



RADAR

ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

VOLUME 1 - OUTUBRO DE 2018

Uma publicação do
Observatório P7 Criativo



COMPANHIA DE
DESENVOLVIMENTO
DE MINAS GERAIS

FUNDAÇÃO
JOÃO PINHEIRO



AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA DE MINAS GERAIS

4	Sobre o P7 Criativo
6	Introdução
10	Propriedades específicas do campo criativo
20	Objetivo
21	Abordagem metodológica
32	A economia criativa no Brasil
50	A economia criativa em Minas Gerais
66	Conclusão
70	Anexo 1 - CNAEs
82	Anexo 2 - CBOs
94	Referências bibliográficas
96	Ficha técnica

SOBRE O P7 CRIATIVO

O P7 Criativo – Agência de Desenvolvimento da Indústria Criativa de Minas Gerais é uma organização independente, constituída sob a forma de associação sem fins lucrativos, que visa ao desenvolvimento e ao fortalecimento da economia criativa de Minas Gerais. Criado em 2016, o P7 Criativo é o resultado de uma articulação institucional entre agentes públicos e privados, tendo entre seus fundadores o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, a Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais, a Fundação João Pinheiro e a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

Trabalhando em prol de atividades para as quais a criatividade, a inovação e o conhecimento são fundamentais para a geração de valor, o P7 Criativo reflete o engajamento de seus fundadores em promover o empreendedorismo, os modelos de negócios alternativos, assim como a cultura de Minas Gerais.

Mais especificamente, o P7 Criativo funciona como um conector, facilitando a interação



entre empresas, incentivando o surgimento de novas ideias e favorecendo a cooperação entre profissionais. Assim, a Agência oferece capacitação empresarial, acesso a programas de apoio à criação e a mecanismos de financiamento, assessoria em captação de recursos, estudos e pesquisas de mercado, bem como uma completa infraestrutura de trabalho para pequenos, médios e grandes empreendedores em seu espaço de coworking.

O P7 Criativo será definitivamente instalado no edifício que abrigava o extinto Banco Mineiro da Produção, no centro de Belo Horizonte. Projetado em 1953 por Oscar Niemeyer, o prédio, tombado pelo patrimônio histórico, passa atualmente por reformas que irão recuperar suas características e formas originais. Trata-se de uma iniciativa destinada a impulsionar a revitalização do hipercentro de Belo Horizonte, resgatando a ambição dos primeiros urbanistas da capital de tornar a Praça Sete o coração financeiro e de negócios da cidade. Com este Radar, primeira publicação do Observatório da Economia Criativa de Minas Gerais, o P7 Criativo e seus fundadores traçam um quadro que retrata a importância desses segmentos para a economia e a sociedade.

INTRODUÇÃO

A cultura, a criação e a arte, na medida em que nos emocionam, educam, agregam e despertam nossas consciências, são os tesouros e os alicerces de uma sociedade civilizada. Constituem também bases da chamada economia criativa, descrita frequentemente como o quarto setor da economia tradicional e uma nova ferramenta de desenvolvimento econômico.

Proposta nos anos 1990 pelo *Department of Culture, Media and Sports*, departamento vinculado ao governo do Reino Unido, a definição de economia criativa foi revisada posteriormente em estudos de referência publicados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2009) e pela Conferência sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008; 2010). No Brasil, os principais estudos sobre o mercado criativo nacional foram conduzidos pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2008), pela Fundação de Desenvolvimento Administrativo (FUNDAP, 2011) e pelo Ministério da Cultura. O enquadramento conceitual desses trabalhos diverge conforme os critérios de escolha dos setores de atividade relacionados à economia criativa, havendo inclusão ou exclusão de um ou mais segmentos segundo as estratégias de atuação



e as necessidades de seus autores. Apesar disso, em todos os casos, nota-se que a definição de economia criativa abrange o patrimônio material e imaterial, as expressões culturais, as artes do espetáculo ou performáticas, a mídia e as criações funcionais, como a moda, o design, a arquitetura, as artes aplicadas e decorativas. O ponto comum desses setores econômicos é o fato de a criatividade desempenhar papel primordial para a geração de valor; grande parte deles, aliás, encontra-se sob a proteção do direito de propriedade intelectual.

Vetor privilegiado do chamado *soft power* (poder de convencimento fundado em recursos intangíveis, como a imagem, a reputação, o prestígio, a atratividade cultural, a exemplaridade, etc.), a economia

INTRODUÇÃO

criativa tem, numa sociedade afeita às mídias e ao entretenimento, função de destaque nas relações internacionais contemporâneas. É sabido também que o setor gera empregos altamente qualificados em torno de uma rica variedade de profissões, que têm tudo para atrair os jovens das novas gerações.

Cabe destacar que os teóricos da economia criativa, entre eles John Howkins, chamam a atenção para o progressivo enfraquecimento do padrão hierárquico e linear da produção industrial, baseado no sequenciamento rígido das etapas de concepção, produção, distribuição e consumo. O modelo da economia criativa é, ao contrário, descentralizado, multipolar e consideravelmente mais flexível e dinâmico, favorecendo o surgimento de novas formas de expressão, financiamento e comercialização.



PROPRIEDADES ESPECÍFICAS DO CAMPO CRIATIVO

Várias propriedades específicas do setor criativo impactam o modelo de gestão das empresas e organizações criativas:

- Embora as novas tecnologias e, em especial, a digitalização, facilitem a criação ao transformarem os componentes da cadeia de valor, ganhos de produtividade engendrados pela substituição capital/trabalho (por meio da mecanização e robotização de processos industriais) praticamente não existem nas atividades criativas. A economia criativa, no que lhe concerne, explora o potencial da inventividade humana;
- Lugar central ocupado pelo ato criativo e pela inovação no processo de concepção de conteúdos/obras/produtos/serviços originais e

singulares. Essa característica determina as modalidades de lançamento dos produtos criativos no mercado. Na economia criativa, o marketing de oferta se opõe ao tradicional marketing de demanda:

- Os bens culturais, pouco substituíveis e produzidos de maneira unitária, adquirem a maior parte de seu valor mercantil graças à firma do artista/autor/criador. A busca por esse poder de consagração, em virtude do julgamento dos pares, dos especialistas ou do público, é o motor do funcionamento do mercado cultural. Enfim, o “efeito de assinatura”, do qual decorrem tanto o direito autoral como o copyright, faz com que as organizações do setor atribuam grande importância à gestão dos talentos;
- Propriedade da “diversidade infinita”: os bens culturais/criativos se diferenciam por uma infinidade de características subjetivas, o que os torna pouco comparáveis. Máquinas de lavar e computadores, por outro lado, são bens que podem ser comparados de forma objetiva, com base em um número limitado de atributos (rendimento, consumo de energia ou capacidade, por exemplo);



- Fragmentação da oferta: cada produto oferecido no mercado é único e tira seu valor do trabalho criativo necessário para a sua produção. A fragmentação da oferta limita os efeitos de experiência e de aprendizagem ao longo da cadeia produtiva (dificuldade de se implementar uma estratégia de volume, fundada em economias de escala). Dessa forma, o perfeito domínio do processo produtivo não se converte sistematicamente em um fator de sucesso ou de diferenciação competitiva para a organização criativa/cultural;

- Outra característica distintiva do campo criativo é a lógica patrimonial, cujo efeito é a durabilidade do valor (escritos de Shakespeare, composições de Mozart, telas de da Vinci ou filmes de Chaplin são produtos que não perdem valor e utilidade com o progresso tecnológico como um iPhone ou um computador). Isso significa que, diferentemente do que ocorre na maioria dos setores econômicos de grande consumo (automobilístico e eletroeletrônico, por exemplo), a aparição de um novo produto não torna automaticamente obsoletos os anteriores. As consequências dessa propriedade são a dualidade dos mercados criativos, devido à coexistência entre obras inéditas e obras de catálogo, bem como a dificuldade de avaliação dos ativos;

- Propriedade do “ninguém sabe”: na economia criativa, a demanda (e, portanto, a rentabilidade) é incerta e imprevisível, mesmo para os agentes especializados do setor. Essa característica dificulta a obtenção de crédito bancário, pois, geralmente, a operação de financiamento está condicionada às garantias de pagamento;



• A estrutura de custos das empresas criativas também é peculiar. Na maioria dos casos, prevalece a lógica de custos fixos. As despesas ligadas à difusão/comercialização são sensivelmente inferiores aos gastos de produção (especialmente na era da difusão desmaterializada por meio de plataformas digitais). Assim, na economia criativa, os custos fixos predominam sobre os custos variáveis. No âmbito da produção de um filme, por exemplo, a maior parte das despesas precede o lançamento nas salas (o custo de fabricação das cópias digitais é insignificante comparativamente ao orçamento de produção). Portanto, percebe-se que a dimensão econômica do risco ligada à recepção da criação por parte do público é manifestamente maior. Se a recepção é ruim, o criador se sujeita a um enorme prejuízo, pois a margem de compressão de gastos (redução dos custos variáveis) é ínfima. Inversamente, em caso de sucesso, os lucros crescem de forma exponencial, uma vez que pouca ou nenhuma despesa extra é necessária para a geração de receitas suplementares.

Ainda que o criador e seu produtor, por mais atentos às tendências que estejam, possam ter uma intuição sobre o que agradará ao público, a criação, em geral, não existe para responder a uma demanda preexistente.

Cada criação é única e singular (fala-se que a indústria criativa é uma economia de prototipagem). O papel dos circuitos de difusão é, por sua vez, promover o encontro entre uma obra e seu público-alvo (marketing de oferta), em vez de definir as características de uma obra em função das pressupostas expectativas de um determinado público (marketing de demanda).

O sucesso ou insucesso desse encontro é um fator de risco tanto para o produtor quanto para o consumidor: seria absurdo se o gestor quisesse encontrar uma fórmula para o sucesso, tendo em vista que qualquer receita como esta é completamente desconhecida. Assim, as estratégias de gestão de risco estão no centro das atividades da economia criativa: serialização de conteúdos (o empreendedor incorre simultaneamente no risco de cansar um público à procura de novidades); lógica de compensação, por meio de uma carteira de projetos contendo várias obras inéditas (aquela que obtiver êxito comercial acabará pagando pelo fracasso das demais); ou composição de um portfólio misto, com obras inéditas e de catálogo.



Por fim, essas particularidades de estrutura de custos têm por consequência uma dificuldade de precificação dos produtos criativos. O leitor já se deu conta de que a cultura é um produto que não se assemelha a nenhum outro bem ou serviço (utilidade marginal crescente, importância do incentivo público ou privado, valorização incerta e especulativa, etc.). Se tomarmos como base a unicidade, indivisibilidade e raridade da obra de arte, percebemos que ela se assemelha mais ao produto de luxo. A fixação de preços aparece então como um dos problemas mais complexos do mercado de arte. Visto que a economia da cultura é uma economia de convenções, o valor resulta do consentimento entre comprador e vendedor, não existindo correlação entre o custo de produção e o preço de venda. O preço de um quadro, de uma gravura ou escultura varia em função do meio de expressão, do reconhecimento e da fama do artista, da legitimação acordada pelos “especialistas do mercado” (por exemplo, uma exposição em uma galeria ou museu

concebidos contribui sensivelmente para a valorização simbólica e monetária da obra), dos preços de venda anteriores, assim como do comportamento dos grandes colecionadores (a compra da obra de um artista desconhecido influenciará os outros agentes do mercado). De modo análogo, o preço de um ingresso de cinema nunca é calculado com base no custo de produção do filme ao qual o espectador assistirá. E felizmente que é assim!

De modo geral, observa-se que os agentes da economia criativa enfrentam hoje dois problemas majoritários:

- A destruição de valor. A digitalização e a desmaterialização destroem mais valor do que criam. A venda unitária é substituída pela lógica da assinatura ilimitada, ou ainda do acesso gratuito ao produto/serviço;



- O risco de proliferação e banalização dos conteúdos. Como são superabundantes e facilmente replicáveis, seu valor econômico (e simbólico) tende a diminuir fortemente.

Dante dessa dupla ameaça, duas questões se colocam para o empreendedor:

- Como recriar valor?
- Como construir um modelo econômico sustentável capaz de garantir o financiamento da criação?

As novas formas de valor apostam na recriação dos fenômenos de raridade e na elaboração de propostas monetizáveis, tais como:

- Estratégias de luxo fundadas em exclusividade e atratividade de conteúdos “premium”, disponíveis tão somente em um canal de difusão (a entrada da Netflix e da Amazon na produção de conteúdos segue nessa direção);
- Monetização de ofertas gratuitas com a inclusão de serviços pagos (trata-se da estratégia “freemium”, implementada, entre outros, nos setores dos jogos eletrônicos e aplicativos);

- Valorização da experiência de consumo, principalmente nos campos do entretenimento e das artes do espetáculo, cuja propriedade fundamental é a unicidade da representação (por exemplo, criação de salas de cinema e de concertos com alto padrão de conforto e de serviços, ou museus interativos).

O potencial de desenvolvimento das empresas criativas se deve ao fato de que elas não dependem dos fatores que estão em falta na maioria dos países pobres, como o capital e os recursos naturais. Recorrem, em vez disso, à criatividade e ao talento, matérias-primas amplamente disponíveis em todos os continentes. Ademais, as potencialidades dessa economia ultrapassam o benefício da geração de renda, visto que ela representa também um modo de comunicação e de socialização fundamental. Por fim, importa saber que as fronteiras entre as indústrias criativas e os outros tipos de indústria tendem a desaparecer com o avanço tecnológico. Noutras palavras, a criatividade participa cada vez mais do processo de produção da maior parte dos bens e serviços clássicos, dando origem a novos modelos econômicos.

