3.2.1 Empreendedorismo, inovação e as startups

Assim como em qualquer negócio, ser empreendedor no setor criativo também é essencial. O empreendedorismo segundo SEBRAE (2019) é a capacidade de alguém desenvolver soluções a partir de problemas ou oportunidades identificadas em qualquer setor, ou seja, desenvolver um projeto ou um movimento com o objetivo de impactar positivamente o cotidiano das pessoas. O empreendedorismo quando vinculado ao negócio, pode constituir uma empresa de qualquer tamanho e modalidade, proporcionando soluções inovadoras para os consumidores.

Portanto empreendedorismo quando atrelado a inovação na criação de um novo negócio, pode estar ligado a setores da economia criativa. Indústrias da cultura e criativas, por vezes, surgem a partir de uma solução criativa e inovadora a um problema identificado, assim a relação entre os termos é representativa.

A criatividade é importante, quer estejamos fundando um novo empreendimento, tentando melhorar o desempenho de uma organização estabelecida ou ajudando uma empresa madura a encontrar novas direções e pensar criativamente. (BESSANT; TIDD, 2019, p. 154).

Acrescentando ao desenvolvimento da oferta de produtos e serviços no setor criativo, bem como aliando essa oferta ao empreendedorismo e inovação, cabe aqui mencionar o papel das startups no mercado da economia criativa. Em sua definição inicial, “uma startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza.” (RIES, 2012, p. 26).

Além disso, o termo é caracterizado por

Empresas iniciais que desenvolvem produtos ou serviços inovadores com bases tecnológicas para agregar valores, com rápido crescimento, ainda em fase de desenvolvimento e pesquisa de mercado, com modelo de negócio replicável sem aumento proporcional dos custos. (PULZ; FREITAS; MENDES, 2018, p. 49).

Quando atreladas a economia criativa, faz-se a analogia desse método de empresa com desenvolvimento de produtos à base da criatividade, assim as startups são “empreendimentos inovadores com potencial de crescimento em grandes proporções por serem negócios identificadores de nichos de mercado e exploram ideias anteriormente nunca testados”. (NAGAMATSU; BARBOSA; REBECCHI, 2013, p. 4).

A partir da pesquisa do termo identifica-se uma dificuldade em encontrar dados quantitativos a respeito das startups criativas no Brasil. No entanto a nível geral, segundo a Associação Brasileira de Startups (ABSTARTUPS, 2020) encontra-se a informação de que entre o período de 2015 e 2019 o número de startups já passa de 12.000 em todo o país, triplicando a quantidade no período, chegando a cerca de 207% de aumento.

Dessa maneira, a partir da compreensão da relação do empreendedorismo com criatividade, sabe-se que é possível criar um produto ou serviço, abrindo uma empresa ou desenvolvendo uma startup. Embora seja um método que trabalha a incerteza e desconfiança, ele inicia a partir de uma ideia e envolve o interesse inovador, sendo assim, uma startup pode se enquadrar na economia criativa.

Compreendendo o fato das startups estarem emergindo no Brasil, entende-se que a partir de ideias inovadoras e criativas, além do fomento as startups, a economia

criativa possui potencial de crescimento a partir do desenvolvimento dessas empresas.

3.3 MERCADO DE TRABALHO CRIATIVO NO BRASIL

Ao ter conhecimento acerca de alguns setores da economia criativa, o filtro quanto aos números a respeito dos empregos dessa área se torna mais claro. Sabe-se que uma nova relação de trabalho se consolida a partir do desenvolvimento e fomento desses empregos, bem como novos modelos de negócio. Dessa maneira a partir do panorama e dados quantitativos e informativos a análise a cerca desse assunto será desenvolvida.

A economia criativa no Brasil passou por momentos de alta e estabilização. Segundo a Firjan (2019) o país vivenciava uma crescente no setor das indústrias criativas em meados de 2010, no entanto a partir do cenário recessivo de alguns anos posteriores os níveis de participação desse setor na economia se estabilizaram. Desde 2015, o percentual total de trabalhadores concentrados na economia criativa totaliza em 1,8% de toda a população empregada no Brasil. No entanto em 2017 as indústrias criativas totalizavam cerca de 245 mil estabelecimentos, representando uma expansão de 2,5% em relação ao número de indústrias em 2015.

Além do mencionado, “em 2017, o Brasil contou com 837,2 mil profissionais criativos formalmente empregados” (FIRJAN, 2019, p. 12). Ou seja, com quase 1 milhão de trabalhadores formais, sem incluir os informais, a economia criativa cria representatividade nos setores econômicos brasileiros.

Os empregos formais, são aqueles com condições opostas aos informais, sendo que possuem registro em carteira de trabalho, direitos vinculados a previdência social e salários fixos. Muitos dos setores já mencionados podem ser formais, e são esses trabalhadores que são considerados na quantidade de massa empregada.

É praticamente impossível se pensar atualmente em produtos criativos que se restrinjam a uma única área ou segmento criativo. Desfiles de moda, por exemplo, são realizados com espetáculos de música; espetáculos de dança se integram a projeções audiovisuais; a editoração de livros se faz por meio da indústria de conteúdos das novas mídias, etc. A mescla de várias linguagens e áreas tornou-se prática comum nessa nova economia, estimulada em função tanto das facilidades geradas pelas novas tecnologias, quanto pela capacidade criativa de se construir e se interagir de modo multidisciplinar. Afinal, falar de economia criativa é falar de transversalidade,

de intersectorialidade, de complexidade, ou seja, do que é “tecido conjuntamente” (BRASIL, 2012, p. 24).

A partir dessa perspectiva de mescla nas atividades de economia criativa, é um tanto difícil a análise de cada atividade individualmente, no entanto, é possível realizar uma análise setorial e identificar os segmentos mais representativos, no quesito da mão de obra na economia criativa. Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa, Firjan (2019) os maiores setores de economia criativa são consumo, tecnologia, cultura e mídias. Dessa maneira os números são distribuídos conforme abaixo:

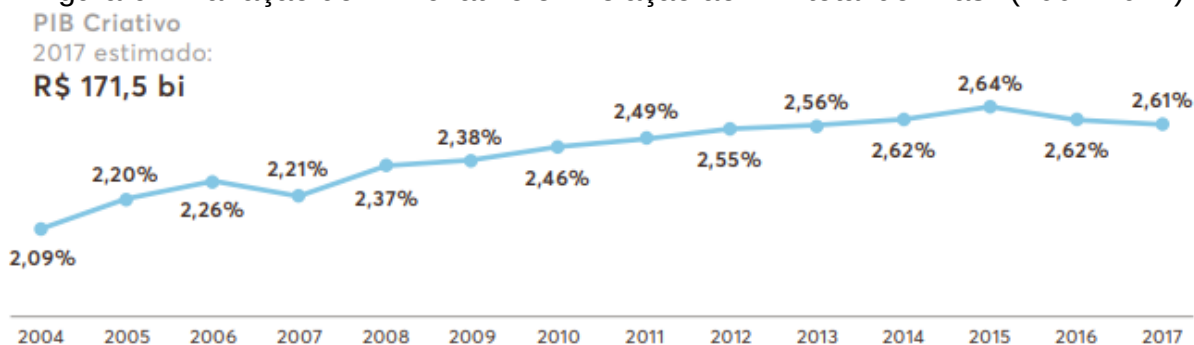
- O consumo, representado por publicidade e propaganda e marketing com os maiores avanços desse meio, abarca cerca de 43,8% de todos os trabalhadores formais da economia criativa, destacando-se como o maior setor.
- A tecnologia, segunda maior área da economia criativa, possui expansão na biotecnologia, tecnologia da informação e comunicação. A tecnologia representa 37,1% de todos os trabalhadores da economia criativa.
- A cultura e as mídias ficam logo após as áreas já citadas. A cultura representada pela expressão cultural, gastronomia, artes e música corresponde a um desempenho elevado em comparação ao total do mercado de trabalho.

Além dos setores mencionados, sabe-se que a presença de profissionais criativos não está atrelada somente a funções e setores estritamente criativos. Por vezes esses profissionais atuam de forma estratégica em diversos setores da economia, inclusive na indústria de transformação. Diante disso, “ em 2017, 21,7% de todos os criativos formalmente empregados atuavam na indústria de transformação, correspondendo a mais de 181 mil trabalhadores. ” (FIRJAN, 2019, p. 42)

Diante disso, sabe-se que essa participação no estoque de mão de obra empregada e no número de indústrias estabelecidas, reflete em um percentual no PIB brasileiro. Ainda segundo o Firjan (2019), em 2017 o PIB criativo brasileiro representava cerca de 2,61% de toda a produção nacional, totalizando cerca de R\$ 171,5 bilhões nesse mesmo ano, evidenciando a importância do setor na economia nacional.

A Figura 6 representa a variação do PIB criativo brasileiro em relação ao PIB total do país.

Figura 6 – Variação do PIB criativo em relação ao PIB total do Brasil (2004-2017)



Fonte: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil – FIRJAN (2019).

A partir da Figura 6 é possível verificar a variação e a representação do PIB criativo em relação ao PIB total do Brasil, sendo que em 2004 obteve-se a menor representatividade do período, registrando 2,09%, e em 2015 a maior representação, registrando 2,64%.

Ainda que pouco representativo em um cenário geral, a economia criativa vem desenvolvendo novas indústrias e negócios, criando assim milhares de empregos por todo o país, gerando renda e estimulando o consumo das famílias, o que por consequência movimenta o PIB do Brasil.

3.3.1 Informalidade e formalidade

Difícil de mensurar, mas existente, a informalidade também está presente na economia criativa. Como já mencionado anteriormente o setor informal da economia é o trabalho sem vínculo e registro em carteira de trabalho ou contrato, bem como não possui uma remuneração fixa.

Para verificar de forma quantitativa o trabalho informal na economia criativa, o Panorama da Economia Criativa no Brasil, divulgado pelo IPEA (2013) utilizou como referência o PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio), que se trata de uma pesquisa respondida diretamente pelas famílias, portanto é possível identificar trabalhadores formais e informais, e a Rais, que se trata de um relatório anual de informações sociais, utilizado pelo Ministério do trabalho. No entanto é importante ressaltar que “há várias limitações metodológicas com respeito a estas estimativas a partir da PNAD”. (IPEA, 2013, p. 40).

Logo, de forma quantitativa e utilizando as referências mencionadas o

[...] número de trabalhadores em economia criativa, de acordo com os quatro critérios possíveis: Rais setorial; Rais ocupacional; PNAD setorial; e PNAD ocupacional. Em conformidade com a PNAD, o total de trabalhadores formais e informais em economia criativa somou 4 milhões ou 2,6 milhões em 2009, de acordo com os recortes setorial e ocupacional, respectivamente. De todo modo, isto aponta para grande presença da informalidade na economia criativa. (IPEA, 2013, p. 41).

Essa informalidade é proveniente de pessoas que trabalham sem registro em carteiras de trabalho ou contrato, mas que estão inseridas no setor devido a comercialização e produção do seu produto ou serviço. Tratam-se de alguns músicos, designers, artesões, estilistas, guias de turismo que inovaram e que agora estão inseridos na economia criativa.

Além de pessoas autônomas que trabalham nessas áreas, algumas empresas também se enquadram. Diante disso, “Há evidências significativas de que a informalidade, pelo menos na economia criativa, é impulsionada por uma atividade dinâmica de pequena escala empresarial”. (BRASIL, 2012, p. 227).

De fato, hoje muitas empresas criativas iniciadas por jovens talentos, mesmo nos países mais avançados, também começam em uma garagem ou um pequeno estúdio. O fato de que muitas dessas “indústrias” podem estar situadas no setor informal complica a situação. Para realizar todo o potencial do setor da indústria criativa, há uma necessidade de formular estratégias e políticas que integram o setor informal, fornecendo apoio jurídico e um ambiente propício para o desenvolvimento dessas atividades de negócios, da mesma forma que esses recursos se estendem para outros setores da economia. (IPEA, 2013, p. 47).

Por se tratar de informalidade torna-se difícil dimensionar em números a questão do PIB, por exemplo. No entanto, o PIB criativo total representa cerca de 2,61% de toda produção nacional, e esse número pode ser maior, caso fosse possível dimensionar a informalidade.

3.4 FOMENTO A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Conforme já observado de forma quantitativa e teórica, a economia criativa ainda não é muito representativa no Brasil, mas ao acompanhar a tendência, esse setor pode vir a se desenvolver. Ainda que questionável o fomento do governo no setor, pode colaborar com o desenvolvimento e evolução da economia criativa, consequentemente aumentando o número de empregos e o volume do PIB.

O conhecimento e a criatividade estão se tornando um poderoso motor para o crescimento econômico no mundo globalizado contemporâneo. Eles têm implicações profundas para o comércio e para o desenvolvimento. Em conjunto com a tecnologia, eles abrem um enorme potencial para os países em desenvolvimento de explorar novas áreas de riqueza e criação de emprego consistente com as novas tendências na economia global. Para esses países concretizarem esse potencial, é preciso ter cuidado ao formular políticas específicas para melhorar as capacidades criativas por meio de ações estratégicas a serem tomadas pelos governos em níveis local, nacional e regional, e ao mesmo tempo explorar as possibilidades de cooperação internacional e alianças estratégicas. (BRASIL, 2010, p. 209).

Em decorrência da maior visibilidade das atividades econômicas criativas no Brasil e no mundo, é importante verificar a questão de recursos de financiamento disponibilizados para esse fim, seja esse público ou privado. Segundo Nyko e Zendron (2018) sabe-se que o recurso destinado a indústrias criativas e culturais é um desafio, visto que em sua maioria, ainda se tratam de empresas com uma pequena capacidade de oferecer garantia a financiamentos de crédito, por conta do breve tempo de existência, bem como por ainda não faturarem o suficiente.

Ainda a respeito do financiamento para indústrias culturais e criativas, o BNDES, a partir da obra de Nyko e Zendron (2018) identificou algumas premissas para um plano de curto prazo, com o objetivo de fomentar as linhas de crédito para essa área. Dentre as diretrizes observadas, a primeira diz respeito a operacionalização de linhas adequadas para os setores, verificando o porte da empresa, assim viabilizando a concessão sem garantias reais, bem como flexibilizar os limites disponíveis.

Além disso, a questão de expansão nos financiamentos às indústrias do ramo, devem gerar impacto na profissionalização das empresas, ou seja, desenvolver ainda mais a capacidade intelectual, bem como aperfeiçoar as técnicas de gestão e governança. Assim, cria-se um processo consequente e natural de “que a ampliação do crédito tem um efeito indutor em dimensões que também são tratadas com ações de capacitação.” (NyKO; ZENDRON, 2018, p. 272).

Ainda assim, o acesso ao financiamento nesses casos pode ser desafiador. Dessa maneira, para BNDES “o desenvolvimento mais abrangente desse segmento, faz-se necessário intensificar um conjunto de iniciativas para sensibilizar e apresentar a indústria criativa e cultural como possibilidade de investimento financeiro rentável.” (NyKO; ZENDRON, 2018, p. 276).

Além das fontes de financiamento, o aprimoramento e conhecimento dos novos meios de produção é fundamental e devem ser o diferencial de cada negócio. As

instituições públicas e privadas já oferecem cursos de graduação e profissionalização em diversas áreas que se enquadram na economia criativa, qualificando assim cada vez mais o setor criativo e consequentemente aumentando os salários desses profissionais.

Dessa forma, o presente capítulo conceituou e caracterizou o termo economia criativa, e seus participantes, como indústria cultural e criativa, bem como enfatizou a evolução desses termos ao longo dos anos. Além disso, qualificou-se e desmembrou-se a questão da oferta de produtos e serviços criativos no Brasil, bem como quantificou a força de trabalho pertencente a esse setor no mercado de trabalho. Por fim, identificou-se as principais ações e configurações de fomento a economia criativa no Brasil, sendo possível assim completar a informação de que o Brasil tem pouca influência da economia criativa no PIB entre 2004 e 2017, no entanto, a partir dessa informação sabe-se que é um setor em fase de desenvolvimento e com potencial, considerando que o mercado está em frequente mudança.

O capítulo 4 representa uma análise de determinadas CBO pertencentes aos segmentos mais representativos da economia criativa, abordando para isso, as características de sexo do trabalhador, idade, grau de escolaridade, horas trabalhadas e faixa salarial o que possibilita identificar o perfil dos trabalhadores da amostra estudada.

4 PERFIL DOS TRABALHADORES QUE ATUAM NA ECONOMIA CRIATIVA DO BRASIL

A partir do entendimento do conceito de economia criativa, bem como a compreensão de que esse setor é amplo e compete as atividades inovadoras, que possuem fator de produção baseado em capital intelectual e criatividade, e por consequência disso formam-se as indústrias criativas e culturais, é possível realizar uma análise de perfil dos trabalhadores. Assim, a partir da base de dados da RAIS se torna possível identificar e compreender o perfil de quem atua nesse meio econômico.

Embora o tema economia criativa seja considerado recente, o mesmo se tornou mais relevante com o início da globalização em 1990, pois a partir de então se passou a ter mais conhecimento a respeito das profissões e atividades participantes desse meio econômico. Mesmo que ainda não exista uma grade de profissões formais, ou estabelecidas oficialmente, os autores mencionados nessa monografia abordam basicamente as mesmas ocupações econômicas que geram valores e receitas no meio criativo.

Dessa forma, conforme mencionado, já existem estudos a respeito das atividades desenvolvidas nessa esfera econômica, bem como os setores mais representativos e a representação no PIB brasileiro, no entanto, pouco se sabe a respeito do perfil desses trabalhadores.

Neste capítulo será realizado uma análise de dados, para identificar o perfil dos trabalhadores criativos, em ocupações selecionadas a partir do volume de mão de obra de cada segmento que estão inseridas, embasado pelo Mapeamento da Indústria Criativa, Firjan (2019), considerando as suas principais características.

4.1 SETORES MAIS REPRESENTATIVOS, JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DAS ATIVIDADES

As atividades participantes da economia criativa são heterogêneas, podendo ser desde a música até grandes empresas de pesquisa e desenvolvimento. A cultura e a inovação, utilizando como insumo a capacidade intelectual e criatividade já se enquadram como economia criativa.

Segundo o autor Mirshawka (2016) todas as atividades dos setores da moda, música, gastronomia, radio, pesquisa e desenvolvimento, setor editorial,

entretenimento, software, publicidade e propaganda, televisão, videogames e turismo são ativamente participantes da economia criativa, justamente pela seu insumo principal e modo de disseminação ou venda do produto e serviço. Esses setores estão divididos na Figura 5 desse estudo.

Ao retomar algumas das atividades da economia criativa se torna importante também revisitar o Mapeamento da Indústria Criativa, Firjan (2019), pois a partir desse estudo é que serão escolhidas as atividades para o desenvolvimento da análise de perfil dos trabalhadores. O Mapeamento aborda os mais representativos segmentos da economia criativa do ponto de vista de volume de mão de obra. São eles:

- Publicidade e propaganda e marketing representam 43,8% dos trabalhadores formais;
- Tecnologia, representando 37,1% dos trabalhadores formais;
- Cultura e as mídias representando a terceira atividade mais representativa.

A partir da Figura 5 e a identificação dos segmentos mais relevantes para a economia criativa, conforme as informações da Firjan, os critérios definidos para a seleção das CBO estão baseados em analisar uma ocupação por segmento representativo, ou seja, para o segmento de consumo, analisa-se os profissionais de relações públicas e publicidade, mercado e negócios, para o segmento de tecnologia, gerentes de pesquisa e desenvolvimento, para cultura analisa-se músicos, compositores, arranjadotes, regentes, musicólogos e atores e por fim para o segmento de mídias, analisa-se desenhistas industriais (designers), pintores e escultores, considerando somente a representatividade dos segmentos e não das ocupações.

Nessas condições, o Quadro 1, demonstra as ocupações que serão analisadas nesse estudo, de acordo com suas respectivas CBO (classificação brasileira de ocupações):

Quadro 1 – CBO e a descrição das ocupações

CBO	Descrição da CBO
2531	Profissionais de relações públicas e publicidade, mercado e negócios;
1426	Gerentes de pesquisa e desenvolvimento;
2624	Desenhistas industriais (designers), pintores e escultores;
2626	Músicos, compositores, arranjadotes, regentes e musicólogos;
2625	Atores

Fonte: Elaboração da autora (2020).

Ao relacionar os segmentos mais representativos com as profissões que se enquadram nesses ramos, seleciona-se as CBO acima, possibilitando um maior número de amostrar em determinado período, resultando em uma análise mais assertiva.

4.2 ANALISANDO OS TRABALHADORES CRIATIVOS NO BRASIL

Embora o setor criativo seja muito abrangente, verificar os segmentos com maior relevância e a partir disso definir ocupações relacionadas, é interessante para um resultado mais preciso da análise de perfil.

A partir da base de dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) é possível estudar o estoque de trabalho formal em vários setores e ocupações, estruturando planilhas com características de faixa etária, escolaridade, sexo do trabalhador, por exemplo, sendo essa a principal ferramenta governamental de controle de mão de obra no Brasil. Sendo assim, a base da RAIS é a principal fonte de dados para o desenvolvimento dessa análise.

A partir da estruturação da evolução do estoque de mão de obra formal nas ocupações estudadas, chega-se a seguinte estrutura:

Tabela 1 – Estoque de trabalho de 2003 – 2018.

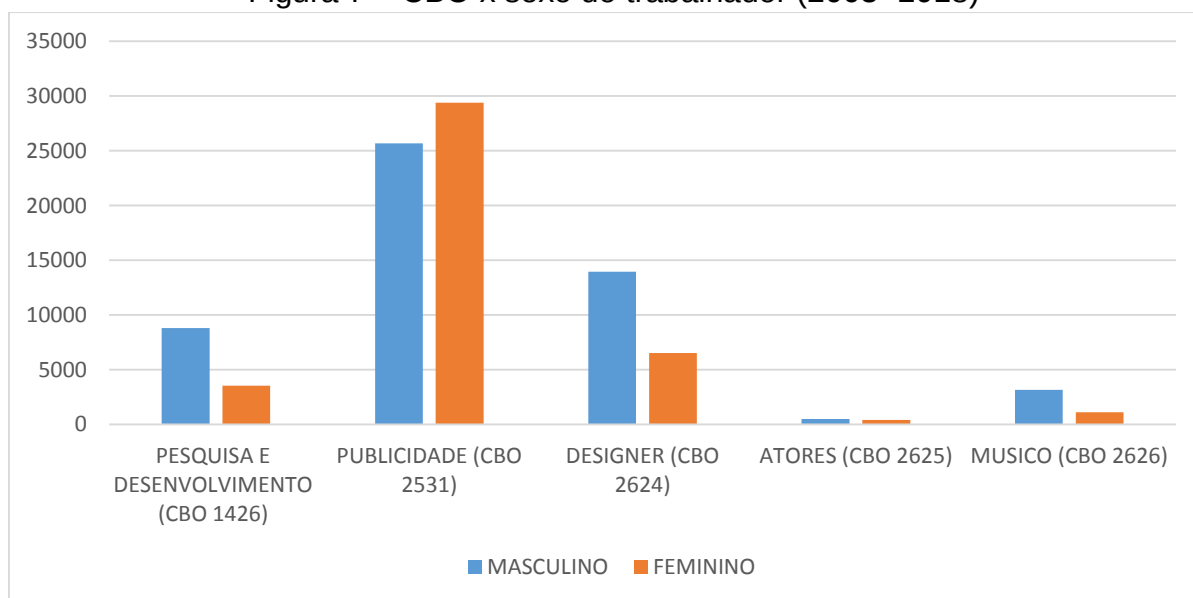
Ano	PESQUISA E DESENVOLVIMENTO (CBO 1426)	PUBLICIDADE (CBO2531)	DESIGNERS (CBO 2624)	ATORES (CBO 2625)	MUSICOS (CBO 2626)
2018	17.985	33.562	30.757	948	3.998
2017	16.972	32.703	29.266	817	3.867
2016	16.533	34.044	28.067	735	3.845
2015	16.914	36.902	28.224	857	4.358
2014	17.292	40.543	28.895	916	4.593
2013	16.250	26.644	26.956	995	4.778
2012	14.613	120.164	26.874	911	4.541
2011	13.430	100.455	24.433	908	4.505
2010	11.811	86.848	20.329	972	4.292
2009	10.194	77.446	17.869	899	4.111
2008	9.835	69.229	15.539	947	4.023
2007	8.616	59.017	13.245	1.082	4.157
2006	7.685	49.623	11.387	1.074	4.392
2005	7.021	43.710	9.761	875	4.203
2004	6.262	38.145	8.360	849	4.066
2003	5.787	32.376	7.588	756	4.431

Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Tabela 1 representa o estoque de trabalho no período de 2003 a 2018 considerando a base de 31/12. Dessa forma, em todas as ocupações estudadas, há uma importante evolução no decorrer dos anos quanto a quantidade de trabalhadores por função. No entanto em alguns períodos é possível observar uma redução no estoque de trabalho, se tratando de 5,6% nos anos de 2014 a 2016 para o posto de gerentes de pesquisa e desenvolvimento, 2,9% para desenhistas industriais (designers), pintores e escultores e uma queda expressiva de 77,9% para profissionais de relações públicas, publicidade, mercado e negócios no ano de 2013, seguindo por uma nova queda de 19,3% nos próximos anos até 2017. Já para os atores o cenário é distinto, visto que existe uma oscilação constante de crescimento e queda durante todo o período analisado, observação que se estende também as ocupações de músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogos.

A partir da visualização do estoque total de trabalhadores por ocupação, uma análise mais profunda pode ser iniciada. A Figura 7 demonstra a média do sexo do trabalhador em cada CBO no período de 2003 a 2018.