OBJETIVO

O Observatório do **P7 Criativo** assumiu o desafio de elaborar o primeiro mapeamento da economia criativa de Minas Gerais, no intuito de compreender sua estrutura de geração de riqueza e emprego, identificar polos regionais de criatividade, bem como de avaliar a participação dos setores criativos mineiros no conjunto da economia do estado.



ABORDAGEM METODOLÓGICA

1. MARCO CONCEITUAL PARA DELIMITAÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

Em primeiro lugar, o Observatório do P7 Criativo foi confrontado pela questão da extensão do campo a ser considerado na pesquisa. Apesar da diversidade de estudos setoriais disponíveis, constata-se que não existe um consenso sobre o perímetro da economia criativa. Admitese, no entanto, que o campo é formado por um conjunto de atividades fundadas no capital intelectual, na criatividade e na inovação, fatores estes que são determinantes para a criação de valor.

Mais precisamente, a criatividade é a capacidade de imaginar e produzir o novo, seguindo uma forma de expressão particular. A novidade é, por conseguinte, a essência da criação. Aquele que aceita o desafio de criá-la deve se aventurar num universo sem qualquer ponto de referência. Trata-se de um exercício proativo que, na maioria das vezes, não se fundamenta em uma demanda expressa. Criar significa elaborar

ABORDAGEM METODOLÓGICA

propostas a partir da simples subjetividade individual, e é justamente isso que torna o ato criativo tão fascinante.

Entendida no sentido amplo, a criatividade intervém não apenas na pintura, no cinema ou na música, mas também na arquitetura, na matemática, na indústria e na medicina, sendo avaliada em função de parâmetros mais ou menos similares, tais como: tempo de resposta, rapidez de produção, quantidade de soluções encontradas, eficácia, eficiência e originalidade (definida como o inverso da banalidade).

Nosso terreno de análise foi definido a partir da abordagem proposta pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), que, em seu relatório de 2008, distingue três tipos de criatividade:



CRIATIVIDADE ARTÍSTICA: capacidade de imaginação e de geração de ideias originais e de novas formas de interpretação do mundo. A criatividade artística se expressa a partir de texto, som ou imagem.



CRIATIVIDADE CIENTÍFICA: relacionada à curiosidade e à disposição para a experimentação, bem como à habilidade de combinação e associação de conhecimentos com vistas à resolução de problemas.



CRIATIVIDADE ECONÔMICA: é um processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia, práticas de negócios, marketing, etc., e está intimamente ligada à obtenção de vantagens competitivas na economia.

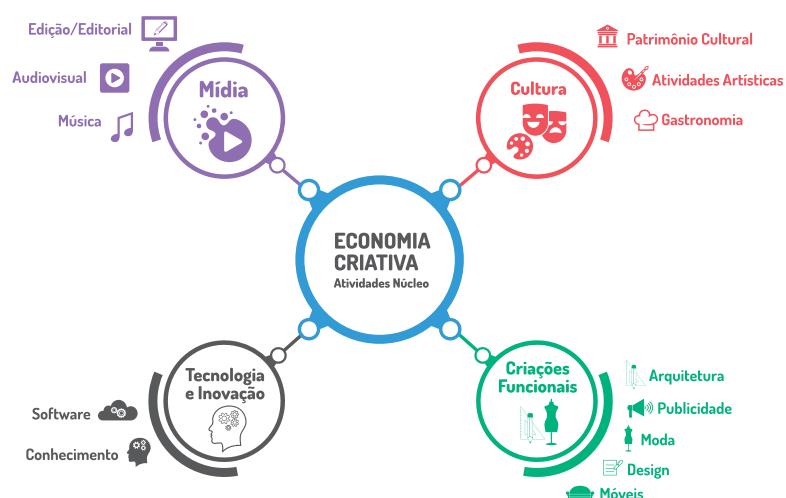
De acordo com a UNCTAD, as indústrias da criação identificam-se pelas características seguintes:

- Ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários;
- Constituem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, focadas nas artes, mas não limitadas a elas, gerando potencialmente receitas provenientes do comércio e dos direitos de propriedade intelectual;
- Compreendem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado;
- Estão na interseção entre os setores artesanal, de serviços e industrial.

Assim, com base nas definições da UNCTAD e seguindo as recomendações da UNESCO de flexibilização e adaptação do conceito de economia criativa para o desenvolvimento das indústrias criativas em países em desenvolvimento, o grupo de trabalho decompõe a economia criativa de Minas Gerais em 4 grupos e 13 subgrupos, representados no diagrama a seguir:

**FIGURA 1. Economia Criativa em Minas Gerais:
Grupos e Subgrupos de Atividades Econômicas**

Fonte: Gerência de Inteligência Competitiva - IEL/ FIEMG



Conforme a Figura 1, tendo em vista as peculiaridades culturais do estado e os objetivos enunciados anteriormente, os setores definidos como alvo do mapeamento são os seguintes: Mídia (Edição/Editorial, Audiovisual, Música), Cultura (Patrimônio Cultural, Atividades Artísticas, Gastronomia), Tecnologia e Inovação (Software, Conhecimento) e Criações Funcionais (Arquitetura, Publicidade, Moda, Design, Móveis). Alguns exemplos das atividades econômicas que compõem cada grupo são mencionados a seguir. A relação completa se encontra nos anexos.

→ MÍDIA

- Edição/Editorial: edição de jornais, revistas e livros e atividades de rádio;
- Audiovisual: produção de filmes para publicidade, filmagem de festas e eventos, atividades de rádio, entre outros;
- Música: ensino de música, produção musical, atividades de gravação de som e de edição de música.

→ CULTURA

- Atividades artísticas: atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte, atividades de sonorização e de iluminação, discotecas, danceterias, salões de dança e similares, ensino de dança e artes cênicas e fabricação de artigos pirotécnicos;
- Patrimônio cultural: atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental, atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares, fabricação de artefatos de tapeçaria;
- Gastronomia: fabricação de cervejas e chopes, fabricação de conservas de frutas, fabricação de produtos à base de café, lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares; restaurantes.

→ TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

- Software: desenvolvimento e licenciamento de programas de computador, fabricação de jogos eletrônicos, web design;
- Conhecimento: pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas naturais, ciências sociais e humanas, atividades de consultoria em gestão empresarial;

→ CRIAÇÕES FUNCIONAIS

- Arquitetura: abrange atividades paisagísticas e serviços de arquitetura;
- Publicidade: agências de publicidade; criação de estandes para feiras e exposições, pesquisas de mercado e de opinião pública;
- Design: design de produtos, decoração, lapidação, gravação, vitrificação e outros trabalhos em cerâmica, louça, vidro e cristal; decoração de interiores;
- Moda: estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário; confecção de roupas e lingerie, fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria;
- Móveis: fabricação de móveis de madeira ou metal.

2. AMOSTRAGEM

2.1. Sistema de referência ou população referenciada

O sistema de referência existente que mais se aproxima da definição genérica de população-alvo ou universo é a base da RAIS - Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego¹. A RAIS é, portanto, a fonte dos dados apresentados neste relatório.

2.2. Universo de pesquisa

Foi necessário filtrar a base de dados definida como população referenciada a fim de se incluir no estudo apenas o estrato referente às atividades econômicas pertencentes aos quatro grupos e aos 13 subgrupos de atividades apresentados no diagrama (FIG.1). Nesse sentido, dentre os 1.300 códigos das atividades econômicas definidos pelo IBGE em sua base de Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE 2.0 -

1. RAIS - A gestão governamental do setor do trabalho conta com o importante instrumento de coleta de dados denominado de Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Instituída pelo Decreto nº 76.900, de 23/12/75, a RAIS tem por objetivo:

- o suprimento das necessidades de controle da atividade trabalhista no País;
- o provimento de dados para a elaboração de estatísticas do trabalho;
- a disponibilização de informações do mercado de trabalho às entidades governamentais.

Os dados coletados pela RAIS constituem expressivos insumos para atendimento das necessidades:

- da legislação da nacionalização do trabalho;
- de controle dos registros do FGTS;
- dos Sistemas de Arrecadação e de Concessão e Benefícios Previdenciários;
- de estudos técnicos de natureza estatística e atuarial;
- de identificação do trabalhador com direito ao abono salarial PIS/PASEP.

2. A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) é a classificação oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos órgãos federais gestores de registros administrativos. Estrutura:
1º nível: 21 Seções - 2º nível: 87 Divisões - 3º nível: 285 Grupos - 4º nível: 673 Classes - 5º nível: 1301 Subclasses

Subclasse), foram selecionadas 166 atividades relacionadas a cada um dos 13 subgrupos, cujos códigos foram listados nos anexos deste trabalho.

Além disso, no intuito de conferir a máxima precisão ao recorte do estudo, optamos por recorrer ao quinto e último nível de classificação das atividades econômicas.

Enfim, é necessário ressaltar que a presente investigação se deparou com as limitações metodológicas abaixo:

1. A base de dados definida como população referenciada desconsidera os agentes que atuam informalmente na economia criativa;
2. Não há informação relativa às CNAEs que nos permita determinar com certeza o grau de criatividade de cada atividade econômica;
3. Algumas CNAEs são muito abrangentes, agregando, ao mesmo tempo, atividades puramente criativas e atividades não criativas;
4. Em relação às atividades econômicas selecionadas como pertencentes ao campo da economia criativa (FIG.1), observamos que várias das definições dos códigos CNAE são inadequadas, principalmente pelo seu grau de generalidade. Por conta disso, acreditamos que muitas atividades que não pertencem ao esquema apresentado na FIG.1 foram incluídas; e, por outro lado, várias delas, que deveriam ter sido

consideradas, não o foram, porque não se enquadram em nenhuma dessas centenas de definições. Isso aponta para a necessidade de o IBGE se atentar aos códigos dessas atividades criativas e, eventualmente, criar novos códigos que possam incluir mais atividades específicas;

5. A metodologia de segmentação foi construída em torno da noção de cadeia produtiva, considerando tanto as CNAEs das atividades do núcleo criativo como as classificações das atividades situadas a montante (insumos e suprimentos) ou a jusante da cadeia (distribuição e consumo). Este ponto será explorado mais à frente.

Em função das limitações apresentadas no que tange à definição do perímetro de pesquisa, foi preciso estabelecer um indicador de “contribuição criativa” que pudesse servir como critério de recorte adicional. Com efeito, esse indicador mede o percentual de profissionais criativos em relação ao universo de profissionais que integram cada CNAE-Subclasse. Mais exatamente, o percentual foi calculado a partir de 393 códigos da base da Classificação Brasileira de Ocupações, considerados pelo Observatório como genuinamente ou parcialmente criativos (a lista de CBOs encontra-se nos anexos). Ao final desse trabalho preliminar, 166 CNAEs foram selecionadas para a pesquisa, sendo posteriormente classificadas nos grupos e subgrupos supracitados.

As 166 atividades econômicas definidas como pertencentes à economia criativa de Minas Gerais foram, em seguida, repartidas em três etapas, de acordo com suas posições relativas ao longo da cadeia de valor criativa:

→ **A MONTANTE:** atividades exclusivamente ligadas à infraestrutura e aos insumos da produção criativa, tais como a fabricação de computadores, aparelhos fotográficos ou instrumentos musicais.

→ **NÚCLEO:** atividades ligadas ao núcleo criativo, isto é, que dependem do conhecimento, da inovação, da inventividade artística e estética. Fazem parte deste grupo, por exemplo, o cinema, o design e a arquitetura.

→ **A JUSANTE:** atividades exclusivamente ligadas à veiculação, à comercialização, à distribuição, à exposição e ao consumo de produtos criativos, como a impressão de jornais e livros ou as salas de cinema.

A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL



A economia criativa emprega mais de **4,6 milhões** de pessoas no Brasil, o que equivale a **10,1%** dos empregos formais registrados no país em dezembro de 2016. Os grupos “Cultura” e “Criações Funcionais” são os que mais empregam, representando **51,3%** e **28,4%** do total de empregos criativos formais, seguidos pelos grupos “Tecnologia e Inovação” (**12,2%**) e “Mídia” (**8%**).

Mapa 1. Distribuição dos empregados formais da economia criativa - UF (2016)



Fonte: RAIS 2016

A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

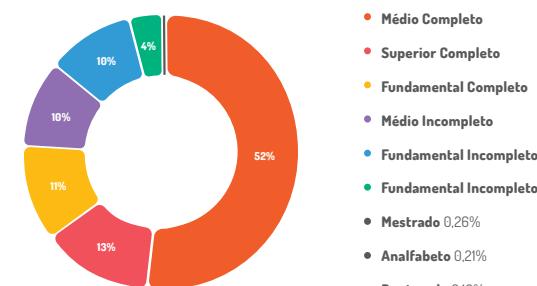
Tabela 1. Distribuição dos empregados formais da economia criativa - UF (2016)

UF • 10 Maiores	Empregados (2016)	% do Brasil
São Paulo	1.471.474	31,62%
Minas Gerais	457.925	9,84%
Rio de Janeiro	442.655	9,51%
Rio Grande do Sul	354.464	7,62%
Paraná	320.655	6,89%
Santa Catarina	303.884	6,53%
Ceará	205.253	4,41%
Bahia	179.073	3,85%
Pernambuco	147.858	3,18%
Goiás	129.356	2,78%

Fonte: RAIS 2016

Observa-se uma forte concentração de empregos na região Sudeste (**52,7%**), que aparece bem à frente das regiões Sul (**21,04%**), Nordeste (**16,36%**), Centro-Oeste (**6,76%**) e Norte (**3,18%**) no ranking de distribuição de empregos formais. São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais são os estados que registram o maior número de empregos criativos.