Figura 7 – CBO x sexo do trabalhador (2003 -2018)



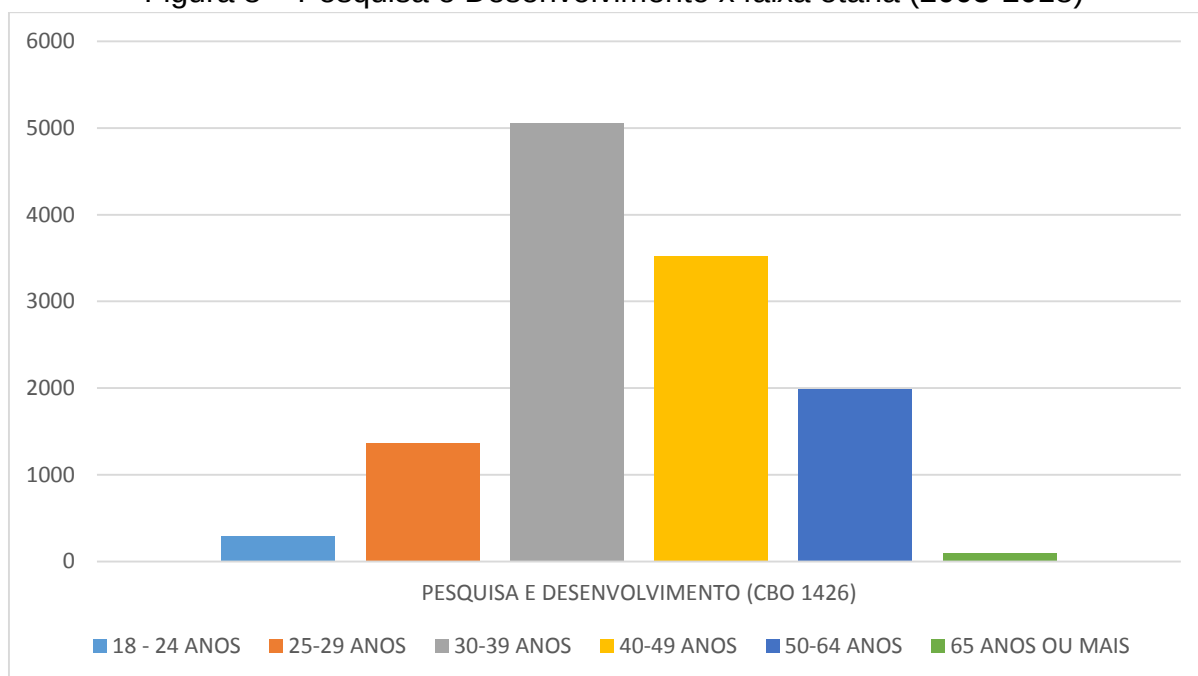
Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

Para a elaboração da Figura 7, foi necessário determinar a média de trabalhadores homens e mulheres por CBO, a partir da soma do estoque total por sexo na base de 31/12 de 2003 a 2018, e dividido pela quantidade de anos analisados (16), que resultou nos dados da Figura 7. A partir disso é possível observar que os homens

representam 71,4% dos gerentes de pesquisa e desenvolvimento, 68,1% dos desenhistas industriais (designers), pintores e escultores, 54,7% dos atores e 74% dos músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogos, sendo essas CBO analisadas com maior representatividade masculina. Já ao observarmos o perfil da ocupação de relações públicas, publicidade, mercado e negócios o sexo feminino representa 52,8% de todos os trabalhadores dessas funções.

Quando se analisa a faixa etária, tem-se uma divisão de grupos por idade, ou seja, trabalha-se com grupos de 18-24 anos, 25-29 anos, 30-39 anos, 40-49 anos, 50-64 anos e 65 anos ou mais, em qualquer ocupação a ser estudada. Dessa maneira, se torna necessário estipular uma métrica média para desenvolver as Figuras 8, 9, 10, 11 e 12, que é calculada a partir da soma de todos dos trabalhadores de cada CBO, por grupo de idade, em 31/12, e dividido por 16, período em anos utilizados para a análise. Dessa forma, a Figura 8 demonstra a média de idade dos trabalhadores formais por idade de acordo com a ocupação de gerentes de pesquisa e desenvolvimento, nos anos de 2003 a 2018.

Figura 8 – Pesquisa e Desenvolvimento x faixa etária (2003-2018)



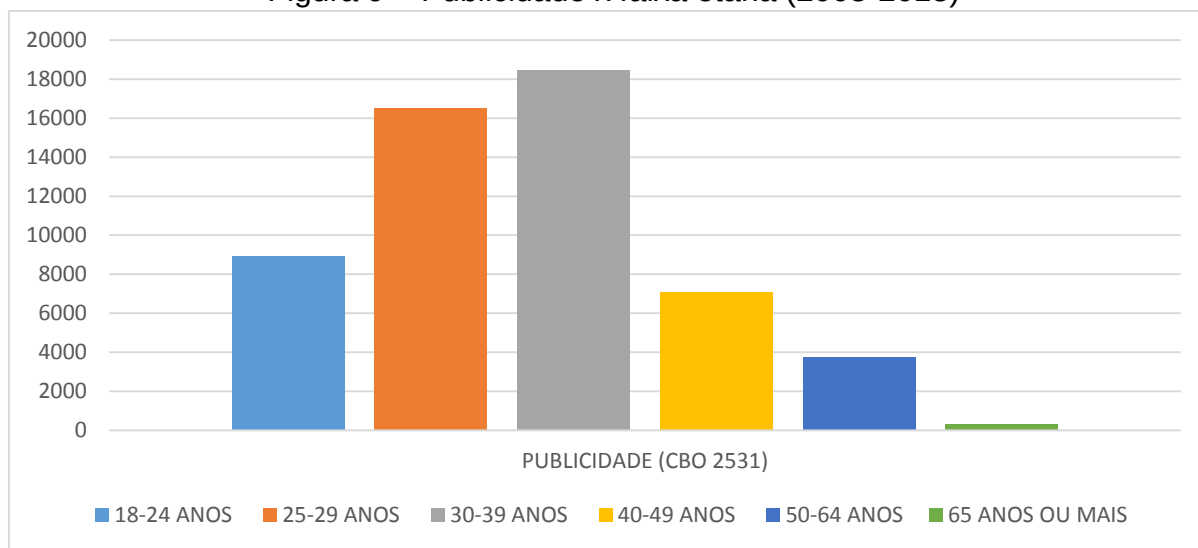
Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

Logo, a Figura 8 demonstra a média dos trabalhadores formais por faixa etária dos 18 aos 65 anos, ou mais da CBO já mencionada. A partir da metodologia utilizada, a média dos trabalhadores apontam que o público mais atuante nessa ocupação está

entre os 30 e 39 anos o que remete a um público jovem na função. No entanto, logo em seguida os trabalhadores de 40-49 anos destacam que a experiência na função é uma característica dessa ocupação.

A Figura 9 demonstra a média dos trabalhadores formais por faixa etária em 2003 á 2018 a partir da CBO de profissionais de relações públicas e publicidade, mercado e negócios.

Figura 9 – Publicidade x faixa etária (2003-2018)

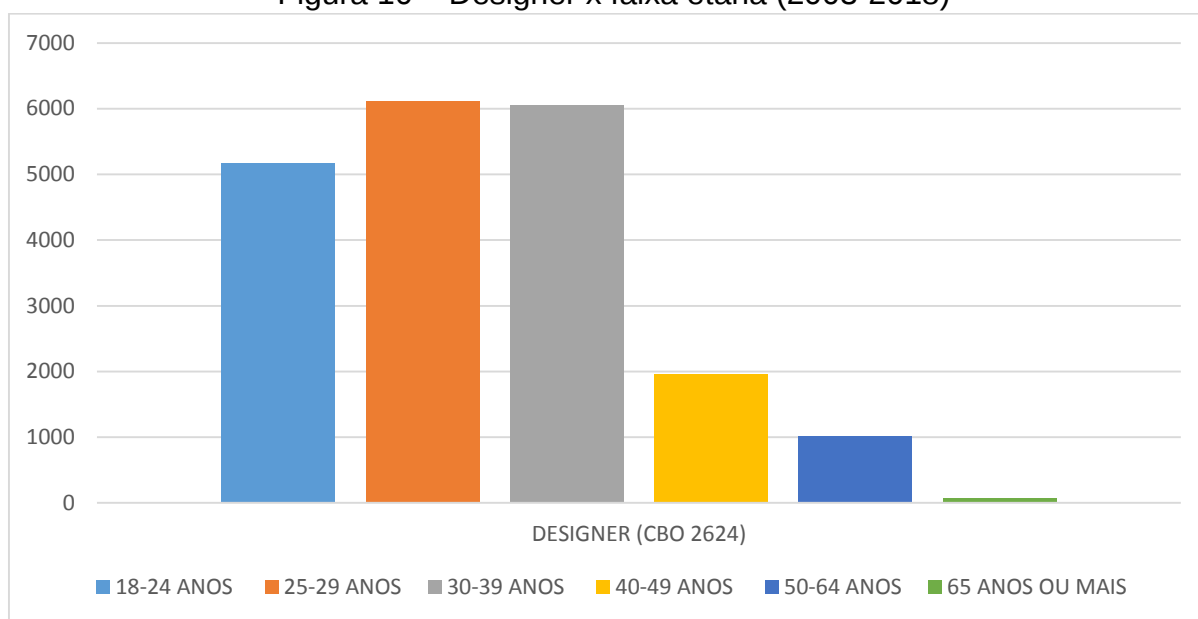


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 9 representa que os profissionais de relações públicas, publicidade, mercado e negócios estão em sua maioria na mesma faixa etária da Figura 8, sendo de 30 a 39 anos. No entanto, diferentemente da Figura 8, a faixa etária de 25 a 29 anos é a segunda mais representativa, seguida pelo grupo de 18 a 24 anos, o que destaca um público jovem nessas funções em grande quantidade.

Seguindo a mesma métrica já informada, a Figura 10 apresenta a média dos trabalhadores formais por faixa etária, na CBO de desenhistas industriais (designers), pintores e escultores do período de 2003 a 2018.

Figura 10 – Designer x faixa etária (2003-2018)

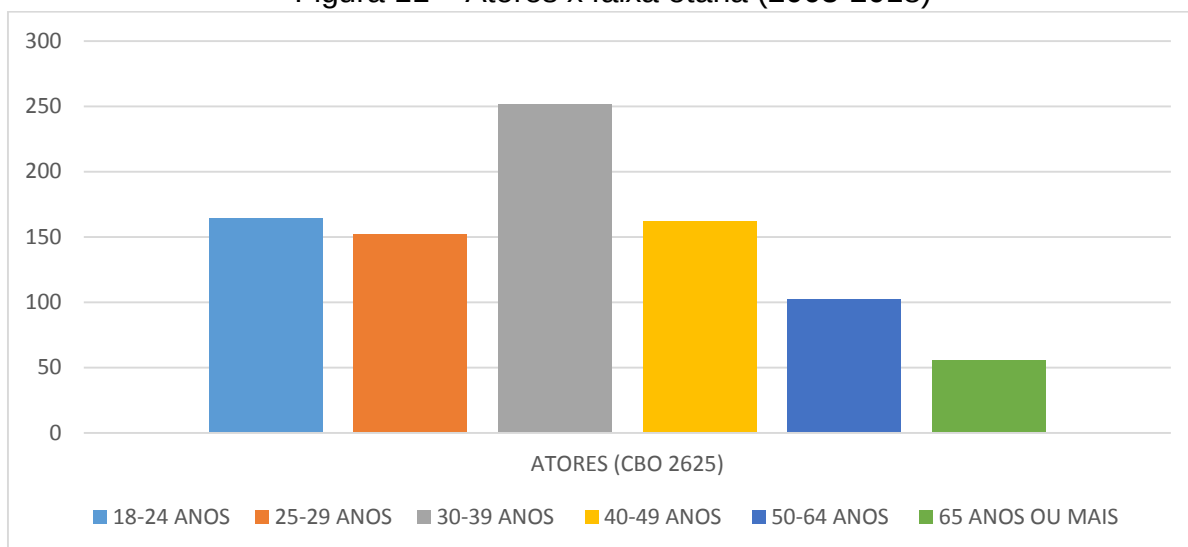


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 10 demonstra um público jovem bem atuante nas profissões de desenhistas industriais (designers), pintores e escultores, pois desde os 18 até os 39 anos há uma representatividade no número de trabalhadores formais empregados. Um pouco diferente das ocupações anteriores, essa Figura aponta uma pequena superioridade no número de trabalhadores de 25-29 anos, no entanto, ao verificar a totalidade da Figura pode-se observar um cenário semelhante aos demais, o público jovem representa a maior parte dos profissionais dessas funções.

Já a Figura 11 representa a média de trabalhadores formais por faixa etária no período de 2003 a 2018 na função de Atores.

Figura 11 – Atores x faixa etária (2003-2018)

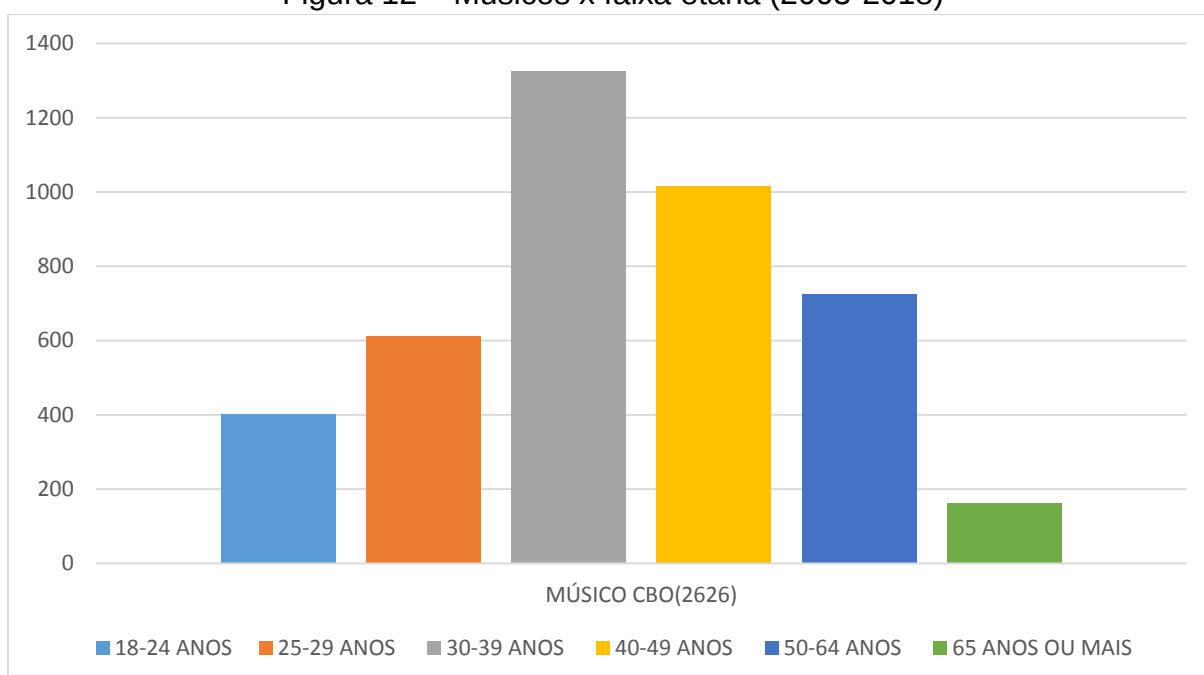


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 11 apresenta uma situação que vem se repetindo no decorrer da análise da faixa etária por CBO. Os atores em média e em sua maioria possuem entre 30 e 39 anos, comprovando novamente que a formalidade na economia criativa vem sendo representada por um público jovem.

Abaixo a Figura 12 demonstra a média de trabalhadores formais por faixa etária, nas funções de músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogos no período de 2003 a 2018.

Figura 12 – Músicos x faixa etária (2003-2018)



Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

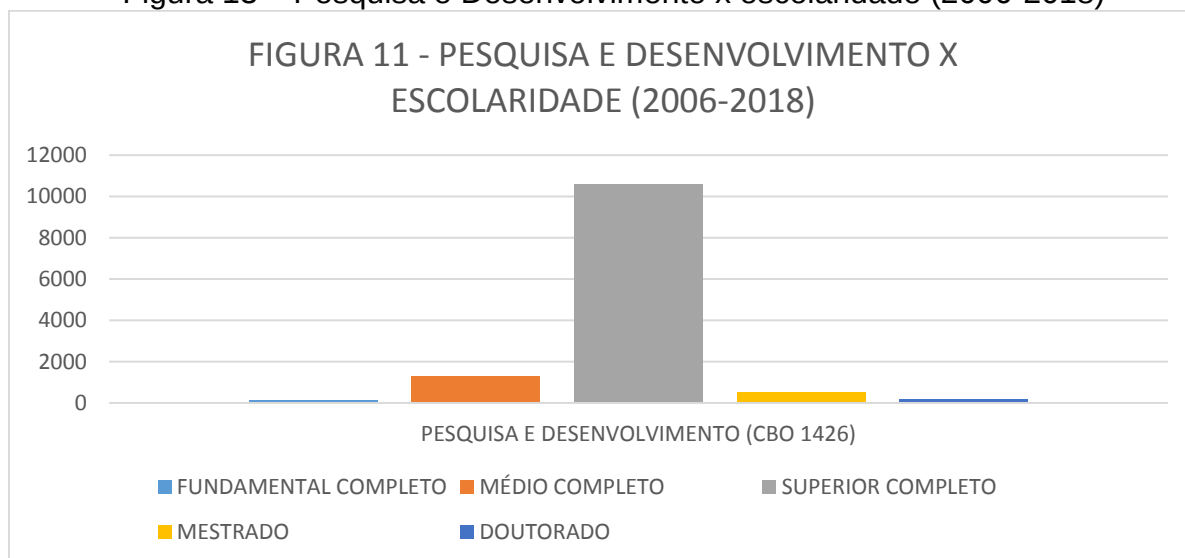
Dessa forma, a Figura 12 evidencia um cenário semelhante ao da Figura 8 e 11, sendo que o grupo de maior volume de empregados, novamente está na faixa etária dos 30 a 39 anos, seguido pelo de 40-49 anos. Além disso, nessas funções há uma nova característica a ser considerada, o grupo de 50 a 64 anos aponta uma interessante representatividade na ocupação, visto que os trabalhadores dessa idade e dessa função estão “alongando” a profissão formal, de acordo com os números verificados.

Ao final da análise de faixa etária por grupo de idade e CBO, é possível compreender que a economia criativa está relacionada um público jovem formalmente empregado, o que é consequência da recente representatividade do setor criativo para a economia brasileira. A partir disso, a análise segue para o âmbito de grau de escolaridade, que irá definir o quanto os trabalhadores formalmente empregados nas ocupações definidas possuem grau de instrução.

O grau de escolaridade é fornecido pelo RAIS, em forma de certificados, que nesse caso “Escolaridade após 2005” será utilizado as opções de: doutorado, fundamental completo, médio completo, mestrado e superior completo. Para analisar o grau de escolaridade em cada ocupação, é necessário estipular uma média, que será definida pela soma de todos os trabalhadores por certificado em 31/12 e dividido pelo período analisado (13 anos), de 2006 a 2018. O RAIS possui dados dessa característica somente a partir de 2006, por isso será utilizado a partir do ano mencionado e não de 2003 conforme as análises anteriores. A métrica mencionada será considerada nas Figuras 13,14, 15,16 e 17.

A Figura 13 retrata a média de trabalhadores por grau de escolaridade do período de 2006 a 2018 na função de gerentes de pesquisa e desenvolvimento.

Figura 13 – Pesquisa e Desenvolvimento x escolaridade (2006-2018)

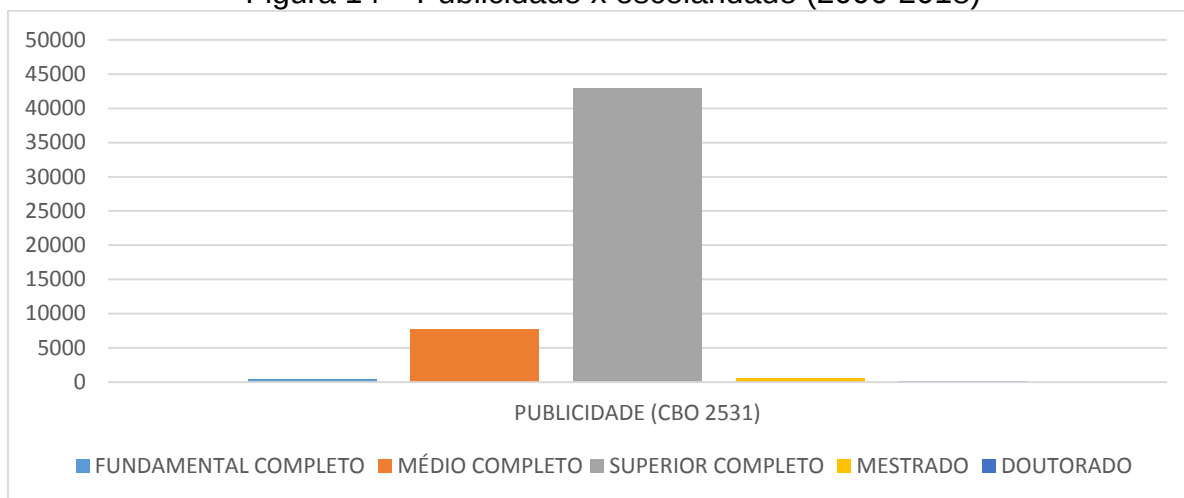


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 13 demonstra que em média a maior parte dos gerentes de pesquisa e desenvolvimento possuem ensino superior completo, tratando-se de cerca de 83% dos funcionários. Além disso, a média de colaboradores com mestrado no período de 2006 a 2018 é de 4% dos funcionários.

A Figura 14 representa a média de trabalhadores por grau de escolaridade da CBO de profissionais de relações públicas e publicidade, mercado e negócios no período de 2006 a 2018.

Figura 14 – Publicidade x escolaridade (2006-2018)

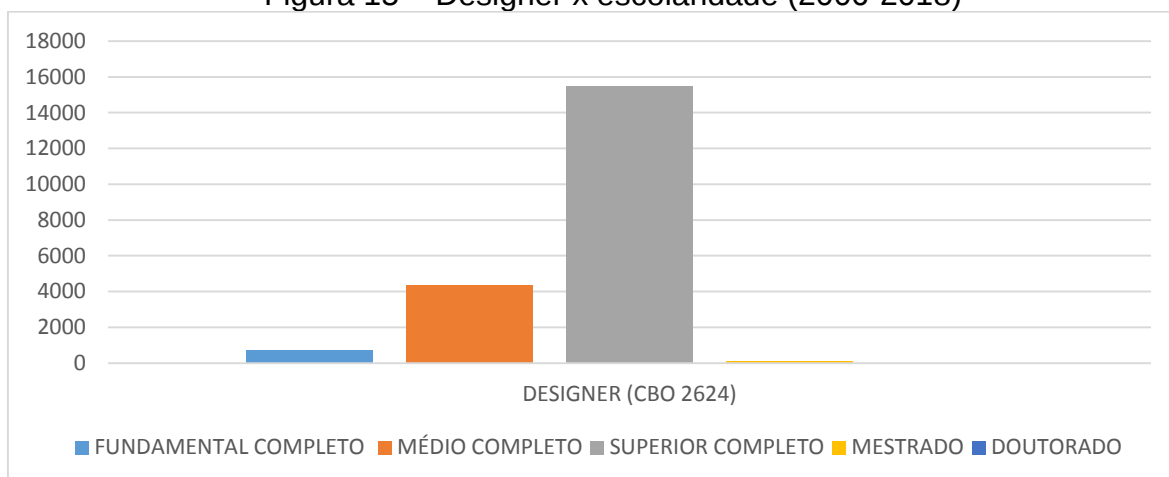


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 14 apresenta um cenário semelhante à Figura 13, no qual a maioria dos trabalhadores possuem ensino superior completo, que nesse caso trata-se de uma média de 83% dos funcionários. Nesse sentido, as funções de relações públicas, publicidade, mercado e negócios apontam um bom nível de escolarização.

A figura abaixo representa a média de trabalhadores por grau de escolaridade nas funções de desenhistas industriais (designers), pintores e escultores no período analisado de 2006 a 2018.

Figura 15 – Designer x escolaridade (2006-2018)

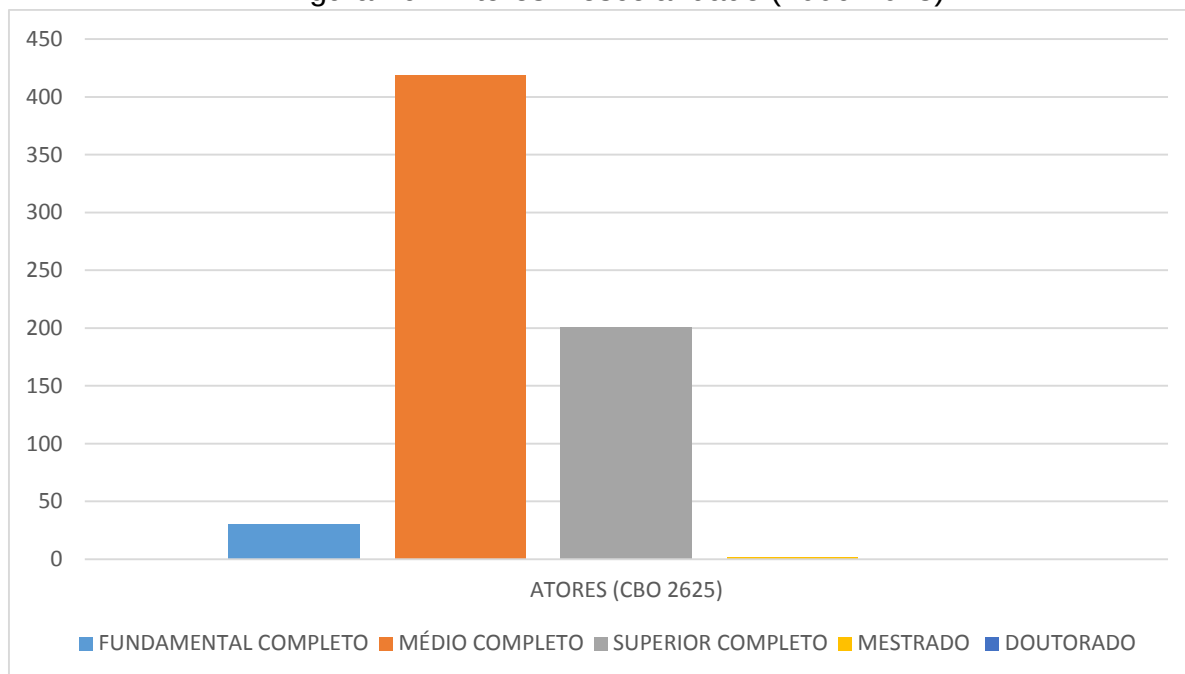


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 15 aponta o mesmo cenário das CBO analisadas até o momento, sendo que o público das funções de desenhistas industriais (designers), pintores e escultores em sua maioria possui ensino superior completo, que para essa CBO representa 75% dos funcionários.