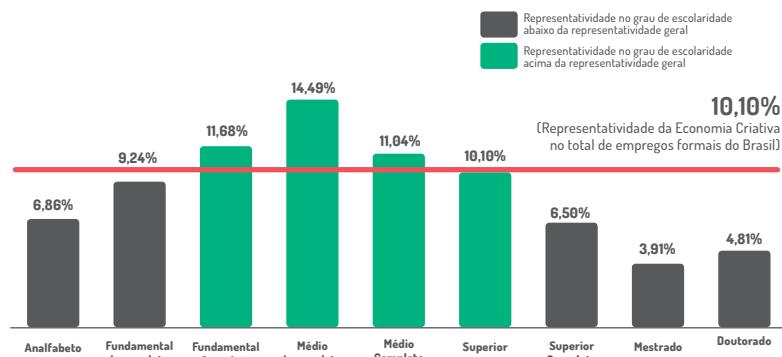
Gráfico 1. Distribuição dos empregos formais da economia criativa – Grau de escolaridade – Brasil (2016)



- Médio Completo
- Superior Completo
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Fundamental Incompleto
- Fundamental Incompleto
- Mestrado 0,26%
- Analfabeto 0,21%
- Doutorado 0,10%

Nota-se que mais da metade dos profissionais criativos possuem ensino médio completo. Porém, por falta de uma base comparativa, os dados do gráfico 1, por si só, não nos permitem tirar conclusões acerca de um suposto nível de instrução mais elevado dos trabalhadores do setor em relação aos demais trabalhadores da economia brasileira. Para uma melhor compreensão da questão, os gráficos 2, 3, 4, 5 e 6 colocam em evidência a representatividade da economia criativa e de seus grupos no total de empregos formais existentes no Brasil, por grau de escolaridade (colunas), em comparação à participação destes no total de empregos (linha vermelha).

Gráfico 2. % de participação da Economia Criativa no total de empregos formais do Brasil, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

Assim, observa-se que, entre os empregos formais no país, aqueles de nível superior completo, mestrado ou doutorado relacionam-se, em sua minoria, à economia criativa (**6,5%** dos empregados com nível superior completo, **3,91%** dos empregados com mestrado e **4,81%** dos empregados com doutorado).

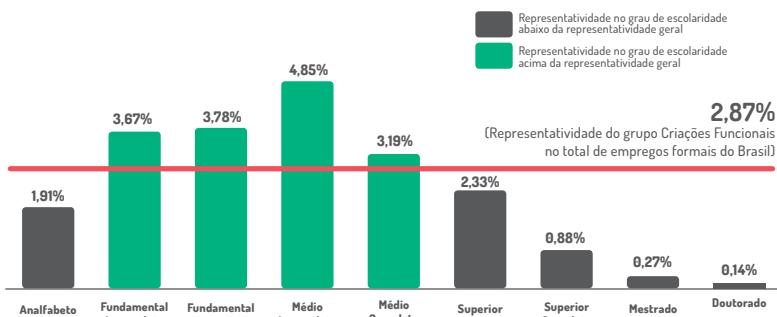
Níveis de escolaridade menos elevados foram identificados nos grupos “Cultura” e “Criações Funcionais”, principalmente nos subgrupos “Moda”, “Móveis”, “Gastronomia” e “Arquitetura”, o que poderia ser explicado pela grande quantidade de empregos em funções operacionais nas cadeias

de valor de tais subgrupos e pelo fato de a produção artesanal, estética e artística se basear em conhecimento tácito, fundado em experiência, cuja transmissão não se dá no meio acadêmico. Além disso, trata-se de um universo profissional onde os indícios habituais de competências – os diplomas – têm valor secundário. Assim, a reputação e os portfólios são, do ponto de vista dos empregadores, os modos de informação mais rápidos e determinantes sobre as aptidões dos profissionais disponíveis.



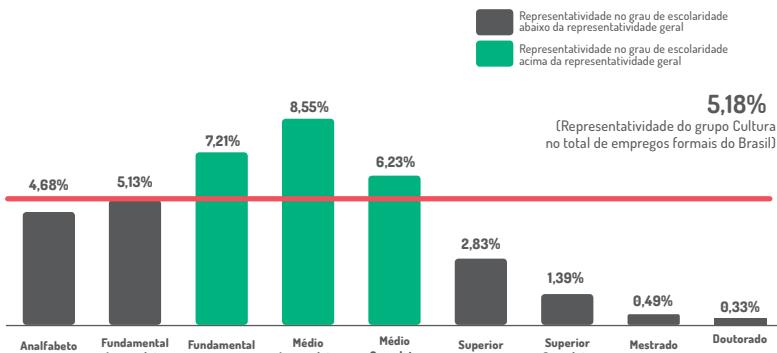
A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Gráfico 3. % de participação do grupo Criações Funcionais no total de empregos formais do Brasil, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

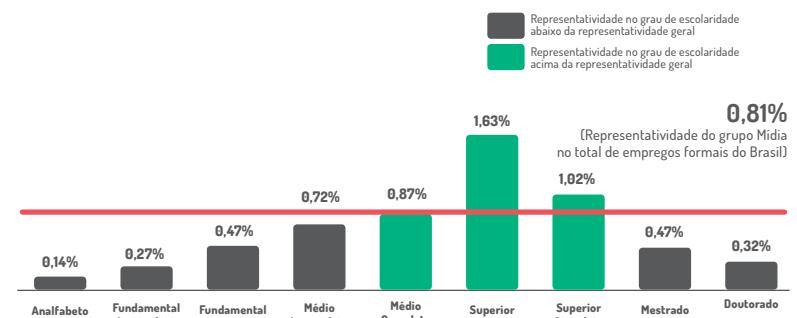
Gráfico 4. % de participação do grupo Cultura no total de empregos formais do Brasil, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

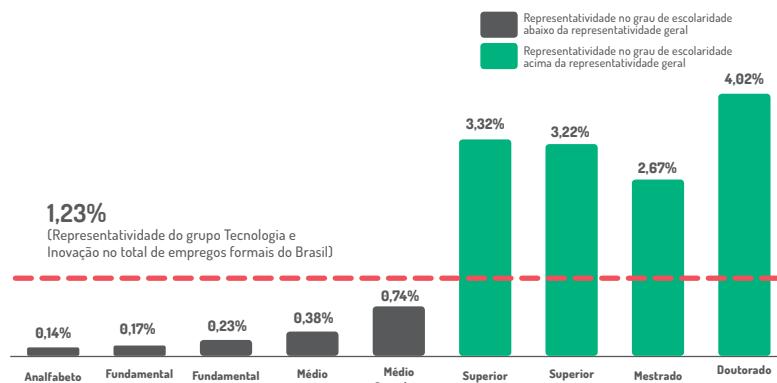
Como mostram os gráficos a seguir, os grupos “Mídia” e “Tecnologia e Inovação” são compostos por atividades econômicas que requerem mão de obra mais qualificada. Isso é ainda mais perceptível no grupo “Tecnologia e Inovação”, pois sua representatividade no total brasileiro de empregos formais de nível superior completo, mestrado e doutorado acha-se bem acima do percentual de representatividade geral do grupo.

Gráfico 5. % de participação do grupo Mídia no total de empregos formais do Brasil, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

Gráfico 6. % de participação do grupo Tecnologia e Inovação no total de empregos formais do Brasil, por grau de escolaridade (2016)



É importante dizer, entretanto, que este trabalho não pretende responder a todas as questões levantadas pela economia criativa, e sim incitar novas discussões e a realização de estudos que favoreçam uma melhor compreensão do setor.

R\$ 10,24 bi

MASSA SALARIA MENSAL

Fonte: RAIS 2016



Os mais de **4,6 milhões** de empregos gerados pela economia criativa resultam em uma geração de renda mensal de mais de **R\$ 10 bilhões**. Os grupos “Cultura” (**37,3%**) e “Tecnologia e Inovação” (**28,8%**) respondem pela maior parte da massa salarial, seguidos por “Consumo” (**22,4%**) e “Mídia” (**11,5%**).

A tabela a seguir apresenta os dados de salário médio, número de empregos e massa salarial para cada grupo da economia criativa. O destaque vai para o grupo “Tecnologia e Inovação”, cujos profissionais, com maior graduação acadêmica em relação aos demais, têm remuneração 90% superior à média nacional.

Tabela 2. Salário médio, número de empregados e massa salarial mensal - Grupos da Economia Criativa - Brasil

Grupo	Salário médio 2016	Diferença percentual para o salário médio Brasil 2016	Número de empregados 2016	Massa salarial mensal (em bilhões)
Criações Funcionais	R\$ 1.734,28	-36,51%	1.323.107	2,29
Cultura	R\$ 1.600,70	-41,40%	2.388.088	3,82
Mídia	R\$ 3.142,84	15,05%	374.340	1,18
Tecnologia e Inovação	R\$ 5.184,62	89,80%	568.553	2,95
Economia Criativa	R\$ 2.200,53	-19,44%	4.654.088	10,24

Fonte: RAIS 2016

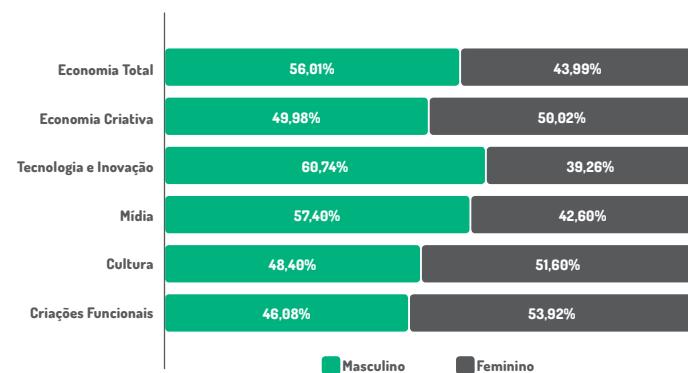
Sem embargo, esses números não devem levar o leitor a uma interpretação simplista segundo a qual o mercado de trabalho criativo representa um exemplo quase caricatural de empregos precários e instáveis.

Vale lembrar que, nas empresas ou organizações relacionadas à criação, tais como editoras, produtoras audiovisuais, estúdios de animação e de criação de games, gravadoras, maisons de moda, agências de publicidade, escritórios de arquitetura, galerias de arte, restaurantes gastronômicos, o vínculo ao talento pode assumir formas contratuais muito diferentes: CLT, PJ (contratação para um projeto específico) ou contrato de cessão de direitos de propriedade intelectual.

Cabe dizer ainda que o modo de gestão da mão de obra nas organizações criativas baseia-se, em geral, no emprego flexível e na intermitência entre períodos de emprego e desemprego. Nos setores estudados, principalmente nos grupos “Cultura”, “Mídia” e “Criações Funcionais”, privilegia-se a contratação por projeto. Assim, à primeira vista, seria possível supor que existem remunerações horárias mais elevadas entre os profissionais autônomos do que entre os trabalhadores com carteira assinada. A primeira explicação para o fato é que o profissional autônomo tende a querer compensar a irregularidade do trabalho intermitente por meio de super-remunerações. A teoria econômica do salário de eficiência oferece uma outra explicação para a prática de altos salários. O empregador teria interesse em pagar salários acima do mercado na expectativa de que o empregado honre adequadamente seu contrato temporário. Os modelos construídos sobre a hipótese da existência de “custos de rotação da mão de obra” seriam uma outra explicação para o salário de eficiência. Contudo, seria necessário conduzir pesquisas adicionais, que fogem ao escopo deste relatório, a fim de se comprovar a veracidade dessas hipóteses.

A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

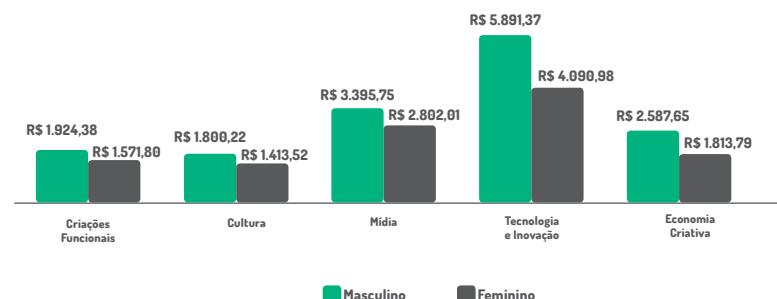
Gráfico 7. Percentual de empregos na Economia Criativa, por gênero - 2016 - Brasil



Fonte: RAIS 2016

Diferentemente do que se observa no conjunto da economia brasileira, as mulheres são maioria na economia criativa, representando **50,02%** do total de empregos formais, especialmente nos grupos “Cultura” e “Criações Funcionais”. Em contrapartida, a mão de obra é predominantemente masculina no grupo “Tecnologia e Inovação”.