A Figura 16 demonstra a média de trabalhadores por grau de escolaridade na profissão de atores, no período de 2006 a 2018.

Figura 16 – Atores x escolaridade (2006-2018)

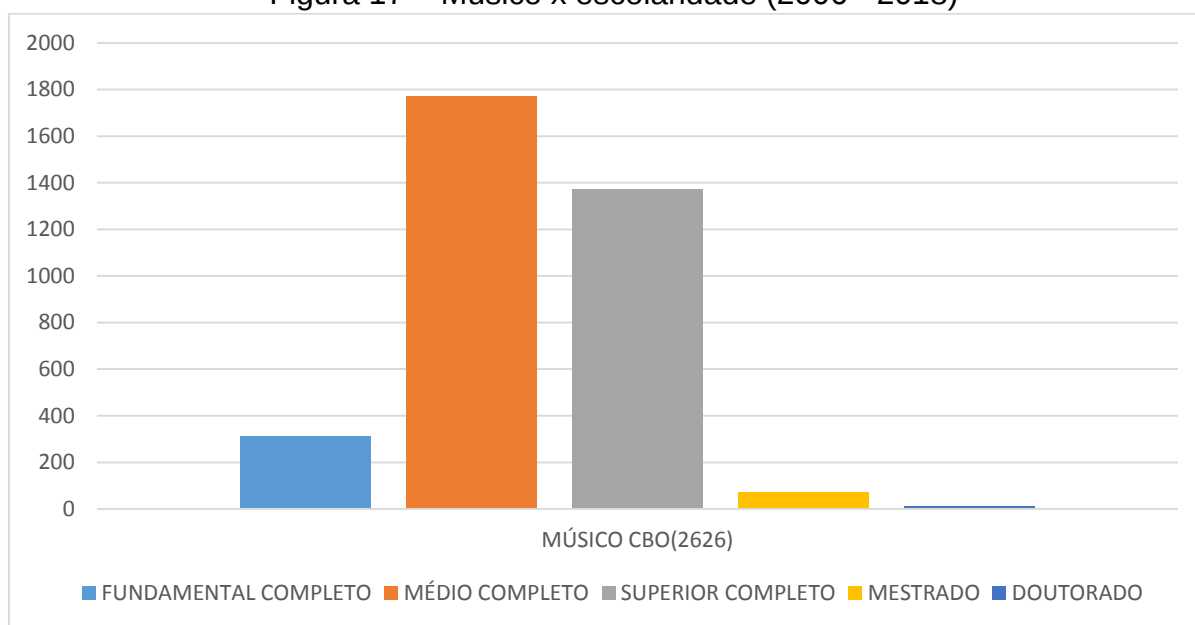


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 16 aponta um cenário diferente das demais CBO, a partir da análise do grau de escolaridade de 2006 a 2018. Em média a maior parte dos atores possuem ensino médio completo, contemplando um total de 64% dos atores formalmente empregados, seguido de 31% dos profissionais com ensino superior completo. Com isso uma importante característica destaca-se da ocupação de atores em relação as demais.

Para finalizar a análise das CBO por grau de escolaridade, a Figura 17 retrata a média de trabalhadores por escolaridade nas funções de músicos, compositores, arranjadore, regentes e musicólogo do período de 2006 a 2018.

Figura 17 – Músico x escolaridade (2006 - 2018)



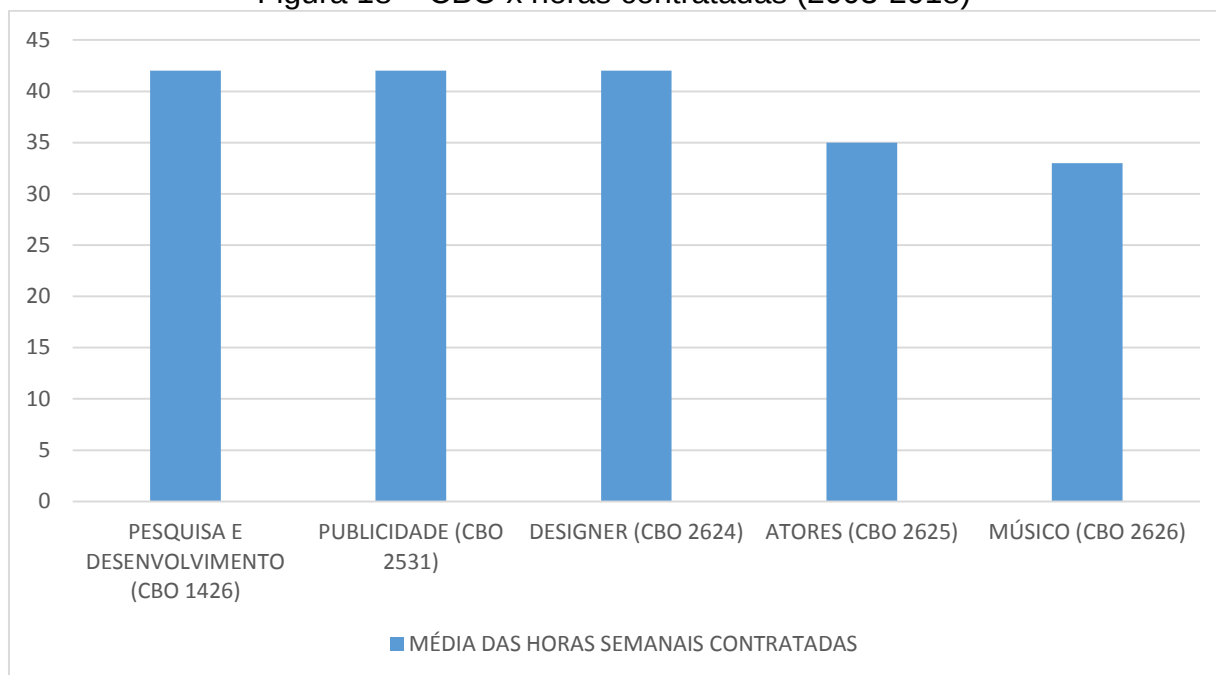
Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 17 traz um cenário semelhante ao da Figura 16, cujo em média o maior número de funcionários da CBO de músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogos possui o ensino médio completo, representado por 50% dos empregos formais, seguido de 39% dos funcionários que possuem ensino superior completo.

Na sequência dos itens já analisados, a quantidade de horas contratadas torna-se essencial para definir o perfil do trabalhador criativo. A partir disso define-se a média de horas semanais contratadas por CBO, que nesse caso se dá em duas etapas. Primeiramente realiza-se a divisão do total de horas contratadas em determinado ano, pelo estoque do respectivo ano, atribuindo a mesma métrica para todo o período analisado, o que resulta na média de horas semanais contratadas por ano. A partir disso, soma-se todas as médias encontradas e divide-se por 16, quantidade em anos do período analisado, resultando no objetivo final, a média de horas semanais contratadas por ocupação.

A Figura 18 retrata a média das horas semanais contratadas do período de 2003 a 2018, nas CBO estudadas. Além disso, vale relembrar que assim como as demais, os dados da Figura 18 estão na base de 31/12.

Figura 18 – CBO x horas contratadas (2003-2018)

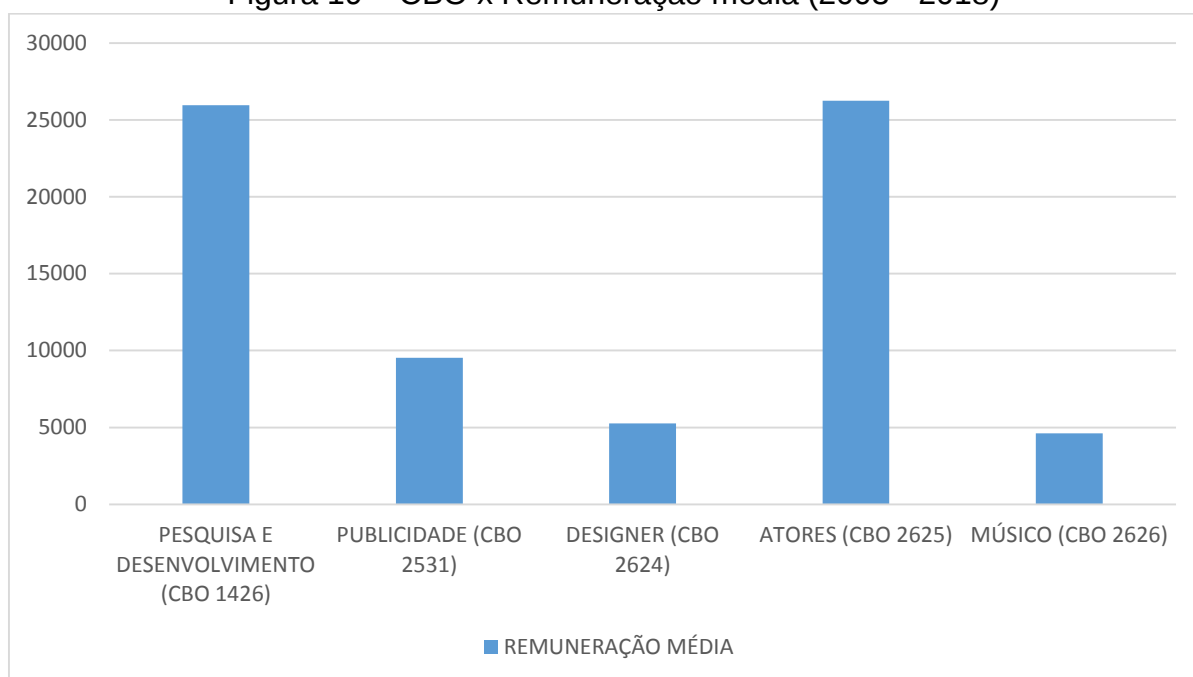


Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

Conforme já mencionado, a Figura 18 demonstra a média das horas contratadas no período de 2003 a 2018, que resulta em cerca de 33 a 42 horas semanais contratadas, ou seja, em média os profissionais criativos são contratados para atuarem em suas funções nesse intervalo de tempo por semana. Para os gerentes de pesquisa e desenvolvimento, profissionais de relações públicas, publicidade, mercado, negócios e desenhistas industriais (designers), pintores e escultores destacam-se as 42 horas semanais, ou cerca de 8 horas diárias, já para os atores, músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogo o período fica de 35 a 33 horas, ou cerca de 6 horas diárias, remetendo a uma carga de trabalho razoável para cada CBO.

Além dos itens já analisados, a faixa de remuneração é importante para finalizar a análise de perfil do trabalhador criativo. Dessa forma a análise de remuneração nas CBO estudadas se dá a partir da definição da remuneração em 31/12 nos períodos de 2003 a 2018, seguido pela soma desses resultados e divididos por 16 (período em anos analisados), resultando em uma média de salário no período analisado, e nesse caso os valores estão deflacionados no IPCA de 2019. A Figura 19 representa a média salarial no período de 2003 a 2018 em todas as CBO.

Figura 19 – CBO x Remuneração média (2003 - 2018)



Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da RAIS (2020).

A Figura 19 retrata uma questão interessante quanto a remuneração. Em todas as CBO a média de salário está acima do teto do salário mínimo, que em 2020 é de R\$1.045,00, e nesse caso, a média de remuneração por CBO representam para gerentes de pesquisa e desenvolvimento um valor médio de R\$25.947,81, para profissionais de relações públicas, publicidade, mercado e negócios R\$9.527,92 para desenhistas industriais (designers), pintores e escultores R\$5.268,69, já para atores R\$26.250,33 e para músicos, compositores, arranjadores, regentes e musicólogo é de R\$4.620,49 o que significa dizer que a média salarial das profissões criativas tendem a ser elevadas.

A partir das análises realizadas, sobre o estoque total de trabalhadores por ocupação, bem como a faixa etária, sexo do trabalhador, grau de escolaridade, horas contratadas e média salarial nos períodos estudados é possível identificar um perfil para os trabalhadores das atividades criativas no Brasil dessa determinada amostra, o que pode auxiliar no mapeamento de mão de obra nos bancos de talentos e nas áreas de recursos humanos das empresas desses segmentos.

4.3 DEFINIÇÃO DO PERFIL DO TRABALHADOR CRIATIVO NO BRASIL

A partir das análises realizadas sobre as características dos trabalhadores criativos, especialmente nas CBO 1426 - gerentes de pesquisa, 2531- profissionais

de relações públicas, publicidade, mercado e negócios, 2624 - desenhistas industriais (designers), pintores e escultores, 2625 – atores, 2626 músicos, compositores, arranjadore, regentes e musicólogo é possível definir um perfil médio dos trabalhadores desses setores. A partir dos dados levantados no item anterior, em resumo, chega-se nas características mais predominantes entre as CBO.

O Quadro 2 representa a predominância de cada característica por CBO para a definição do perfil do trabalhador.

Quadro 2 – Características predominantes por CBO

		GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGÓCIOS	DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS), ESCULTORES, PINTORES E AFINS	ATORES	MÚSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E MUSICÓLOGOS
SEXO DO TRABALHADOR	MASCULINO	X		X	X	X
	FEMININO		X			
FAIXA ETÁRIA	18 -24 ANOS					
	25- 29 ANOS			X		
	30-39 ANOS	X	X		X	X
	40-49 ANOS					
	50-64 ANOS					
	65 ANOS OU MAIS					
ESCOLARIDADE	FUNDAMENTAL COMPLETO					
	MÉDIO COMPLETO				X	X
	SUPERIOR COMPLETO	X	X	X		
	MESTRADO					
	DOCTORADO					
HORAS CONTRATADAS	42H	X	X	X		
	35H				X	
	33H					X
REMUNERAÇÃO	DE R\$4.000,00 A R\$10.000,00		X	X		X
	ACIMA DE R\$10.000,00	X			X	

Fonte: Elaboração da autora (2020).

A partir da visualização do Quadro 2 é possível identificar as características mais predominantes em cada CBO e definir assim o perfil do trabalhador criativo da amostra estudada.

A primeira questão a ser observada se trata do sexo do trabalhador, do qual a partir da representação do Quadro 2 o sexo masculino se destaca entre as profissões, exceto para profissionais de relações públicas, publicidade, mercado e negócios, que possui uma boa representatividade do sexo feminino. Assim, a partir dessa percepção, e das análises realizadas, pode-se definir que a maioria dos profissionais da amostra estudada são homens.

Seguindo as percepções do Quadro 2, pode-se observar a faixa etária dos trabalhadores criativos no país, que se enquadram em sua maioria na idade 30 a 39 anos. O fato da maior parte dos trabalhadores serem jovens tem duas justificativas principais, a primeira é que a economia criativa em geral é considerada recente para a economia brasileira, e além disso, a partir da experiência adquirida na atuação dessas atividades, muitas pessoas acabam abrindo o seu próprio negócio e não são mais mapeadas pelo RAIS pois não possuem mais vínculo de carteira assinada. Sendo assim, a maior parte dos trabalhadores dessa amostra possuem entre 30 e 39 anos.

Além disso, outra constatação importante retratada no Quadro 2 é sobre o grau de escolaridade dos profissionais criativos, que em sua maioria possuem nível superior completo, ou seja, as profissões criativas são desenvolvidas por profissionais bem qualificados. Além disso, em várias ocupações analisadas existem vários trabalhadores certificados com mestrado e doutorado.

A partir do já destacado pode-se seguir para a análise das horas contratadas, que conforme retratado pelo Quadro 2, mostra que em sua maioria os profissionais criativos trabalham em torno de 42 horas semanais, ou cerca de 8 horas diárias, concluindo assim que a carga horária dos trabalhadores criativos está dentro das normas da CLT proporcionando produtividade e qualidade de vida aos profissionais.

Para finalizar, a análise da remuneração do trabalhador criativo demonstra um cenário positivo, do qual a remuneração média no período, deflacionado para preços de 2019 é alto e atrativo. A partir do verificado é possível compreender que as remunerações dos trabalhadores criativos da amostra, em sua maioria estão entre R\$4.000,00 e R\$10.000,00, considerada uma média relativamente alta em comparação ao teto do salário mínimo brasileiro, que é de R\$1.045,00 mensal.

Além das observações específicas, a partir da visualização individual de cada ocupação constata-se algumas características interessantes, dentre elas a informalidade e a possibilidade de empreender. O fato da faixa etária dos trabalhadores criativos estar predominantemente dos 30 a 39 anos reflete em oportunidades empreendedoras, o que quer dizer que após essa idade, a partir da experiência adquirida, muitas pessoas empreendem e abrem seu próprio negócio, entrando para estatística das atividades e não mais ocupações. Além disso a informalidade está muito presente na economia criativa, sendo isso comprovado a partir da análise da ocupação de atores e músicos, do qual o número analisado certamente é menor do que o número real.

Dessa forma, é possível identificar o perfil médio do trabalhador criativo da amostra analisada, que são em sua maioria homens, entre 30 e 39 anos, com a certificação de ensino superior completo que trabalham cerca de 42 horas semanais e recebem uma remuneração na faixa de R\$4.000,00 a R\$10.000,00, o que significa então dizer que a economia criativa gera mão de obra qualificada e bem remunerada, sendo assim, merecendo maiores incentivos governamentais, por meio de financiamentos e benefícios fiscais para geração empregos.

Diante disso, a economia criativa, além de gerar renda, emprego e Produto Interno Bruto, desenvolve mão de obra qualificada, resultando em competitividade no mercado, além de elevar a qualidade de vida do trabalhador e do consumidor, afinal, os consumidores da economia criativa aderem a produtos mais criativos, a partir da mão de obra intelectual e por vezes tecnológica, diversificando o padrão consumista e do mercado fornecedor.

5 CONCLUSÃO

A economia criativa no Brasil, embora ainda não muito considerada no setor econômico, quanto representatividade do PIB, possui um papel importante no desenvolvimento dos produtos e serviços comercializados para o público consumidor atendido. O fato do insumo ser proveniente de capital humano, por meio da criatividade, inovação e tecnologias favorece ao mercado fornecedor, pois gera competitividade de mercado devido ao produto ofertado apresentar maior valor agregado, apresentando um produto ou serviço exclusivo, de qualidade, e de insumos diferenciados.

Ao conhecer a evolução do mercado de trabalho brasileiro é possível constatar que a tardia industrialização do país impacta o mercado de trabalho até o século XXI, em que as novas atividades, e ocupações voltadas à algo inovador e diferenciado sofrem com obstáculos culturais, como a falta de incentivos e de mercado para o desenvolvimento dessas atividades. Esses obstáculos considerados por sua vez como travas ao desenvolvimento econômico do país, impactam diretamente ao mercado de trabalho formal e informal, onde as novas atividades, não tem adesão pelo fato de ser pouco conhecidas.

É possível observar que as relações de trabalho brasileiras já passaram por diversas fases até chegar no século XXI e aderir a economia criativa. As fases mais evidenciadas e estudadas nessa monografia, vão desde os tempos da escravidão indígena e negra, passam pela era industrial, avanço do setor terciário e se modificam novamente com a globalização do mundo, que abre as portas para novos conceitos e tecnologias no país. A partir desse momento o mercado de trabalho no Brasil já está pronto para evoluir com o desenvolvimento das indústrias, tecnologias e meios de trabalho, abrindo portas para novas profissões, novas atividades e uma possível nova era.

Assim, aos poucos a economia criativa vem abrindo seu espaço na economia do Brasil, seja a partir de novas ocupações ou por funções mais antigas e hoje pertencentes a economia criativa. Mesmo assim, a parcela representada por esse setor no PIB e na massa salarial ainda é pequena frente a população total de trabalhadores no país.

Os empregos criativos destacam-se pelo efeito distinto entre as funções, o que significa dizer que as ocupações podem ser diferentes entre si, no entanto

caracterizam-se pelo uso do fator de produção, criatividade. Desde grandes indústrias da pesquisa e desenvolvimento, que disseminam inovação pelos seus produtos e serviços, até um músico, desenhista, artesão que difundem cultura e criatividade no seu material, observa-se diferença na dimensão e modelo de produto, mas assemelham-se no insumo de produção.

Assim foram escolhidas as ocupações a serem estudadas, a partir do volume de mão de obra no segmento, juntamente com as características principais disponibilizadas pela base de dados da RAIS tornando possível realizar uma análise mais aprofundada sobre quais as características que dominam nas ocupações selecionadas nessa amostra, o que possibilita uma definição média do perfil desses trabalhadores.

Por fim, ao obter o perfil do trabalhador criativo nas ocupações estudadas, que é representando por uma média calculada, em sua maioria os trabalhadores são homens, de 30 a 39 anos, com o ensino superior completo, que são contratados para trabalhar cerca de 42 horas semanais e possuem a remuneração na faixa de R\$4.000,00 e R\$10.000,00, o que comprava algumas hipóteses levantadas nessa monografia.

Ao certificar-se de que os trabalhadores criativos são jovens e possuem de fato um bom grau de escolaridade e uma remuneração média consideravelmente alta e que além disso, devido ao fato de desenvolverem as ocupações mencionadas deixam o país mais competitivo perante ao mercado, pode-se afirmar que a economia criativa é digna de receber maiores investimentos governamentais e privados, visto que isso deve aumentar a sua representatividade no PIB brasileiro, que hoje é baixo. Além disso o produto e serviço desenvolvido no meio criativo possui um alto valor agregado quando levado em consideração a matéria prima utilizada para sua produção.

A baixa representatividade do setor no PIB do país tem influência devido à alta informalidade. Muitos trabalhadores criativos, principalmente músicos, atores, artesões, profissionais liberais não possuem um vínculo empregatício formal o que também defasa a representação real no produto interno bruto. Além disso o recente surgimento desse setor, também impacta negativamente no PIB brasileiro. Assim, valida-se parcialmente a hipótese principal desse estudo, confirmando os aspectos mencionados nesse paragrafo, tornando-se possível a partir das análises realizadas, identificar um perfil médio para os trabalhadores dessa amostra.

Dessa forma, além de identificar o perfil do trabalhador criativo da amostra estudada, conclui-se que a economia criativa no Brasil ainda possui pouca representatividade, mas tem um grande potencial para aumentar os números do PIB e força de trabalho, além de disseminar cultura e criatividade para o público consumidor, aumentando competitividade de mercado e qualificando os produtos e serviços comercializados.

REFERENCIAS

ALBORNOZ, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo. Editora Brasiliense. 6. ed. 1994. Disponível em: <https://britto964.files.wordpress.com/2013/06/o-que-c3a9-trabalho-suzana-albornoz.pdf>. Acesso em 14/03/2020.

ALVES, José Eustáquio Diniz. **O crescimento da PEA e a redução do hiato de gênero nas taxas de atividade no mercado de trabalho**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013. E-book UFRJ. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/aparte/pdfs/artigo_112_a_reducao_do_hiato_de_genero_nas_taxes_de_atividade_no_mercado_de_trabalho.pdf. Acesso em: 13.10. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Crescimento das startups**: veja o que mudou nos últimos cinco anos. 2020. Disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>. Acesso em: 02.06.2020.

BALTAR, Paulo Eduardo de Andrade. Regime de trabalho e flexibilidade no Brasil. In: OLIVEIRA, Marco Antonio de (Org.). **Economia & trabalho**: textos básicos. Campinas: Unicamp, 1998. p. 129-146

BALTAR, Paulo Eduardo de Andrade; KREIN, José Dari. A retomada do desenvolvimento e a regulação do mercado do trabalho no Brasil. **Caderno CRH**, Salvador, v. 26, n. 68, p. 273-292, ago. 2013.

BARBOSA, Alexandre de Freitas. O Mercado De Trabalho: uma perspectiva de longa duração. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 30, n. 87, p. 7-28, mai./ago. 2016.

BESSANT, John, TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=mV6kDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=O+QUE+%C3%89+EMPREENDEDORISMO+&ots=NI9wgvOOhw&sig=A4FD-4fOUFoRMP8QXuk38Z3j7hs#v=onepage&q=O%20QUE%20%C3%89%20EMPREENDEDORISMO&f=false>. Acesso em 07.06.2020.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Economia criativa**. [2020]. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/?cat=40>. Acesso em 15 jun.2020.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011 – 2014**. Brasília: MinC. 2011. Disponível em: http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf. Acesso em 15 jun.2020.

BRASIL. Ministério do Trabalho. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho. **RAIS**. 2018. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/>. Acesso em 01 ago. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Especial da Cultura, **SECDC Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural**. [20--]. Disponível em:

<http://cultura.gov.br/secretaria/secretarias/sec-secretaria-da-economia-criativa/>. Acesso 10 jun. 2020.

BRASIL. Secretaria da economia criativa. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/MinC.; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em 10.04.2020.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **TST celebra 70 anos da Consolidação das Leis do Trabalho dia 2 de maio**. 2013. Disponível em: http://www.tst.jus.br/pmnoticias/-/asset_publisher/89Dk/content/id/4342537. Acesso em 11.04.2020.

CACCIAMALI, Maria Cristina. Expansão do mercado de trabalho não regulamentado e setor informal. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 19, n. especial.1989. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ee/article/view/157620/152909>. Acesso em: 14 out. 2019.

CHAHAD, José Paulo Zeetano. Mercado de trabalho: conceitos, definições e funcionamento. In: PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Manual de economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

COSTA, Armando Dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Revista Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 7, n. 2, abr./ jun. 2011. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/ret/article/view/26832/17797>. Acesso em: 23 out. 2019.

COSTA, Alda Cristina Silva da et al. Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer. **Movendo Idéias**, Belém, v. 8, n. 13, p. 13-22, jun. 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/praxis/467/211.pdf?sequence=1>. Acesso em: 30 out. 2019.

CUNHA, Maísa Faleiros. **A escravidão em números**: demografia escrava em franca-SP, 1811-1888. Campinas: Núcleo de Estudos de População / Unicamp, 2015. Disponível em: http://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/textos_nepo/textos_nepo_70.pdf. Acesso em 14 jan.2020.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2003.

FERREIRA, Luciana da Silva; FLORENTINO Giselle Nunes. **Análise do comportamento do mercado de trabalho por regiões geográficas do Brasil**. [20-]. Disponível em: <http://www.estudosdotrabalho.org/texto/gt5/analise.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2020.