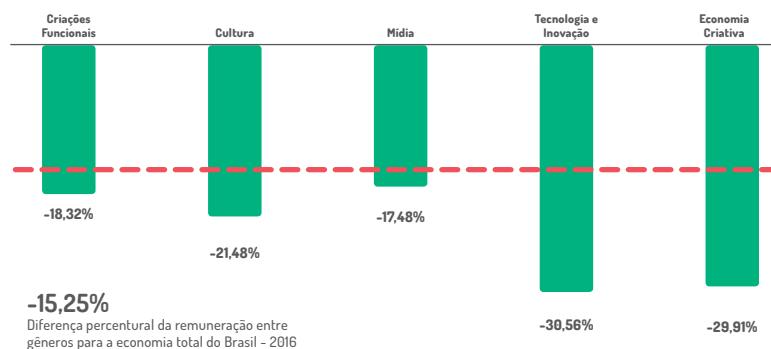
Gráfico 8. Salário mensal – Grupos Economia Criativa, por gênero – 2016



Os dados revelam uma maior média salarial mensal entre os empregados do gênero masculino. Mesmo nos grupos “Cultura” e “Criações Funcionais”, nos quais há mais participação feminina, a média salarial é maior para os homens. Já no grupo “Tecnologia e Inovação”, nota-se o maior desnível salarial entre os gêneros. Além disso, constata-se que a cadeia de valor da economia criativa é marcada por uma diferença entre a remuneração percebida por homens e mulheres bem superior à diferença registrada o conjunto da economia brasileira. As mulheres recebem, em média, 30% menos nos setores criativos, e 15% menos nos setores que compõem o resto da economia.

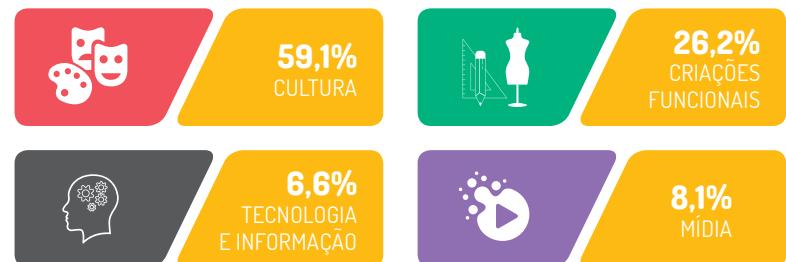
Vale lembrar que não foram feitas comparações entre funções iguais exercidas pelos diferentes gêneros, nem entre a qualificação de empregados preenchendo as mesmas funções. Portanto, os dados levantados não são suficientes para que o estudo aponte em direção a uma efetiva desigualdade nas remunerações entre os gêneros (para as mesmas funções e qualificações). Trata-se, todavia, de uma hipótese a ser verificada. Respostas a tais questões exigem análises específicas e mais profundadas.

Gráfico 9. Diferença percentual da remuneração do grupo feminino em relação ao grupo masculino – Grupos Economia Criativa - 2016



526.647 EMPRESAS

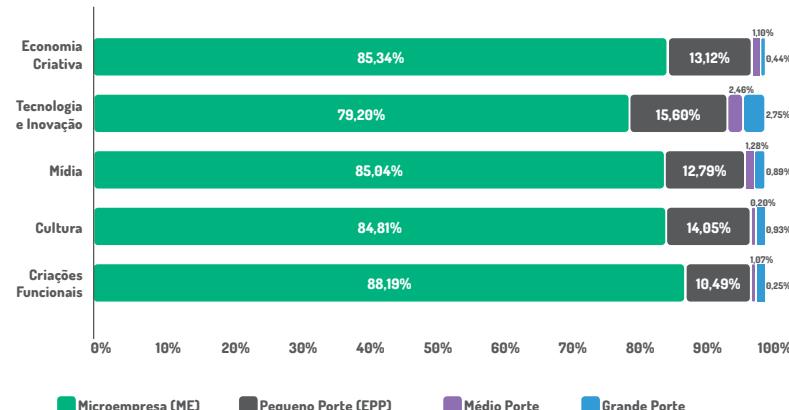
Fonte: RAIS 2016



A economia criativa brasileira é extremamente fragmentada, sendo composta por mais de meio milhão de empresas. Interessante notar que apenas **1,54%** dessas organizações são de médio ou grande porte. A imensa maioria das empresas criativas é de micro e pequeno porte (**98%**). A interseção entre as 166 CNAEs definidas como “criativas” pelo Observatório e as CNAEs consideradas como “industriais” pela Assessoria de Relações Sindicais do Sistema FIEMG nos permite afirmar que **49,40%** das CNAEs da economia criativa estão relacionadas a atividades econômicas industriais. Por fim, os dados trazem à tona a crescente relação de interdependência entre a criação, a inovação e a indústria, pois cerca de **48%** dos empregos criativos formais são gerados por empresas industriais.

A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Gráfico 10. Distribuição das empresas por porte – Grupos da Economia Criativa – 2016 – Brasil



A INDÚSTRIA NA ECONOMIA CRIATIVA



2.230.849
EMPREGADOS

47,93% dos empregados da economia criativa no Brasil são de empresas industriais



148.543
EMPRESAS

28,38% das empresas da economia criativa no Brasil estão locadas em CNAEs industriais

Fonte: RAIS 2016

Montante, Núcleo e Jusante

MONTANTE

16.504
EMPREGOS

668
EMPRESAS

R\$ 2.588,47
SALÁRIO MÉDIO

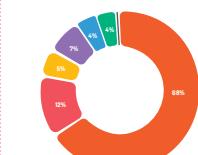


38,46%



61,54%

GRAU DE INSTRUÇÃO



- Médio Completo
- Superior Completo
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Fundamental Incompleto
- Superior Incompleto
- Mestrado 0,21%
- Analfabeto 0,07%
- Doutorado 0,01%

NÚCLEO

4.184.589
EMPREGOS

432.010
EMPRESAS

R\$ 2.244,39
SALÁRIO MÉDIO

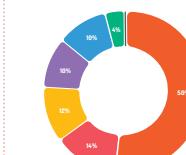


49,89%



50,11%

GRAU DE INSTRUÇÃO



- Médio Completo
- Superior Completo
- Fundamental Completo
- Mestrado
- Médio Incompleto
- Fundamental Incompleto
- Superior Incompleto
- Analfabeto
- Mestrado
- Doutorado

JUSANTE

452.995
EMPREGOS

93.969
EMPRESAS

R\$ 1.781,28
SALÁRIO MÉDIO

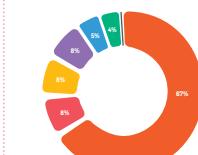


51,71%



48,29%

GRAU DE INSTRUÇÃO



- Médio Completo
- Superior Completo
- Fundamental Completo
- Mestrado
- Médio Incompleto
- Fundamental Incompleto
- Superior Incompleto
- Analfabeto
- Mestrado
- Doutorado

Fonte: RAIS 2016

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS



457.925
EMPREGOS

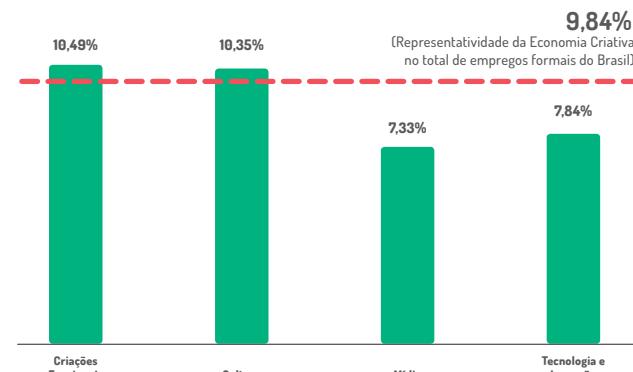
Fonte: RAIS 2016



Em Minas Gerais, a economia criativa é responsável pela geração de mais de **450 mil** empregos formais, o que corresponde a **9,89%** do total de empregos do estado. No ranking nacional, Minas Gerais figura em terceiro lugar, com cerca de **10%** do total de empregos criativos do Brasil.

Os grupos mais representativos do estado em termos de geração de empregos criativos são “Cultura” (**54%**) e “Criações Funcionais” (**30,3%**). Em seguida, aparecem os grupos “Tecnologia e Inovação” (**9,7%**) e “Mídia” (**6%**).

Gráfico 11. Percentual de participação de Minas Gerais no total de empregos do Brasil – Grupos da Economia Criativa – 2016



Fonte: RAIS 2016

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

Mapa 2. Distribuição dos empregados formais da Economia Criativa - Municípios de Minas Gerais

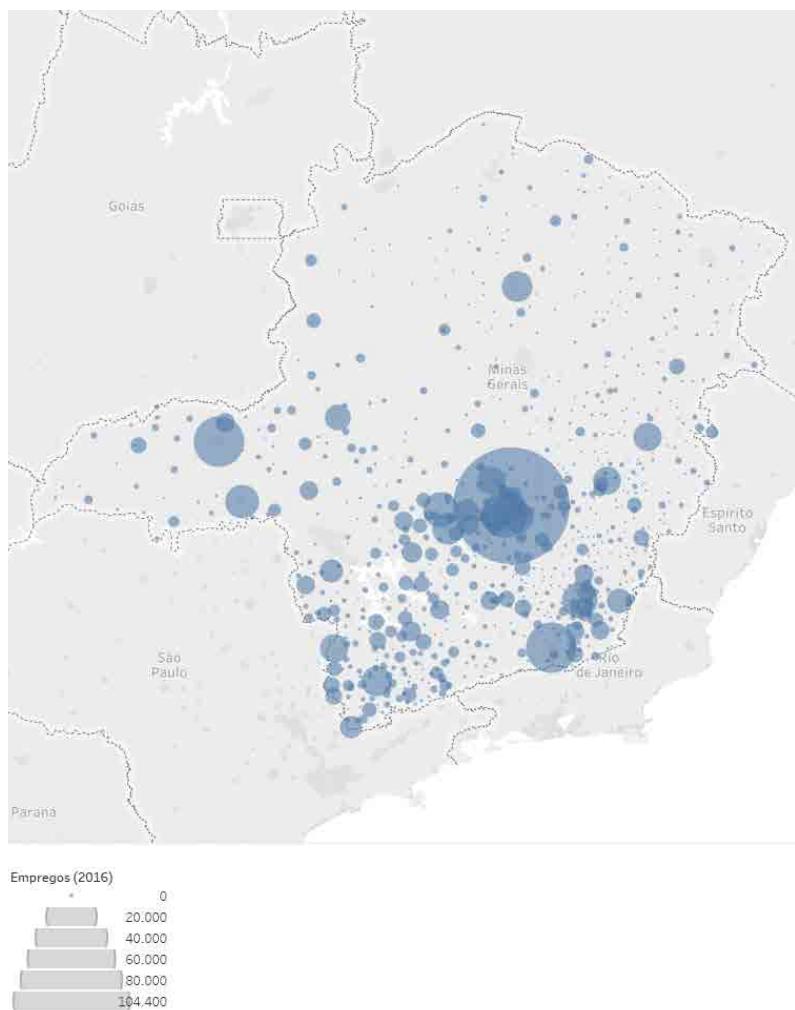


Tabela 3. Distribuição dos empregos formais da Economia Criativa - 20 principais municípios de Minas Gerais (2016)

Municípios	Empregados Economia Criativa	% do MG
Belo Horizonte	104.400	22,80%
Juiz de Fora	19.144	4,18%
Uberlândia	19.126	4,18%
Contagem	15.750	3,44%
Nova Serrana	9.636	2,10%
Ubá	9.384	2,05%
Uberaba	8.376	1,83%
Divinópolis	7.438	1,62%
Nova Lima	6.914	1,51%
Montes Claros	6.769	1,48%
Pouso Alegre	6.587	1,44%
Governador Valadares	6.020	1,31%
Poços de Caldas	5.844	1,28%
Betim	5.657	1,24%
Sete Lagoas	5.652	1,23%
Ipatinga	5.596	1,22%
Patos de Minas	4.827	1,05%
Muriaé	4.383	0,96%
Passos	3.830	0,84%
Extrema	3.460	0,76%

Fonte: RAIS 2016

A pesquisa revela que os maiores polos criativos de Minas Gerais estão situados em Belo Horizonte, Juiz de Fora, Uberlândia e Contagem, cidades onde se destacam as atividades ligadas à cultura, às criações funcionais, à tecnologia e à inovação.

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

Gráfico 12. Distribuição dos empregos formais da economia criativa, por mesorregião de Minas Gerais e grupos da economia criativa (2016)

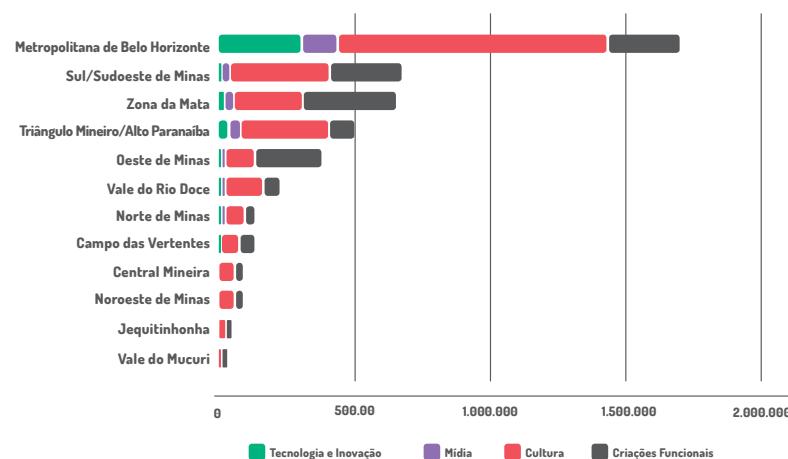


Tabela 4. Distribuição dos empregos formais da Economia Criativa, por mesorregião e grupo - Minas Gerais (2016)

Mesorregião	Tecnologia e Inovação	Tecnologia e Inovação - % de MG	Mídia	Mídia - % de MG	Cultura	Cultura - % de MG	Criações Funcionais	Criações Funcionais - % de MG	Economia Criativa	Economia Criativa - % de MG
Metropolitana de Belo Horizonte	30.875	69,27%	13.119	47,81%	99.496	40,27%	26.331	18,97%	169.821	37,08%
Sul/Sudoeste de Minas	1.652	3,71%	2.489	9,07%	37.027	14,98%	25.449	18,33%	66.617	14,55%
Zona da Mata	2.945	6,61%	3.297	12,02%	25.389	10,27%	34.393	24,78%	66.024	14,42%
Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba	4.503	10,10%	4.012	14,62%	32.261	13,06%	9.165	6,60%	49.941	10,91%
Oeste de Minas	879	1,97%	1.180	4,30%	11.209	4,54%	24.916	17,95%	38.184	8,34%
Vale do Rio Doce	965	2,16%	1.291	4,71%	14.293	5,78%	6.028	4,34%	22.577	4,93%
Norte de Minas	1.786	4,01%	775	2,82%	7.203	2,91%	3.518	2,53%	13.282	2,90%

Continuação - Tabela 4

Mesorregião	Tecnologia e Inovação	Tecnologia e Inovação - % de MG	Mídia	Mídia - % de MG	Cultura	Cultura - % de MG	Criações Funcionais	Criações Funcionais - % de MG	Economia Criativa	Economia Criativa - % de MG
Campo das Vertentes	497	1,12%	393	1,43%	7.214	2,92%	4.096	2,95%	12.200	2,66%
Central Mineira	191	0,43%	216	0,79%	5.987	2,42%	2.417	1,74%	8.811	1,92%
Noroeste de Minas	95	0,21%	208	0,76%	3.263	1,32%	853	0,61%	4.419	0,97%
Jequitinhonha	93	0,21%	119	0,43%	1.873	0,76%	1.025	0,74%	3.110	0,68%
Vale do Mucuri	92	0,21%	338	1,23%	1.887	0,76%	622	0,45%	2.939	0,64%

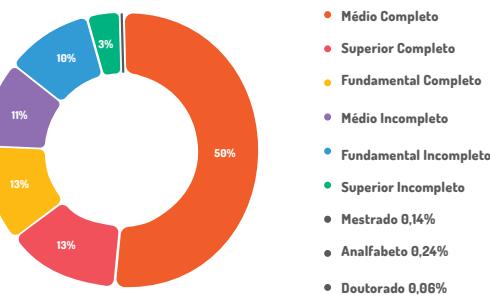
Fonte: RAIS 2016

Embora os dados apontem para a existência de uma concentração econômica, obedecendo, em parte, à lógica da distribuição populacional e de renda em Minas Gerais, nota-se que as atividades criativas estão disseminadas em todas as regiões do estado. De maneira geral, **37,08%** da atividade econômica está agrupada na região metropolitana de Belo Horizonte, **14,55%** nas regiões Sul e Sudoeste e **14,42%** na Zona da Mata mineira. A região metropolitana da capital domina o ranking da geração de empregos criativos formais em quase todos os grupos, exceto em “Criações Funcionais”. Em verdade, a região da Zona da Mata desonta como o maior centro de geração de empregos relacionados aos subgrupos “Arquitetura”, “Publicidade”, “Moda”, “Design” e “Móveis”.

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

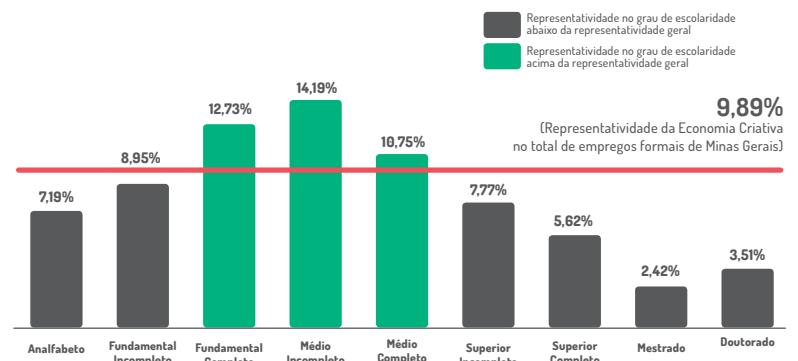
A maior concentração regional pode ser observada no grupo “Tecnologia e Inovação”, em que a região metropolitana de Belo Horizonte responde por **69,27%** do total de empregos, seguida pela região Triângulo, com apenas **10,10%** dos empregos formais.

Gráfico 13. Distribuição dos empregos formais da economia criativa – Grau de escolaridade – Minas Gerais (2016)



Assim como foi observado no conjunto do mercado brasileiro, percebe-se que metade dos trabalhadores criativos mineiros formais possuem ensino médio completo. Apesar disso, verifica-se que o nível geral de escolaridade dos trabalhadores mineiros é inferior ao nível geral de escolaridade dos trabalhadores brasileiros.

Gráfico 14. % de participação da Economia Criativa no total de empregos formais de Minas Gerais, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

Observa-se que, tal como ocorre no país, em Minas Gerais, entre os empregos formais, aqueles de nível superior completo, mestrado ou doutorado relacionam-se, em sua minoria, à economia criativa **5,62%** dos empregados com nível superior completo, **2,42%** dos empregados com mestrado e **3,51%** dos empregados com doutorado).

Os gráficos abaixo apresentam, para cada nível de escolaridade, o percentual de participação dos diversos grupos criativos no total de empregos formais de Minas Gerais.

Níveis de escolaridade menos elevados são constatados nos grupos “Cultura” e “Criações Funcionais”, principalmente nos subgrupos “Moda”, “Gastronomia” e “Móveis”.

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

Gráfico 15. % de participação do grupo Criações Funcionais no total de empregos formais de Minas Gerais, por grau de escolaridade (2016)

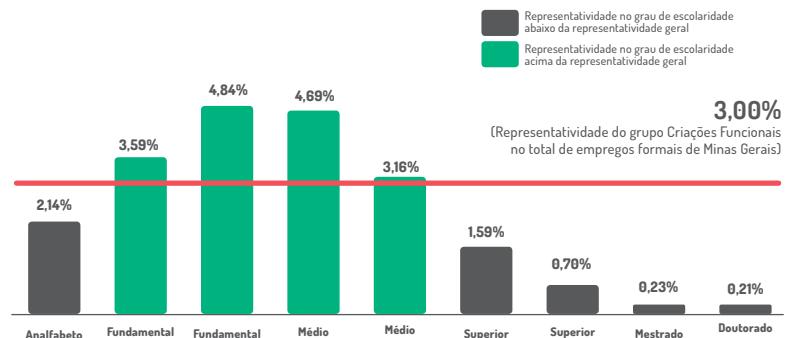
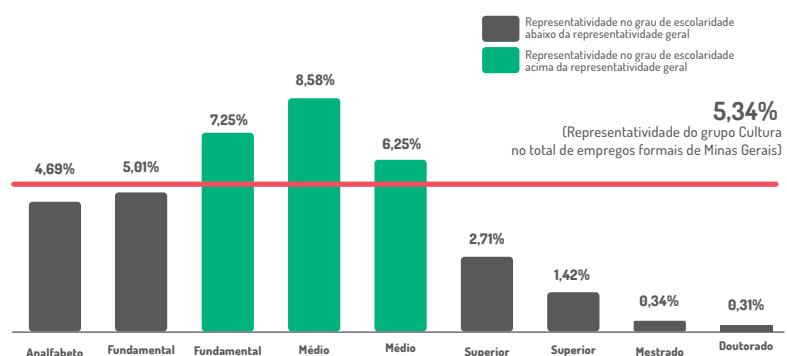


Gráfico 16. % de participação do grupo Cultura no total de empregos formais de Minas Gerais, por grau de escolaridade (2016)



Fonte: RAIS 2016

Os profissionais dos grupos “Cultura” e “Consumo” são os que possuem menores níveis de escolaridade, ao passo que os profissionais do grupo “Tecnologia e Inovação” são os mais qualificados formalmente.

Gráfico 17. % de participação do grupo Mídia no total de empregos formais de Minas Gerais, por grau de escolaridade (2016)

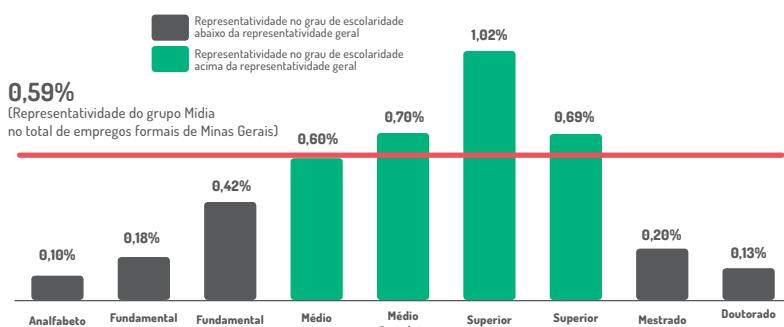
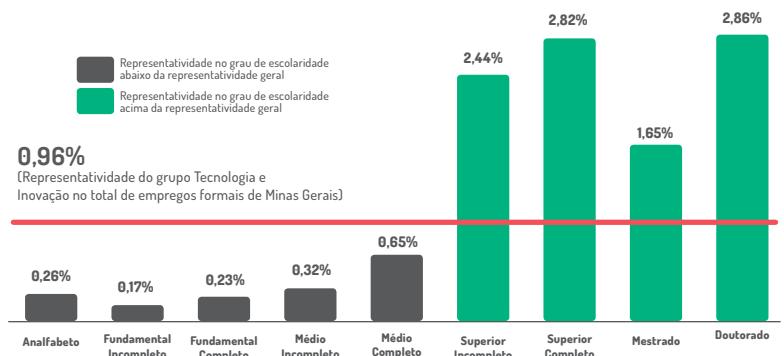


Gráfico 18. % de participação do grupo Tecnologia e Inovação no total de empregos formais de Minas Gerais, por grau de escolaridade (2016)

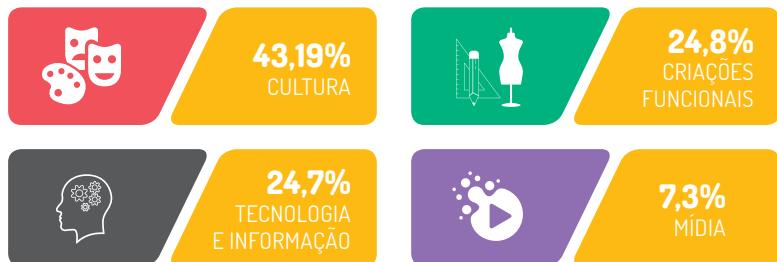


As hipóteses formuladas anteriormente acerca do nível de instrução dos trabalhadores criativos brasileiros servem para tentar explicar os resultados obtidos em Minas Gerais.

R\$ 788,24 mi

MASSA SALARIAL MENSAL

Fonte: RAIS 2016



Em Minas Gerais, a economia criativa gera cerca de **R\$ 788 milhões** de renda mensal do trabalho. Nesse quesito, destacam-se os grupos “Cultura” (43,19%), “Criações Funcionais” (24,8%) e “Tecnologia e Inovação” (24,7%).

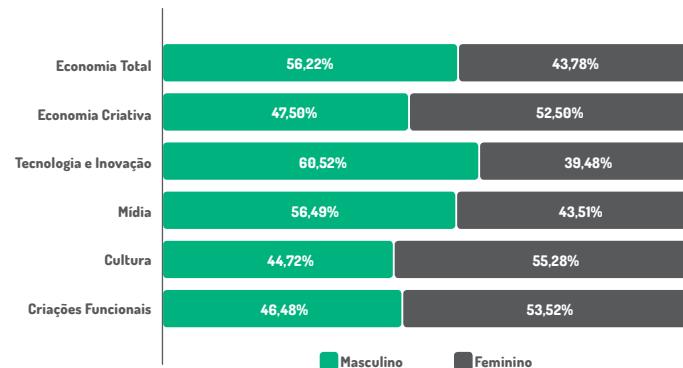
Tabela 5. Salário médio, número de empregados e massa salarial mensal - Grupos da Economia Criativa - Minas Gerais - 2016

Grupo	Salário médio 2016	Diferença percentual para o salário médio Brasil 2016	Número de empregados 2016	Massa salarial mensal (em bilhões)
Criações Funcionais	R\$ 1.409,46	-39,82%	138.813	R\$ 195,65
Cultura	R\$ 1.377,78	-41,17%	247.102	R\$ 340,45
Mídia	R\$ 2.095,25	-10,54%	27.437	R\$ 57,49
Tecnologia e Inovação	R\$ 4.366,66	86,44%	44.573	R\$ 194,64
Economia Criativa	R\$ 1.721,30	-26,51%	457.925	R\$ 788,23

Fonte: RAIS 2016

Assim como no resto do Brasil, a remuneração média mensal dos trabalhadores criativos é maior nos setores da tecnologia, da inovação e das mídias. Apenas no grupo “Tecnologia e Inovação”, nota-se a existência de uma remuneração média superior à média da economia brasileira.