FIRJAN, SENAI. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro. 2019. Disponível em : <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em 10 jun. 2020.

FIRJAN. **Indústria Criativa**. Rio de Janeiro. 2015. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/industria-criativa/default-1.htm>. Acesso em: 29 out. 2019.

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. São Paulo. Publifolha. 2000.

GERHARDT, Tatiana Engel, SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em 04 dez. 2019.

HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2013.

HOLLOWAY, Thomas H. Condições do Mercado de Trabalho e Organização do Trabalho nas Plantações na Economia Cafeeira de São Paulo, 1885-1915: uma análise preliminar. **Estudos Econômicos**, São Paulo. v. 2, n. 6, p. 145-180, jun. 1972. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/ee/article/view/143267>. Acesso em 10 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas do povoamento» população escrava no Brasil**. 2000. Disponível em: <https://brasil500anos.ibge.go..v.br/estatisticas-do-povoamento/populacao-escrava-no-brasil.html>. Acesso em: 08 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Serviços**. [2020]a. Disponível em: <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/servicos.html>. Acesso em: 22.04.2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Trabalho >> categorias de emprego**. IBGE Brasil em síntese, 2014. Disponível em: <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/trabalho/categoria-do-emprego.html>. Acesso em: 26.04.2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PNAD Contínua: taxa de desocupação é de 11,8% e taxa de subutilização é de 24,6% no trimestre encerrado em julho de 2019**. Agência IBGE Notícias. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25315-pnad-continua-taxa-de-desocupacao-e-de-11-8-e-taxa-de-subutilizacao-e-de-24-6-no-trimestre-encerrado-em-julho-de-2019>. Acesso em: 26 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Séries históricas**. IBGE Pesquisa mensal do emprego (PME). [2020]b. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9183-pesquisa-mensal-de-emprego-antiga-metodologia.html?=&t=series-historicas>. Acesso em 26 abr. 2020.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Panorama da economia criativa no Brasil**. 2013. Disponível em :

http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf. Acesso em 17.06.2020.

KREIN, José Dari. As transformações no mundo do trabalho e as tendências das relações de trabalho na primeira década do século XXI no Brasil. **Revista NECAT**, Florianópolis. 2013. v. 2, n. 3, p. 6-25, jan. / jun. 2013. Disponível em: <http://stat.necat.incubadora.ufsc.br/index.php/necat/article/view/2785>. Acesso em 22.04.2020.

LEITE, José Alfredo Américo. **Macroeconomia**: teoria, modelos e instrumentos de política econômica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEVY, Maria Stella Ferreira. O papel da migração internacional na evolução da população brasileira (1872 a 1972). **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 8, supl., p. 49-90, 1974. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/rsp/1974.v8suppl0/49-90/pt>. Acesso em: 12 abr. 2020.

MACHADO Marli Aparecida; CAINELLI Marlene Rosa. **Os Desafios da Escola pública paranaense na perspectiva do professor PDE**. Curitiba: Governo do Estado do Paraná, 2014. Disponível em: http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernosdpde/pdebusca/producoes_pde/2014/2014_uel_hist_artigo_marli_aparecida_machado.pdf. Acesso em: 14 mar. 2020.

MACHADO, Luiz Alberto. Economia criativa: definições, impactos e desafios. **Revista de Economia & Relações Internacionais**. São Paulo, v.11, n. 21, p. 85-109, jul. 2012. Disponível em: https://www.faa.br/pdf/faculdades/economia/revistas/ciencias-economicas/REVISTA_ECONOMIA_21.pdf#page=85. Acesso em: 25 maio 2020

MATTOSO, Jorge Eduardo Levi. Transformações econômicas recentes e mudanças no mundo do trabalho. *In*: OLIVEIRA, Marco Antonio de (Org.). **Economia & trabalho**: textos básicos. Campinas: Unicamp, 1998.

MENEZES, Pedro. **5 gráficos para entender as manchetes sobre o mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/colunistas/pedro-menezes/5-graficos-para-entender-as-manchetes-sobre-o-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

MIRSHAWKA, Victor. **Economia Criativa**: fonte de novos empregos. São Paulo: Dvs Editora, 2016.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: UCB, 2003. Disponível em: <http://www.inf.ufes.br/~pdcosta/ensino/2010-2-metodologia-de-pesquisa/MetodologiaPesquisa-Moresi2003.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2019.

NAGAMATSU, Fabiano Akiyoshi, BARBOSA, Janaina, REBECCHI, Adriana. Business model generation e as contribuições na abertura de startups. *In*: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, 2., 2013. São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2013. p. 1-17.

NEGRI, João Alberto de; KUBOTA, Luís Cláudio (Orgs). **Estrutura e dinâmica do setor de serviços no Brasil**. Brasília: IPEA 2006. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5513. Acesso em: 14 mar. 2020.

NYKO, Diego; ZENDRON, Patricia. **Economia criativa**. BNDES. 2018. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/16280/1/PRCapLiv214176_Economia%20criativa_compl_P.pdf. Acesso em 05 jun. 2020.

NORONHA, Eduardo G.. "Informal", ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo ,v. 18, n. 53, p. 111-129, out. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092003000300007&lng=pt&nrm=iso. Acessos em: 28 mar. 2020.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/4/Teorias%20e%20politicas%20da%20cultura.pdf>. Acesso em: 23 out. 2019.

OLIVEIRA, Carlos Alonso Barbosa de. Formação do mercado de trabalho no Brasil. In: OLIVEIRA, Marco Antonio de (Org.). **Economia & trabalho: textos básicos**. Campinas: Unicamp, 1998.

OLIVEIRA, Marco Antonio de (Org.). **Economia & trabalho: textos básicos**. Campinas: Unicamp, 1998.

PAIVA, João Guilherme de. **Trabalho Escravo e Trabalho Livre nos Anúncios de Jornais em Curitiba no século XIX**. 2013. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (História) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2013. Disponível em: http://www.humanas.ufpr.br/portal/historia/files/2013/03/joao_guilherme_paiva.pdf. Acesso em 22 mar. 2020.

PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Manual de Economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

PULZ . Felipe; FREITAS, Luis Henrique da Silveira; MENDES, Fabiana Consul. A importância do empreendedorismo e o crescimento das startups. In: SEMINÁRIO DE GESTÃO E TECNOLOGIA: COMPETÊNCIAS PARA INOVAR, 3. 2018, Gravataí, RS. **Anais [...]**. Gravataí, RS: QI Faculdade & Escola Técnica - Faculdade QI Brasil, 2018. p. 45-54. Disponível em: <http://revista.faqi.edu.br/index.php/seminario/article/view/408/364>. Acesso em 06 jun. 2020.

POCHMANN, Marcio. Brasil: segunda grande transformação no trabalho?. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 28, n. 81, p. 23-38, ago. 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142014000200003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 22 mar. 2020.

REIS, Ana Clara Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultura: Garimpo de soluções. 2008. Acesso em: 18 nov. 2020.

RIZZIERI, Juarez Alexandre Baldini. Introdução a Economia. In: PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Manual de Economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Disponível em: <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf>. Acesso em 06 jun. 2020.

SAKAMOTO, Cleusa Kazue. Criatividade: uma visão integradora. **Revista Psicologia - Teoria e Prática**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 50-58, 2000. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/ptp/article/view/1118>. Acesso em: 31 out. 2019.

SEBRAE. **Como o Sebrae atua no segmento de Economia Criativa**. [20--]. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa,47e0523726a3c510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 23 out. 2019.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?**. 2019. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 07 jun. 2020.

ULYSSEA, Gabriel. Informalidade no mercado de trabalho brasileiro: uma resenha da literatura. **Revista de Economia e Política**, São Paulo, v. 26, n. 4, p. 596-618, dez. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572006000400008&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 01 abr. 2020.

UNESCO. **Cultura e desenvolvimento no Brasil**. 2017. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/culture-and-development/>. Acesso em: 31.10. 2019.

APÊNDICE A – PLANILHA CBO X SEXO DO TRABALHADOR

RAIS Vínculo Id		Ano																	
CBO 2002 Família	Sexo Trabalhador	MÉDIA	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	
GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO																			
	Masculino	8796	12.316	11.825	11.571	11.915	12.279	11.677	10.494	9.655	8.466	7.326	7.082	6.245	5.636	5.228	4.665	4.360	
	Feminino	3529	5.669	5.147	4.962	4.999	5.013	4.573	4.119	3.775	3.345	2.868	2.753	2.371	2.049	1.793	1.597	1.427	
PROFISSIONAIS DE RELACOES PUBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGOCIOS																			
	Total																		
	Masculino	25697	15.079	14.828	15.612	16.758	18.422	11.592	57.389	45.908	40.017	35.945	32.257	27.624	23.478	21.124	18.420	16.693	
	Feminino	29392	18.483	17.875	18.432	20.144	22.121	15.052	62.775	54.547	46.831	41.501	36.972	31.393	26.145	22.586	19.725	15.683	
DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS) , ESCULTORES, PINTORES E AFINS																			
	Total																		
	Masculino	13944	18.923	18.359	17.742	18.089	18.739	17.692	18.399	17.100	14.480	13.281	11.633	9.966	8.676	7.509	6.518	6.005	
	Feminino	6527	11.834	10.907	10.325	10.135	10.156	9.264	8.475	7.333	5.849	4.588	3.906	3.279	2.711	2.252	1.842	1.583	
ATORES																			
	Total																		
	Masculino	497	492	494	444	492	546	573	513	484	529	486	516	568	566	438	444	370	
	Feminino	412	456	323	291	365	370	422	398	424	443	413	431	514	508	437	405	386	
MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E MUSICOLOGOS																			
	Masculino	3152	3.067	2.982	2.934	3.279	3.415	3.457	3.359	3.347	3.217	3.120	3.032	3.133	3.199	3.081	2.783	3.024	
	Feminino	1108	931	885	911	1.079	1.178	1.321	1.182	1.158	1.075	991	991	1.024	1.193	1.122	1.283	1.407	

Elaboração da autora a partir de dados da RAIS, 2020.

APÊNDICE B – PLANILHA CBO X FAIXA ETÁRIA

RAIS Vinculo Id													
	CBO 2002 Família												
Ano	Faixa Etária	GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO		PROFISSIONAIS DE RELACOES PUBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGOCIOS		DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS) , ESCULTORES, PINTORES E AFINS		ATORES		MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E MUSICOLOGOS			
2018	Total		MEDIA (2003-2018)		MEDIA (2003-2018)		MEDIA (2003-2018)		MEDIA (2003-2018)		MEDIA (2003-2018)		
	18 A 24	273	298		5.355	8910		6.062	5177	193	164	281	401
	25 A 29	1.508	1361		9.440	16524		9.282	6105	112	152	384	613
	30 A 39	7.806	5057		12.759	18458		11.029	6050	209	251	1.278	1326
	40 A 49	5.494	3523		4.137	7086		2.971	1962	157	162	1.043	1017
	50 A 64	2.727	1986		1.707	3774		1.279	1022	87	102	822	725
	65 OU MAIS	176	99		159	293		119	71	41	55	138	162
2017	Total												
	18 A 24	295			4.798			5.791		168		274	
	25 A 29	1.493			9.513			9.010		114		419	
	30 A 39	7.321			12.589			10.309		246		1.223	
	40 A 49	5.038			3.968			2.746		128		969	
	50 A 64	2.672			1.688			1.283		103		810	
	65 OU MAIS	152			141			112		54		136	
2016	Total												
	18 A 24	312			4.763			5.830		150		266	
	25 A 29	1.507			10.066			8.901		118		440	
	30 A 39	7.291			13.260			9.421		194		1.319	
	40 A 49	4.604			4.025			2.518		121		913	
	50 A 64	2.660			1.789			1.273		89		776	
	65 OU MAIS	155			137			107		46		126	
2015	Total												
	18 A 24	306			5.304			6.359		189		309	
	25 A 29	1.722			11.179			8.859		122		569	
	30 A 39	7.403			14.050			8.987		229		1.448	
	40 A 49	4.627			4.270			2.542		151		1.041	
	50 A 64	2.700			1.953			1.333		101		839	
	65 OU MAIS	152			137			101		50		144	
2014	Total												
	18 A 24	370			5.978			7.072		175		366	
	25 A 29	1.891			12.532			9.057		137		668	
	30 A 39	7.480			15.163			8.696		269		1.500	
	40 A 49	4.556			4.555			2.539		155		1.067	
	50 A 64	2.839			2.159			1.400		106		827	
	65 OU MAIS	153			147			94		62		150	
2013	Total												
	18 A 24	424			5.396			7.027		153		449	
	25 A 29	1.917			8.562			8.346		177		722	
	30 A 39	6.923			8.689			7.904		302		1.543	
	40 A 49	4.230			2.487			2.307		196		1.090	
	50 A 64	2.622			1.329			1.246		95		810	
	65 OU MAIS	127			120			85		54		152	
2012	Total												
	18 A 24	396			19.968			7.595		172		439	
	25 A 29	1.766			35.222			8.028		162		709	
	30 A 39	6.123			41.899			7.453		256		1.392	
	40 A 49	3.845			14.757			2.279		162		1.104	
	50 A 64	2.371			7.616			1.294		88		727	
	65 OU MAIS	104			575			81		59		162	
2011	Total												
	18 A 24	443			17.423			7.149		145		395	
	25 A 29	1.684			30.579			7.192		172		683	
	30 A 39	5.504			33.642			6.479		264		1.394	
	40 A 49	3.549			11.473			2.133		160		1.092	