Gráfico 19. Percentual de empregos na Economia Criativa, por gênero - 2016 – Minas Gerais



Ocupando **52,5%** dos postos de trabalho criativo formais, as mulheres reafirmam sua supremacia no conjunto dos setores criativos mineiros, particularmente nos segmentos ligados aos grupos “Cultura” e “Criações Funcionais”.

A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

As grandes tendências nacionais referentes às desigualdades entre profissionais de gêneros diferentes são verificadas no estado de Minas Gerais: mão de obra essencialmente masculina nos mercados de tecnologia e inovação, bem como uma discrepância salarial em favor dos homens em todos os grupos, sendo mais acentuada no grupo “Tecnologia e Inovação”.

Gráfico 20. Salário mensal – Grupos Economia Criativa, por gênero – 2016 – Minas Gerais

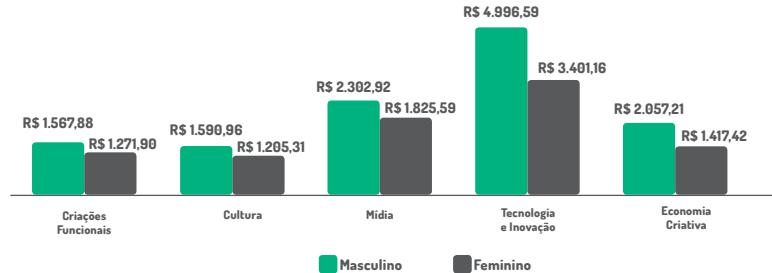
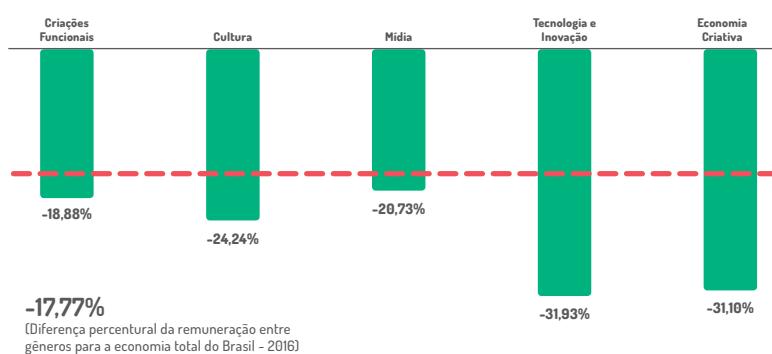


Gráfico 21. Diferença percentual da remuneração do grupo feminino em relação ao grupo masculino – Grupos Economia Criativa – Minas Gerais- 2016



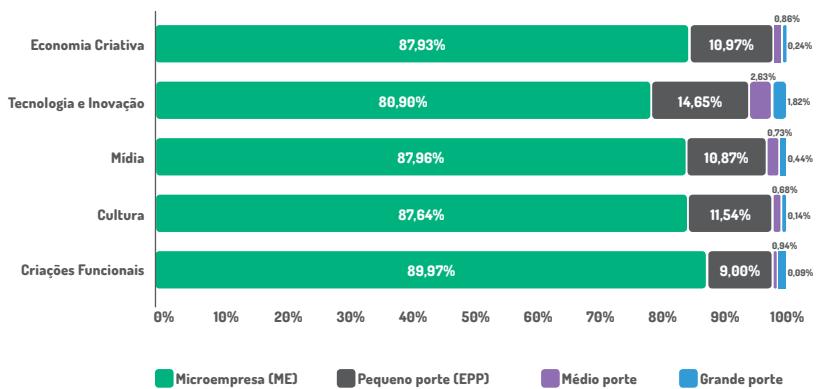
63.561 EMPRESAS

Fonte: RAIS 2016



A economia criativa mineira também é pulverizada, sendo composta por mais de **63 mil** empresas, o equivalente a **12%** das empresas criativas do Brasil, sendo a maioria de micro e pequeno porte.

Gráfico 22. Distribuição das empresas por porte – Grupos da Economia Criativa – 2016 – Minas Gerais



A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS

A interseção entre as 166 CNAEs definidas como “criativas” pelo Observatório e as CNAEs consideradas como “industriais” pela Assessoria de Relações Sindicais do Sistema FIEMG nos permite demonstrar que **31,69%** das empresas da economia criativa estão relacionadas a atividades econômicas industriais.

Finalmente, assim como no restante do Brasil, os números obtidos no estado trazem à tona a crescente relação de interdependência entre a criação, a inovação e a indústria, pois **52,74%** dos empregos criativos de Minas Gerais são gerados por empresas industriais.

A INDÚSTRIA NA ECONOMIA CRIATIVA



241.491
EMPREGADOS

52,74% dos empregados da economia criativa em Minas Gerais são de empresas industriais



20.141
EMPRESAS

31,69% das empresas da economia criativa em Minas Gerais estão locadas em CNAEs industriais

Fonte: RAIS 2016

Montante, Núcleo e Jusante

MONTANTE

871
EMPREGOS
80
EMPRESAS
R\$ 1.913,28
SALÁRIO MÉDIO



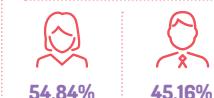
NÚCLEO

417.835
EMPREGOS
53.041
EMPRESAS
R\$ 1.750,13
SALÁRIO MÉDIO

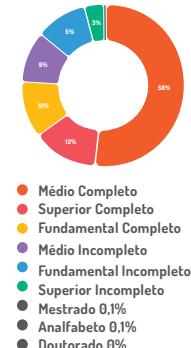


JUSANTE

39.219
EMPREGOS
10.440
EMPRESAS
R\$ 1.409,89
SALÁRIO MÉDIO



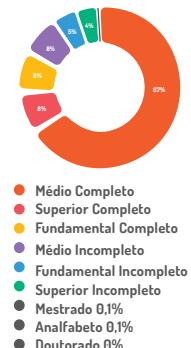
GRAU DE INSTRUÇÃO



GRAU DE INSTRUÇÃO



GRAU DE INSTRUÇÃO



Fonte: RAIS 2016

CONCLUSÃO

O Radar da Economia Criativa é uma realização do P7 Criativo que dá início a uma série de publicações, estudos, levantamentos de dados e análises sobre economia criativa a serem desenvolvidas por seu Observatório. A iniciativa é fruto de um esforço coordenado de investigação, com o propósito de trilhar novos caminhos de desenvolvimento econômico e territorial para o estado de Minas Gerais, com base na exploração de atividades que vão além das relacionadas à mera produção de commodities agrícolas e minerárias.

Foram selecionados, a princípio, treze segmentos como objeto de estudos, organizados por afinidade em quatro grupos: Edição/Editorial, Audiovisual e Música (compondo o grupo Mídia), Patrimônio Cultural, Atividades Artísticas e Gastronomia (compondo o grupo Cultura), Software e Conhecimento (compondo o grupo Tecnologia e Inovação), Arquitetura, Publicidade, Moda, Design e Móveis (compondo o grupo Criações Funcionais).

O presente caderno considera a cadeia de valor criativa em sua globalidade e não somente as atividades criativas do tipo “núcleo”. Neste primeiro momento, o trabalho apresenta dados e análises



gerais sobre todos os segmentos supracitados. A programação editorial do Observatório, entretanto, prevê a publicação de cadernos complementares, com foco nos grupos Mídia, Cultura, Criações Funcionais e Tecnologia e Inovação. Pretende-se, daqui em diante, que esses dados passem a ser regularmente monitorados pelo P7 Criativo, de forma a constituírem subsídios de estudo para o planejamento estratégico, o controle e a avaliação de políticas e projetos em benefício da expansão e do fortalecimento da economia criativa mineira.

Foram utilizados para a análise os dados secundários da Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Cabe esclarecer que, apesar de amplamente empregada para a realização de estudos econômicos no país, essa classificação não foi estruturada pelo IBGE com o objetivo

CONCLUSÃO



de facilitar uma distinção das atividades econômicas essencialmente criativas, havendo agregação de dados. Portanto, o levantamento realizado não é o levantamento ideal. Estudos complementares, definição de variáveis proxy e a realização de levantamentos de dados primários, assim como estudos específicos de mercado para cada segmento se fazem necessários. Vale registrar também que certos aspectos do mapeamento requerem aprofundamento, principalmente os ligados à composição pormenorizada da cadeia produtiva de cada segmento, à estrutura de geração de riqueza e emprego, assim como às diferentes cargas tributárias e aos mecanismos de incentivo existentes nas diversas regiões e cidades de Minas Gerais. Além disso, é preciso estimar o grau de informalidade da economia criativa e o nível de incidência de casos em que os profissionais exercem atividades criativas como uma segunda ocupação, tratando-se, por conseguinte, de uma fonte renda complementar. Pesquisas sobre o comportamento da demanda e estudos sobre eventuais dinâmicas regionais específicas também devem ser incluídas no planejamento do Observatório P7 Criativo. Neste caderno, de qualquer maneira, já é possível perceber que a economia criativa está enraizada em todo o estado, particularmente

nos polos de Uberlândia, Uberaba, Juiz de Fora, Montes Claros e da Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Espera-se que este trabalho e os próximos capítulos do Radar auxiliem na identificação de alavancas de ação concretas que permitam a Minas Gerais tirar pleno proveito do potencial de imagem e crescimento detectado na economia criativa. Com efeito, corre-se o risco de o funcionamento normal do mercado inibir a produção otimizada de bens e serviços criativos, pois poucos empreendedores se permitem tomar parte em projetos com rentabilidade incerta. Ao investirem no setor, impulsionando a geração de negócios e apoiando a inserção da produção criativa mineira nos mercados nacional e internacional, os fundadores do P7 Criativo incentivam a tomada de risco e, portanto, a criação de atividade econômica. Empenham-se, assim, em evitar a fuga dos nossos talentos, bem como o desaparecimento e a padronização dos nossos conteúdos.



ANEXO 1. CNAEs

CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
1340501	Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1411801	Confecção de roupas íntimas	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1412602	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1413401	Confecção de roupas profissionais, exceto sob medida	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1413402	Confecção, sob medida, de roupas profissionais	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1414200	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1421500	Fabricação de meias	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1422300	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1521100	Fabricação de artigos para viagem, bolsas e semelhantes de qualquer material	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1529700	Fabricação de artefatos de couro não especificados anteriormente	Núcleo	Criações Funcionais	Moda

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
1531901	Fabricação de calçados de couro	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1532700	Fabricação de tênis de qualquer material	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
1533500	Fabricação de calçados de material sintético	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
2399101	Decoração, lapidação, gravação, vitrificação e outros trabalhos em cerâmica, louça, vidro e cristal	Núcleo	Criações Funcionais	Design
3101200	Fabricação de móveis com predominância de madeira	Núcleo	Criações Funcionais	Móveis
3102100	Fabricação de móveis com predominância de metal	Núcleo	Criações Funcionais	Móveis
3103900	Fabricação de móveis de outros materiais, exceto madeira e metal	Núcleo	Criações Funcionais	Móveis
3211601	Lapidação de gemas	Montante	Criações Funcionais	Moda
3211602	Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
3211603	Cunhagem de moedas e medalhas	Núcleo	Criações Funcionais	Design
3212400	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	Núcleo	Criações Funcionais	Moda
4616800	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem	Jusante	Criações Funcionais	Moda

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
4754701	Comércio varejista de móveis	Jusante	Criações Funcionais	Móveis
7111100	Serviços de arquitetura	Núcleo	Criações Funcionais	Arquitetura
7119703	Serviços de desenho técnico relacionados à arquitetura e engenharia	Núcleo	Criações Funcionais	Arquitetura
7311400	Agências de publicidade	Núcleo	Criações Funcionais	Publicidade
7312200	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação	Jusante	Criações Funcionais	Publicidade
7319001	Criação de estandes para feiras e exposições	Núcleo	Criações Funcionais	Publicidade
7319004	Consultoria em publicidade	Núcleo	Criações Funcionais	Publicidade
7319099	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	Núcleo	Criações Funcionais	Publicidade
7320300	Pesquisas de mercado e de opinião pública	Núcleo	Criações Funcionais	Publicidade
7410202	Decoração de interiores	Núcleo	Criações Funcionais	Design
7410203	Design de produtos	Núcleo	Criações Funcionais	Design
7410299	Atividades de design não especificadas anteriormente	Núcleo	Criações Funcionais	Design
7723300	Aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios	Jusante	Criações Funcionais	Moda
8130300	Atividades paisagísticas	Núcleo	Criações Funcionais	Arquitetura
9529106	Reparação de joias	Jusante	Criações Funcionais	Moda
1013901	Fabricação de produtos de Carne	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1020102	Fabricação de conservas de peixes, crustáceos e moluscos	Núcleo	Cultura	Gastronomia