	50 A 64	2.143	6.702	1.206	100	753
	65 OU MAIS	102	549	74	54	178
2010	Total					
	18 A 24	343	15.169	6.035	167	368
	25 A 29	1.549	26.748	6.087	182	632
	30 A 39	4.735	27.981	5.193	267	1.292
	40 A 49	3.146	10.311	1.786	171	1.082
	50 A 64	1.926	6.076	1.057	111	742
	65 OU MAIS	111	496	66	60	176
2009	Total					
	18 A 24	281	13.191	5.254	166	390
	25 A 29	1.346	23.675	5.117	162	607
	30 A 39	4.008	24.805	4.597	253	1.260
	40 A 49	2.806	9.729	1.721	147	1.036
	50 A 64	1.680	5.591	994	101	648
	65 OU MAIS	73	411	60	47	167
2008	Total					
	18 A 24	309	11.173	4.632	192	398
	25 A 29	1.351	21.352	4.383	185	618
	30 A 39	3.646	21.665	3.839	247	1.191
	40 A 49	2.838	9.142	1.610	150	998
	50 A 64	1.631	5.443	890	102	648
	65 OU MAIS	58	398	45	48	163
2007	Total					
	18 A 24	281	9.093	3.740	207	468
	25 A 29	1.126	17.699	3.700	198	656
	30 A 39	3.085	18.512	3.367	275	1.225
	40 A 49	2.638	8.369	1.472	219	985
	50 A 64	1.432	4.932	816	114	632
	65 OU MAIS	52	376	42	57	172
2006	Total					
	18 A 24	229	7.522	3.222	181	547
	25 A 29	906	14.693	3.150	181	696
	30 A 39	2.739	15.297	2.874	271	1.290
	40 A 49	2.489	7.466	1.307	230	1.041
	50 A 64	1.274	4.267	684	124	620
	65 OU MAIS	46	343	39	72	187
2005	Total					
	18 A 24	190	6.513	2.768	125	504
	25 A 29	741	12.578	2.611	147	667
	30 A 39	2.517	13.210	2.450	239	1.249
	40 A 49	2.383	7.165	1.214	180	950
	50 A 64	1.146	3.899	578	107	630
	65 OU MAIS	43	297	36	63	187
2004	Total					
	18 A 24	151	5.716	2.265	137	487
	25 A 29	663	10.868	2.084	135	643
	30 A 39	2.259	11.565	2.207	241	1.274
	40 A 49	2.118	6.387	1.159	143	892
	50 A 64	1.031	3.325	526	113	593
	65 OU MAIS	39	246	41	62	164
2003	Total					
	18 A 24	157	5.202	2.036	102	480
	25 A 29	611	9.678	1.866	126	692
	30 A 39	2.066	10.237	1.987	250	1.345
	40 A 49	2.000	5.127	1.094	123	970
	50 A 64	917	1.902	498	88	727
	65 OU MAIS	35	158	33	57	195

Elaboração da autora a partir de dados da RAIS, 2020.

APÊNDICE C – PLANILHA CBO X ESCOLARIDADE

RAIS Vínculo Id										
Ano	Escolaridade após 2005	GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	CBO 2002 Família							
				PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGÓCIOS		DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS), ESCULTORES, PINTORES E AFINS		ATORES		MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E MUSICOLOGOS
2018	Total		MEDIA (2006-2018)		MEDIA (2006-2018)		MEDIA (2006-2018)		MEDIA (2006-2018)	MEDIA (2006-2018)
	Fundamental Completo	57	115	21	413	206	724	28	30	188
	Médio Completo	1.215	1309	1.033	7765	1.534	4333	470	419	1.564
	Superior Completo	14.493	10569	31.251	42909	28.190	15487	90	201	1.505
	Mestrado	1.018	536	447	567	234	100	0	2	137
	Doutorado	364	186	54	88	22	15	0	0	23
2017	Total									
	Fundamental Completo	69		40		247		31		205
	Médio Completo	1.330		977		1.744		392		1.631
	Superior Completo	13.463		30.526		26.372		83		1.347
	Mestrado	938		393		187		0		119
	Doutorado	288		60		34		0		20
2016	Total									
	Fundamental Completo	92		38		300		29		192
	Médio Completo	1.406		943		1.833		436		1.602
	Superior Completo	13.057		31.915		24.965		77		1.393
	Mestrado	742		377		169		0		98
	Doutorado	264		54		34		0		19
2015	Total									
	Fundamental Completo	115		54		332		31		231
	Médio Completo	1.495		1.119		1.981		349		1.850
	Superior Completo	13.260		34.559		24.842		117		1.508
	Mestrado	732		343		155		1		126
	Doutorado	250		70		26		0		16
2014	Total									
	Fundamental Completo	121		61		407		36		269
	Médio Completo	1.662		1.098		2.185		407		1.962
	Superior Completo	13.377		38.104		25.098		224		1.572
	Mestrado	686		361		149		2		87
	Doutorado	236		43		26		0		17
2013	Total									
	Fundamental Completo	149		346		465		26		334
	Médio Completo	1.700		5.754		2.222		433		2.023
	Superior Completo	12.323		16.049		22.959		294		1.588
	Mestrado	638		233		118		1		80
	Doutorado	206		19		18		1		15
2012	Total									
	Fundamental Completo	126		860		995		25		296
	Médio Completo	1.500		21.855		7.969		423		1.917
	Superior Completo	11.106		76.464		13.419		234		1.501
	Mestrado	559		1.364		107		2		64
	Doutorado	176		192		7		0		11
2011	Total									
	Fundamental Completo	147		829		1.081		22		316
	Médio Completo	1.397		17.481		8.460		425		1.879
	Superior Completo	10.085		65.367		10.015		230		1.468

	Mestrado	500		1.080		65		1		73
	Doutorado	182		182		7		0		21
2010	Total									
	Fundamental Completo	130		737		891		23		337
	Médio Completo	1.212		14.856		5.714		470		1.800
	Superior Completo	8.905		56.786		10.434		228		1.362
	Mestrado	375		869		49		1		43
	Doutorado	123		134		6		1		8
2009	Total									
	Fundamental Completo	125		652		1.123		25		394
	Médio Completo	1.131		13.265		7.083		366		1.664
	Superior Completo	7.673		50.903		5.005		224		1.223
	Mestrado	279		722		29		2		35
	Doutorado	102		108		8		2		7
2008	Total									
	Fundamental Completo	122		599		1.129		32		403
	Médio Completo	1.070		9.312		6.205		418		1.659
	Superior Completo	7.479		48.122		4.055		213		1.120
	Mestrado	216		615		21		1		25
	Doutorado	85		93		4		1		2
2007	Total									
	Fundamental Completo	115		551		1.103		35		412
	Médio Completo	960		7.754		5.054		441		1.709
	Superior Completo	6.495		41.512		3.355		282		1.083
	Mestrado	164		334		10		10		18
	Doutorado	85		76		3		0		2
2006	Total									
	Fundamental Completo	124		581		1.136		41		440
	Médio Completo	937		5.501		4.339		418		1.756
	Superior Completo	5.684		36.264		2.628		311		1.165
	Mestrado	125		233		7		0		22
	Doutorado	63		57		0		0		1

Elaboração da autora a partir de dados da RAIS, 2020.

APÊNDICE D – PLANILHA HORAS CONTRATADA X CBO

RAIS Vínculo Id										
Conteúdo: Qtd Hora Contr										
CBO 2002 Família										
Ano	GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	MÉDIA	PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGÓCIOS	MÉDIA	DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS), ESCULTORES, PINTORES E AFINS	MÉDIA	ATORES	MÉDIA	MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E MUSICOLOGOS	MÉDIA
2018	754.547	42	1.394.884	42	1.303.325	42	31.291	33	122.205	31
2017	717.360	42	1.369.418	42	1.241.475	42	29.203	36	123.369	32
2016	697.945	42	1.428.911	42	1.191.846	42	26.678	36	121.529	32
2015	714.868	42	1.557.802	42	1.201.605	43	30.911	36	143.781	33
2014	731.594	42	1.714.216	42	1.229.925	43	33.168	36	149.616	33
2013	688.573	42	1.121.525	42	1.148.641	43	35.727	36	152.029	32
2012	620.371	42	5.048.943	42	1.146.454	43	33.609	37	143.591	32
2011	569.961	42	4.217.464	42	1.039.440	43	32.517	36	141.147	31
2010	502.065	43	3.647.288	42	864.669	43	34.541	36	137.893	32
2009	434.361	43	3.255.569	42	758.522	42	31.760	35	134.013	33
2008	419.397	43	2.899.810	42	662.882	43	33.569	35	132.503	33
2007	368.200	43	2.461.733	42	563.826	43	38.640	36	136.813	33
2006	328.272	43	2.071.481	42	484.508	43	37.834	35	148.379	34
2005	299.416	43	1.814.237	42	412.520	42	30.470	35	143.691	34
2004	266.238	43	1.580.885	41	353.888	42	29.445	35	138.312	34
2003	246.324	43	1.359.240	42	321.433	42	26.377	35	152.764	34
média total		42		42		42		35		33

Elaboração da autora a partir de dados da RAIS, 2020.

APÊNDICE E – PLANILHA DEFLACIONADA REMUNERAÇÃO X CBO

RAIS Vínculo Id						Deflator IPCA- 2019
Média de VI Remun Dezembro Nom						
	CBO 2002 Família					
Ano	GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	PROFISSIONAIS DE RELACOES PUBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGOCIOS	DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS) , ESCULTORES, PINTORES E AFINS	ATORES	MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E	
2003	7.297,24	2.587,61	1.271,37	4.627,00	873,9	1,09301
2004	7.689,36	2.841,74	1.331,16	5.165,68	929,12	1,17607
2005	7.933,53	3.012,11	1.371,23	5.802,53	1.008,68	1,24298
2006	8.055,65	3.116,63	1.450,62	7.079,65	1.111,91	1,28203
2007	8.614,04	3.180,00	1.586,32	7.110,47	1.178,30	1,33917
2008	9.407,28	3.425,31	1.684,18	8.271,70	1.376,92	1,41822
2009	9.521,68	3.537,91	1.800,71	8.802,10	1.559,67	1,47937
2010	10.023,94	3.712,25	1.973,12	10.218,28	1.846,43	1,56678
2011	10.704,52	4.008,70	2.112,51	10.671,30	1.968,89	1,66868
2012	11.649,31	4.243,05	2.358,89	12.192,30	2.106,16	1,7661
2013	12.313,38	4.016,01	2.585,00	12.914,17	2.295,32	1,87049
2014	12.981,42	4.962,35	2.791,01	14.602,77	2.489,50	1,99034
2015	13.693,13	5.293,91	2.992,55	15.869,76	2.966,89	2,20277
2016	14.345,30	5.373,22	3.205,25	16.668,44	2.957,95	2,34128
2017	14.631,41	5.300,88	3.340,20	19.612,09	3.100,69	2,41029
2018	15.116,72	5.272,25	3.472,03	16.398,04	3.209,69	2,50057
SOMA	173.977,91	63.883,93	35.326,15	176.006,28	30.980,02	2,60825
MÉDIA	R\$ 10.873,62	R\$ 3.992,75	R\$ 2.207,88	R\$ 11.000,39	R\$ 1.936,25	

Ano	GERENTES DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	PROFISSIONAIS DE RELACOES PUBLICAS, PUBLICIDADE, MERCADO E NEGOCIOS	DESENHISTAS INDUSTRIAIS (DESIGNERS) , ESCULTORES, PINTORES E AFINS	ATORES	MUSICOS COMPOSITORES, ARRANJADORES, REGENTES E	
2003	17.413,46	6.174,83	3.033,88	11.041,45	2.085,39	
2004	18.349,18	6.781,27	3.176,56	12.326,90	2.217,17	
2005	18.931,85	7.187,82	3.272,18	13.846,62	2.407,02	

2006	19.223,26	7.437,24	3.461,63	16.894,23	2.653,36	
2007	20.555,75	7.588,46	3.785,45	16.967,77	2.811,79	
2008	22.448,67	8.173,84	4.018,97	19.738,82	3.285,76	
2009	22.721,66	8.442,54	4.297,05	21.004,52	3.721,85	
2010	23.920,21	8.858,57	4.708,47	24.383,96	4.406,15	
2011	25.544,28	9.565,99	5.041,10	25.465,01	4.698,38	
2012	27.798,84	10.125,22	5.629,04	29.094,58	5.025,95	
2013	29.383,52	9.583,44	6.168,61	30.817,19	5.477,34	
2014	30.977,67	11.841,70	6.660,21	34.846,71	5.940,71	
2015	32.676,03	12.632,90	7.141,15	37.870,14	7.079,91	
2016	34.232,31	12.822,16	7.648,71	39.776,03	7.058,58	
2017	34.915,05	12.649,53	7.970,75	46.800,49	7.399,20	
2018	36.073,15	12.581,21	8.285,33	39.130,78	7.659,31	
SOMA	415.164,89	152.446,74	84.299,08	420.005,21	73.927,87	
MÉDIA	R\$ 25.947,81	R\$ 9.527,92	R\$ 5.268,69	R\$ 26.250,33	R\$ 4.620,49	