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
1031700	Fabricação de conservas de frutas	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1032501	Fabricação de conservas de palmito	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1032599	Fabricação de conservas de legumes e outros vegetais, exceto palmito	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1033301	Fabricação de sucos concentrados de frutas, hortaliças e legumes	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1033302	Fabricação de sucos de frutas, hortaliças e legumes, exceto concentrados	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1052000	Fabricação de laticínios	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1053800	Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1061902	Fabricação de produtos do arroz	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1063500	Fabricação de farinha de mandioca e derivados	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1064300	Fabricação de farinha de milho e derivados, exceto óleos de milho	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1082100	Fabricação de produtos à base de café	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1091101	Fabricação de produtos de panificação industrial	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1091102	Fabricação de produtos de padaria e confeitearia com predominância de produção própria	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1092900	Fabricação de biscoitos e bolachas	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1093701	Fabricação de produtos derivados do cacau e de chocolates	Núcleo	Cultura	Gastronomia

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
1093702	Fabricação de frutas cristalizadas, balas e semelhantes	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1094500	Fabricação de massas alimentícias	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1095300	Fabricação de especiarias, molhos, temperos e condimentos	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1096100	Fabricação de alimentos e pratos prontos	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1099602	Fabricação de pós alimentícios	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1099605	Fabricação de produtos para infusão (chá, mate, etc.)	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1099699	Fabricação de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1111901	Fabricação de aguardente de cana-de-açúcar	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1111902	Fabricação de outras aguardentes e bebidas destiladas	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1112700	Fabricação de vinho	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1113502	Fabricação de cervejas e chopes	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1122499	Fabricação de outras bebidas não alcoólicas não especificadas anteriormente	Núcleo	Cultura	Gastronomia
1352900	Fabricação de artefatos de tapeçaria	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
1629302	Fabricação de artefatos diversos de cortiça, bambu, palha, vime e outros materiais trançados, exceto móveis	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
2092402	Fabricação de artigos pirotécnicos	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
3240099	Fabricação de outros brinquedos e jogos recreativos não especificados anteriormente	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
4617600	Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo	Jusante	Cultura	Gastronomia
4763601	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	Jusante	Cultura	Patrimônio Cultural
4789001	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	Jusante	Cultura	Patrimônio Cultural
4789003	Comércio varejista de objetos de arte	Jusante	Cultura	Atividades Artísticas
5611201	Restaurantes e similares	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5620101	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5620102	Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5620103	Cantinas - serviços de alimentação privativos	Núcleo	Cultura	Gastronomia
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Núcleo	Cultura	Gastronomia

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
7490105	Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas	Jusante	Cultura	Atividades Artísticas
8230002	Casas de festas e eventos	Jusante	Cultura	Atividades Artísticas
8592901	Ensino de dança	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
8592902	Ensino de artes cênicas, exceto dança	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
8592999	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001901	Produção teatral	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001903	Produção de espetáculos de dança	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001904	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001905	Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001906	Atividades de sonorização e de iluminação	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9001999	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9002701	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9002702	Restauração de obras de arte	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9003500	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9101500	Atividades de bibliotecas e arquivos	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
9102301	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
9102302	Restauração e conservação de lugares e prédios históricos	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
9103100	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
9321200	Parques de diversão e parques temáticos	Núcleo	Cultura	Patrimônio Cultural
9329801	Discotecas, dancearias, salões de dança e similares	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9493600	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
9609206	Serviços de tatuagem e colocação de piercing	Núcleo	Cultura	Atividades Artísticas
1811301	Impressão de jornais	Jusante	Mídia	Edição/Editorial
1811302	Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas	Jusante	Mídia	Edição/Editorial
1821100	Serviços de pré-imprensa	Jusante	Mídia	Edição/Editorial
1830001	Reprodução de som em qualquer suporte	Jusante	Mídia	Música
1830002	Reprodução de vídeo em qualquer suporte	Jusante	Mídia	Audiovisual
2640000	Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo	Montante	Mídia	Audiovisual
2670102	Fabricação de aparelhos fotográficos e cinematográficos, peças e acessórios	Montante	Mídia	Audiovisual
3220500	Fabricação de instrumentos musicais, peças e acessórios	Montante	Mídia	Música
4618403	Representantes comerciais e agentes do comércio de jornais, revistas e outras publicações	Jusante	Mídia	Edição/Editorial

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
4756300	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios	Jusante	Mídia	Música
4761001	Comércio varejista de livros	Jusante	Mídia	Edição/Editorial
4761002	Comércio varejista de jornais e revistas	Jusante	Mídia	Edição/Editorial
4762800	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	Jusante	Mídia	Música
5811500	Edição de livros	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5812301	Edição de jornais diários	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5812302	Edição de jornais não diários	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5813100	Edição de revistas	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5819100	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5821200	Edição integrada à impressão de livros	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5822101	Edição integrada à impressão de jornais diários	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5822102	Edição integrada à impressão de jornais não diários	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5823900	Edição integrada à impressão de revistas	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5829800	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
5911101	Estúdios cinematográficos	Núcleo	Mídia	Audiovisual
5911102	Produção de filmes para publicidade	Núcleo	Mídia	Audiovisual
5911199	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Núcleo	Mídia	Audiovisual

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
5912001	Serviços de dublagem	Núcleo	Mídia	Audiovisual
5912002	Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual	Núcleo	Mídia	Audiovisual
5912099	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Núcleo	Mídia	Audiovisual
5913800	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	Jusante	Mídia	Audiovisual
5914600	Atividades de exibição cinematográfica	Jusante	Mídia	Audiovisual
5920100	Atividades de gravação de som e de edição de música	Núcleo	Mídia	Música
6010100	Atividades de rádio	Núcleo	Mídia	Audiovisual
6021700	Atividades de televisão aberta	Núcleo	Mídia	Audiovisual
6022501	Programadoras	Jusante	Mídia	Audiovisual
6022502	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras	Núcleo	Mídia	Audiovisual
6319400	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
6391700	Agências de notícias	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
6399200	Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente	Núcleo	Mídia	Edição/Editorial
7420001	Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	Núcleo	Mídia	Audiovisual
7420002	Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas	Núcleo	Mídia	Audiovisual

ANEXO 1. CNAEs • CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
7420003	Laboratórios fotográficos	Jusante	Mídia	Audiovisual
7420004	Filmagem de festas e eventos	Núcleo	Mídia	Audiovisual
7420005	Serviços de microfilmagem	Núcleo	Mídia	Audiovisual
7722500	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	Jusante	Mídia	Audiovisual
8592903	Ensino de música	Núcleo	Mídia	Música
9001902	Produção musical	Núcleo	Mídia	Música
1830003	Reprodução de software em qualquer suporte	Jusante	Tecnologia e Inovação	Software
3240001	Fabricação de jogos eletrônicos	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6201501	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6201502	Web design	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6202300	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6203100	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6204000	Consultoria em tecnologia da informação	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6209100	Supporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software
6311900	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Software

CNAE-Subclasse	Descrição CNAE	Segmento	Grupo	Subgrupo
7020400	Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Conhecimento
7210000	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Conhecimento
7220700	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Conhecimento
7490199	Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	Núcleo	Tecnologia e Inovação	Conhecimento
7729201	Aluguel de aparelhos de jogos eletrônicos	Jusante	Tecnologia e Inovação	Software

ANEXO 2 . CBOs

CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES

CBO 2002 - Família	Descrição
123310	Diretor de marketing
123605	Diretor de serviços de informática
123705	Diretor de pesquisa e desenvolvimento (P&D)
131105	Diretor de serviços culturais
131115	Gerente de serviços culturais
141510	Gerente de restaurante
141515	Gerente de bar
142325	Relações públicas
142335	Analista de pesquisa de mercado
142315	Gerente de marketing
142310	Gerente de comunicação
142530	Gerente de suporte técnico de tecnologia da informação
142505	Gerente de rede
142515	Gerente de produção de tecnologia da informação
142535	Tecnólogo em gestão da tecnologia da informação
142525	Gerente de segurança de tecnologia da informação
142510	Gerente de desenvolvimento de sistemas
142605	Gerente de pesquisa e desenvolvimento (P&D)
201105	Bioengenheiro
201110	Biotecnologista
201115	Geneticista
201205	Pesquisador em metrologia
203005	Pesquisador em biologia ambiental
203010	Pesquisador em biologia animal
203015	Pesquisador em biologia de micro-organismos e parasitas
203020	Pesquisador em biologia humana
203025	Pesquisador em biologia vegetal
203115	Pesquisador em física
203110	Pesquisador em ciências da terra e meio ambiente

CBO 2002 - Família	Descrição
203105	Pesquisador em ciências da computação e informática
203120	Pesquisador em matemática
203125	Pesquisador em química
203215	Pesquisador de engenharia elétrica e eletrônica
203210	Pesquisador de engenharia e tecnologia (outras áreas da engenharia)
203205	Pesquisador de engenharia civil
203220	Pesquisador de engenharia mecânica
203225	Pesquisador de engenharia metalúrgica, de minas e de materiais
203230	Pesquisador de engenharia química
203315	Pesquisador em medicina veterinária
203310	Pesquisador de medicina básica
203305	Pesquisador de clínica médica
203320	Pesquisador em saúde coletiva
203405	Pesquisador em ciências agronômicas
203410	Pesquisador em ciências da pesca e aquicultura
203415	Pesquisador em ciências da zootecnia
203420	Pesquisador em ciências florestais
203505	Pesquisador em ciências sociais e humanas
203510	Pesquisador em economia
203515	Pesquisador em ciências da educação
203520	Pesquisador em história
203525	Pesquisador em psicologia
211115	Matemático
212205	Engenheiro de aplicativos em computação
212215	Engenheiros de sistemas operacionais em computação
212415	Analista de sistemas de automação
212410	Analista de redes e de comunicação de dados
212405	Analista de desenvolvimento de sistemas
213110	Físico (acústica)

CBO 2002 - Família	Descrição
213170	Físico (plasma)
213175	Físico (térmica)
213165	Físico (partículas e campos)
213160	Físico (óptica)
213155	Físico (nuclear e reatores)
213150	Físico (medicina)
213145	Físico (materiais)
213125	Físico (estatística e matemática)
213140	Físico (matéria condensada)
213105	Físico
213115	Físico (atômica e molecular)
213120	Físico (cosmologia)
213130	Físico (fluidos)
213135	Físico (instrumentação)
213215	Tecnólogo em processos químicos
213210	Químico industrial
213205	Químico
213305	Astrônomo
213310	Geofísico espacial
213440	Oceanógrafo
213430	Paleontólogo
214105	Arquiteto de edificações
214120	Arquiteto paisagista
214115	Arquiteto de patrimônio
214110	Arquiteto de interiores
214130	Urbanista
214125	Arquiteto urbanista
221105	Biólogo
221205	Biomédico
234915	Professor de música no ensino superior
234910	Professor de artes visuais no ensino superior (artes plásticas e multimídia)
234905	Professor de artes do espetáculo no ensino superior
239435	Designer educacional
239420	Professor de técnicas e recursos audiovisuais

CBO 2002 - Família	Descrição
251110	Arqueólogo
251405	Filósofo
253115	Publicitário
253120	Diretor de mídia (publicidade)
253125	Diretor de arte (publicidade)
253130	Diretor de criação
253135	Diretor de contas (publicidade)
253140	Agenciador de propaganda
253110	Redator de publicidade
261125	Jornalista
261110	Assessor de imprensa
261115	Diretor de redação
261120	Editor
261105	Arquivista pesquisador (jornalismo)
261130	Produtor de texto
261135	Repórter (exclusive rádio e televisão)
261140	Revisor de texto
261215	Analista de informações (pesquisador de informações de rede)
261210	Documentalista
261205	Bibliotecário
261305	Arquivista
261310	Museólogo
261405	Filólogo
261430	Audiodescritor
261425	Intérprete de língua de sinais
261420	Tradutor
261415	Linguista
261410	Intérprete
261520	Escritor de não ficção
261515	Escritor de ficção
261530	Redator de textos técnicos
261525	Poeta
261510	Critico
261505	Autor-roteirista

ANEXO 2 . CBOs • CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES

CBO 2002 - Família	Descrição
261610	Editor de livro
261615	Editor de mídia eletrônica
261625	Editor de revista científica
261620	Editor de revista
261605	Editor de jornal
261715	Locutor de rádio e televisão
261710	Comentarista de rádio e televisão
261730	Repórter de rádio e televisão
261725	Narrador em programas de rádio e televisão
261720	Locutor publicitário de rádio e televisão
261705	Âncora de rádio e televisão
261820	Repórter fotográfico
261815	Fotógrafo retratista
261805	Fotógrafo
261810	Fotógrafo publicitário
262130	Tecnólogo em produção fonográfica
262125	Produtor de televisão
262120	Produtor de teatro
262115	Produtor de rádio
262110	Produtor cinematográfico
262135	Tecnólogo em produção audiovisual
262105	Produtor cultural
262205	Diretor de cinema
262210	Diretor de programas de rádio
262215	Diretor de programas de televisão
262220	Diretor teatral
262305	Cenógrafo carnavalesco e festas populares
262310	Cenógrafo de cinema
262315	Cenógrafo de eventos
262320	Cenógrafo de teatro
262325	Cenógrafo de tv
262330	Diretor de arte
262420	Desenhista industrial de produto (designer de produto)
262425	Desenhista industrial de produto de moda (designer de moda)

CBO 2002 - Família	Descrição
262405	Artista (artes visuais)
262415	Conservador-restaurador de bens culturais
262410	Desenhista industrial gráfico (designer gráfico)
262505	Autor
262620	Musicólogo
262615	Músico regente
262610	Músico arranjador
262605	Compositor
262705	Músico intérprete cantor
262710	Músico intérprete instrumentista
262805	Assistente de coreografia
262810	Bailarino (exceto danças populares)
262815	Coreógrafo
262820	Dramaturgo de dança
262825	Ensaiador de dança
262830	Professor de dança
262905	Decorador de interiores de nível superior
271110	Tecnólogo em gastronomia
271105	Chefe de cozinha
317105	Programador de internet
317110	Programador de sistemas de informação
317120	Programador de multimídia
318005	Desenhista técnico
318015	Desenhista detalhista
318010	Desenhista copista
318120	Desenhista técnico (instalações hidrossanitárias)
318105	Desenhista técnico (arquitetura)
318110	Desenhista técnico (cartografia)
318115	Desenhista técnico (construção civil)
318215	Desenhista técnico naval
318210	Desenhista técnico aeronáutico
318205	Desenhista técnico mecânico
318310	Desenhista técnico (calefação, ventilação e refrigeração)
318305	Desenhista técnico (eletricidade e eletrônica)

CBO 2002 - Família	Descrição
318425	Desenhista técnico (mobiliário)
318420	Desenhista técnico (indústria têxtil)
318415	Desenhista técnico (ilustrações técnicas)
318410	Desenhista técnico (ilustrações artísticas)
318430	Desenhista técnico de embalagens, maquetes e leiautes
318405	Desenhista técnico (artes gráficas)
318505	Desenhista projetista de arquitetura
318510	Desenhista projetista de construção civil
318605	Desenhista projetista de máquinas
318610	Desenhista projetista mecânico
318705	Desenhista projetista de eletricidade
318710	Desenhista projetista eletrônico
318805	Projetista de móveis
318815	Modelista de calçados
318810	Modelista de roupas
325015	Perfumista
325010	Aromista
325005	Enólogo
371110	Técnico em biblioteconomia
371210	Técnico em museologia
371305	Técnico em programação visual
371310	Técnico gráfico
372105	Diretor de fotografia
372110	Illuminador (televisão)
372115	Operador de câmera de televisão
373105	Operador de áudio de continuidade (rádio)
373110	Operador de central de rádio
373115	Operador de externa (rádio)
373120	Operador de gravação de rádio
373125	Operador de transmissor de rádio
373205	Técnico em operação de equipamentos de produção para televisão e produtoras de vídeo
373210	Técnico em operação de equipamento de exibição de televisão
373215	Técnico em operação de equipamentos de transmissão/recepção de televisão

CBO 2002 - Família	Descrição
373220	Supervisor técnico operacional de sistemas de televisão e produtoras de vídeo
374105	Técnico em gravação de áudio
374110	Técnico em instalação de equipamentos de áudio
374145	Dj (disc jockey)
374140	Microfonista
374135	Projetista de sistemas de áudio
374130	Técnico em mixagem de áudio
374125	Técnico em sonorização
374120	Projetista de som
374115	Técnico em masterização de áudio
374205	Cenotécnico (cinema, vídeo, televisão, teatro e espetáculos)
374210	Maquinista de cinema e vídeo
374215	Maquinista de teatro e espetáculos
374310	Operador-mantenedor de projetor cinematográfico
374305	Operador de projetor cinematográfico
374415	Finalizador de vídeo
374410	Finalizador de filmes
374420	Montador de filmes
374405	Editor de tv e vídeo
375105	Designer de interiores
375120	Decorador de eventos
375115	Visual merchandiser
375110	Designer de vitrines
376105	Dançarino tradicional
376110	Dançarino popular
376210	Artista aéreo
376205	Acrobata
376250	Titeriteiro
376245	Palhaço
376225	Domador de animais (circense)
376230	Equilibrista
376235	Mágico
376240	Malabarista
376215	Artista de circo (outros)

CBO 2002 - Família	Descrição
376220	Contorcionista
376255	Trapezista
376330	Mestre de cerimônias
376325	Apresentador de circo
376315	Apresentador de programas de rádio
376310	Apresentador de festas populares
376305	Apresentador de eventos
376320	Apresentador de programas de televisão
376405	Modelo artístico
376410	Modelo de modas
376415	Modelo publicitário
395110	Técnico de apoio em pesquisa e desenvolvimento agropecuário florestal
395105	Técnico de apoio em pesquisa e desenvolvimento (exceto agropecuário e florestal)
510130	Chefe de bar
510135	Maître
513205	Cozinheiro geral
513440	Barista
513420	Barman
513610	Pizzaiolo
513615	Sushiman
516130	Maquiador de caracterização
740110	Supervisor de fabricação de instrumentos musicais
741120	Relojoeiro (fabricação)
742135	Confeccionador de órgão
742130	Confeccionador de instrumentos de sopro (metal)
742125	Confeccionador de instrumentos de sopro (madeira)
742120	Confeccionador de instrumentos de percussão (pele, couro ou plástico)
742115	Confeccionador de instrumentos de corda
742110	Confeccionador de acordeão
742140	Confeccionador de piano
742105	Afinador de instrumentos musicais
751005	Engastador (joias)
751010	Joaileiro
751020	Lapidador (joias)

CBO 2002 - Família	Descrição
751110	Fundidor (joalheria e ourivesaria)
751130	Trefilador (joalheria e ourivesaria)
751125	Ourives
751120	Laminador de metais preciosos à mão
751115	Gravador (joalheria e ourivesaria)
752110	Moldador (vidros)
752105	Artesão modelador (vidros)
752115	Soprador de vidro
752120	Transformador de tubos de vidro
752230	Lapidador de vidros e cristais
752205	Aplicador serigráfico em vidros
752405	Decorador de cerâmica
752410	Decorador de vidro
752415	Decorador de vidro a pincel
752430	Pintor de cerâmica, a pincel
760605	Supervisor das artes gráficas (indústria editorial e gráfica)
761303	Tecelão (redes)
761306	Tecelão (rendas e bordados)
761315	Tecelão (tear mecânico de maquineta)
761318	Tecelão (tear mecânico de xadrez)
761324	Tecelão (tear mecânico, exceto jacquard)
761327	Tecelão de malhas, à máquina
761336	Tecelão de meias, à máquina
761339	Tecelão de meias (máquina circular)
761342	Tecelão de meias (máquina retílinea)
761345	Tecelão de tapetes, à máquina
761410	Estampador de tecido
763005	Alfaiate
763010	Costureira de peças sob encomenda
763310	Bordador, à máquina
765005	Confeccionador de artefatos de couro (exceto sapatos)
765105	Cortador de artefatos de couro (exceto roupas e calçados)
765215	Confeccionador de brinquedos de pano
766155	Programador visual gráfico

CBO 2002 - Família	Descrição
766150	Operador de processo de tratamento de imagem
766140	Gravador de matriz serigráfica
766135	Gravador de matriz calcográfica
766120	Editor de texto e imagem
768105	Tecelão (tear manual)
768130	Crocheteiro, à mão
768125	Chapeleiro (chapéus de palha)
768120	Rendeiro
768115	Tricoteiro, à mão
768110	Tecelão de tapetes, à mão
768205	Bordador, à mão
768210	Cerzidor
768315	Costurador de artefatos de couro, à mão (exceto roupas e calçados)
768320	Sapateiro (calçados sob medida)
768325	Seleiro
768305	Artífice do couro
768310	Cortador de calçados, à mão (exceto solas)
768605	Tipógrafo
768705	Gravador, à mão (encadernação)
768710	Restaurador de livros
770105	Mestre (indústria de madeira e mobiliário)
770110	Mestre carpinteiro
771120	Tanoeiro
771115	Maquetista na marcenaria
771110	Modelador de madeira
771105	Marceneiro
775105	Entalhador de madeira
775120	Marcheteiro
776420	Confeccionador de móveis de vime, juncos e bambu
776405	Cesteiro
791105	Artesão bordador
791110	Artesão ceramista
791115	Artesão com material reciclável
791120	Artesão confeccionador de biojoias e ecojoias

CBO 2002 - Família	Descrição
791125	Artesão do couro
791160	Artesão rendeiro
791135	Artesão moveleiro (exceto reciclado)
791140	Artesão tecelão
791145	Artesão trançador
791150	Artesão crocheteiro
791155	Artesão tricoteiro
791130	Artesão escultor
812105	Pirotécnico
833110	Confeccionador de bolsas, sacos e sacolas e papel, à máquina
840120	Chefe de confeitaria
841720	Trabalhador de fabricação de vinhos
841705	Alambiqueiro
841710	Filtrador de cerveja
841715	Fermentador
848110	Salgador de alimentos
848105	Defumador de carnes e pescados
848115	Salsicheiro (fabricação de linguiça, salsicha e produtos similares)
848210	Queijeiro na fabricação de laticínio
848215	Manteigueiro na fabricação de laticínio
848305	Padeiro
848310	Confeiteiro
848315	Masseiro (massas alimentícias)
848420	Degustador de vinhos ou licores
848415	Degustador de derivados de cacau
848405	Degustador de café
848410	Degustador de chá
915205	Restaurador de instrumentos musicais (exceto cordas arcadas)
915210	Reparador de instrumentos musicais
915215	Luthier (restauração de cordas arcadas)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOLFARINE, Heleno; BUSSAB, Wilton. Elementos de Amostragem. São Paulo: Edgard Blucher, 2005.
- BOP CONSULTING. Série Economia Criativa e Cultural do British Council. London, 2010.
- FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2014. Disponível online em: <http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-2014.pdf>
- FIRJAN. Indústria criativa: análise especial Minas Gerais. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016. Disponível online em: http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/analise_especial_mg_2016.pdf
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: <https://cnae.ibge.gov.br/>
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. Relatório do Plano Estadual da Economia Criativa em Minas Gerais [versão preliminar]. Belo Horizonte, 2018. Disponível online em: <http://www.fjp.mg.gov.br/index.php/docman/dectec-2018/787-13-04relatorio-finalversao-preliminar/file>
- FUNDAP. Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade. São Paulo: FUNDAP, 2011.
- MACHADO, Luís Alberto. Economia criativa: definições, impactos e desafios. Revista de Economia e Relações Internacionais. Faculdade de Economia da Fundação Armando Álvares Penteado, São Paulo. Vol.11, n.21, julho 2012.
- Ministério do Trabalho. Relação Anual de Informações Sociais – RAIS. Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>
- MOLLER, Gustavo (organizadores). Economia Criativa, Cultura e Políticas Públicas. Coleção CEGOV Capacidade Estatal e Democrata. Porto Alegre, 2016.
- OLIVEIRA, João Maria de. ARAUJO, Bruno Cézar; SILVA, Leandro Valério. Panorama da Economia Criativa no Brasil. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.- Brasília: Rio de Janeiro: Ipea, 1990 VALIATI, Leandro.
- Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento. - Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 2012. 424 p. disponível em http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf. acessado em maio de 2018.
- STARLING, Mônica Barros de Lima; OLIVEIRA, Marta Procópio; QUADROS FILHO, Nelson Antônio (Organizadores). Economia criativa: um conceito em discussão. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2012.

FICHA TÉCNICA

O RADAR DA ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS É UMA PUBLICAÇÃO DO OBSERVATÓRIO **P7 CRIATIVO**, FORMADO PELAS ÁREAS DE INTELIGÊNCIA E PESQUISA DAS ENTIDADES FUNDADORAS E PELA EQUIPE TÉCNICA DO P7 CRIATIVO. O OBSERVATÓRIO É UM NÚCLEO DE ESTUDO E PESQUISA PERMANENTE, DEDICADO À GERAÇÃO DE DADOS E À PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE A ECONOMIA CRIATIVA EM MINAS GERAIS.

ASSOCIAÇÃO P7 CRIATIVO

Fundadores

Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais, Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais, Fundação João Pinheiro e Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

Presidente Executivo

Leonardo Pontes Guerra

Superintendente Executiva

Fernanda Machado

Equipe Técnica

Edinea Arcanjo Hosken
João Batista de Castro Júnior
Márcia Andrade Carmo
Manoel Castello Branco
Regina Vieira de Faria Ferreira

SEBRAE MINAS

Presidente do Conselho Deliberativo
Teodomiro Diniz

FIEMG

Presidente do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
Flávio Roscoe Nogueira

Superintendente Regional do Instituto Euvaldo Lodi - Núcleo Regional Minas Gerais
Gustavo Henrique Penno Macena

Gerência de Inteligência Competitiva
Gabriela Ferreira Franco – Gerente

Equipe Técnica

Davi Varella da Cruz Baptista
Iara Sibele Silva
Lucas Araujo Bassalo de Siqueira
Miriam Pedroza Ferreira
Nayara Fernanda Silva Custodio
Raquel Andrade de Almeida Cunha
Renata de Melo Lyrio
Juliana Maciel Cordeiro – Bolsista

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

Presidente
Roberto do Nascimento Rodrigues

Diretor de Cultura, Turismo e Economia Criativa
Bernardo Novais da Mata Machado

EQUIPE DE PESQUISADORES EM ECONOMIA CRIATIVA

Cláudio Burian Wanderley
Felipe Diniz Leroy
Juliana Minardi de Oliveira
Marta Procópio de Oliveira
Mônica Barros de Lima Starling
Paola Rettore
Rôtila Maria Soares Gazzinelli Cruz
Selma Carvalho

CODEMGE

Diretor-Presidente
Marco Antônio Soares da Cunha Castello Branco





www.p7criativo.com.br