

A GEOGRAFIA DAS OCUPAÇÕES CRIATIVAS NO BRASIL: UM QUADRO DAS POTENCIALIDADES BRASILEIRAS

THE GEOGRAPHY OF CREATIVE OCCUPATIONS IN BRAZIL: A PICTURE OF BRAZILIAN POTENTIALITIES

LA GEOGRAFÍA DE LAS OCUPACIONES CREATIVAS EN BRASIL: UN PANORAMA DE LAS POTENCIALIDADES BRASILEÑAS

Giovana Mendes de Oliveira¹

Ojana Vitoria Barcelos²

Beier Rehbein³

Michel da Silva Knuth⁴

Resumo

Este artigo discute a economia criativa como uma nova face da nova economia estabelecida na sociedade. O conceito de economia criativa ainda está em discussão, mas aqui definimos como todas as atividades que envolvem criatividade artística, contudo, é visto como uma opção de desenvolvimento para os países e cidades, se fazendo necessária a criatividade que pode ser chamada de alicerce, assim como a inovação e o planejamento para formar a nova economia e obter a geração de lucros. As cidades criativas identificam a criatividade como fator estratégico para o desenvolvimento urbano e sustentável. O objetivo geral do trabalho é analisar a ocupações classificadas como potencialmente criativas e sua geografia, no Brasil, em 2019, último ano antes da pandemia. Além disso, são objetivos específicos: traçar um perfil dos profissionais criativos e a localização no Brasil dos profissionais que atuam nestas ocupações. Foram utilizados dados estatísticos oficiais para fazer as análises e organizar quadros e mapas. Como resultado temos um perfil destes profissionais e a localização destes empregos que estão concentradas nos estados do sul e sudeste.

Palavras-Chave: Economia criativa; Desenvolvimento; Inovação.

¹ Professora associada e do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e-mail: geoliveira.ufpel@gmail.com.

² Graduanda em Geografia pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e-mail: ohanavitoria8@gmail.com.

³ Graduanda em Geografia pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e-mail: beierelenara@gmail.com.

⁴ Graduando em Geografia pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e-mail: alemaoknuth@yahoo.com.br.

Abstract

This article discusses the creative economy as a new face of the new economy established in society. The concept of creative economy is still under discussion, but here we define it as all activities that involve artistic creativity, however, it is seen as a development option for countries and cities, requiring creativity that can be called the foundation, as well as innovation and planning to form the new economy and obtain the generation of profits. Creative cities identify creativity as a strategic factor for urban and sustainable development. The general objective of the work is to analyze the occupations classified as potentially creative and their geography, in Brazil, in 2019, the last year before the pandemic. In addition, specific objectives are: to profile creative professionals and the location in Brazil of professionals working in these occupations. Official statistical data was used to do the analysis and organize tables and maps. As a result we have a profile of these professionals and the location of these jobs, which are concentrated in the southern and southeastern states.

Keywords: Creative Economy; Development; Innovation.

Resumen

Este artículo analiza la economía creativa como una nueva cara de la nueva economía establecida en la sociedad. El concepto de economía creativa sigue siendo objeto de debate, pero aquí se define como todas las actividades que implican creatividad artística; sin embargo, se considera una opción de desarrollo para países y ciudades, en la que la creatividad, que puede denominarse la base, así como la innovación y la planificación, son necesarias para formar la nueva economía y obtener generación de beneficios. Las ciudades creativas identifican la creatividad como factor estratégico para el desarrollo urbano y sostenible. El objetivo general del trabajo es analizar las ocupaciones clasificadas como potencialmente creativas y su geografía, en Brasil, en 2019, último año antes de la pandemia. Además, los objetivos específicos son: trazar un perfil de los profesionales creativos y la localización en Brasil de los profesionales que trabajan en estas ocupaciones. Se utilizaron datos estadísticos oficiales para realizar el análisis y organizar tablas y mapas. Como resultado tenemos un perfil de estos profesionales y la localización de estos puestos de trabajo que se concentran en los estados del sur y sureste.

Palabras Clave: Economía Creativa; Desarrollo; Innovación.

INTRODUÇÃO

A discussão da cultura vem tomando o debate da geografia a alguns anos, escritos importantes de vários teóricos brasileiros e internacionais como Zeni Rosendahl e Roberto, Lobato, Paul Claval tem avançado na relação espaço cultura.

Mais recentemente, a cultura tem sido discutida dentro da geografia econômica, a partir da economia criativa. Como todos estudos que iniciam e trazem ou renovam suas abordagens a economia criativa se tornou um termo com muitos significados, isto porque ela aborda muitos setores, trabalha com a subjetividade. Mas ainda que a delimitação destas atividades dificulta as análises é verdadeiro que a economia criativa tem sido considerada uma importante atividade na nova economia, não só porque ela é carregada em inovação, mas porque ela auxilia na criação de uma atmosfera inovadora, atraindo talentos.

A Unesco tem dado grande visibilidade para a economia criativa, criando a rede de cidades criativas, pois elas são elementos importantes na economia. Segundo esta entidade, em 2019, as profissões que compõe a economia criativa correspondiam a 3,1 do PIB mundial e 6% do emprego mundial. No mundo existem 246 cidades que fazem parte da rede criada pela - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura-UNESCO, para agregar cidades criativas. No Brasil fazem parte desta rede Salvador focada na música; Santos ao cinema; Curitiba, Fortaleza e Brasília ligadas ao design; João Pessoa ao artesanato; Belém, Paraty, Florianópolis, Belo Horizonte a gastronomia.

Em 2019 a assembleia das Nação Unidas declarou o ano de 2021 como Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável, reconhecendo que a economia criativa fomenta e economia “promovendo a patrimônio cultural e diversidade, além de aumentar a participação dos países desenvolvendo na dinâmica novas oportunidades para o crescimento do comércio mundo e fazê-los se beneficiar mais deles”. (2019, p.1). Em 2011, preocupados com esta questão criativa, o Brasil estabeleceu um Plano Nacional para Economia Criativa, buscando promover estas economias. Para do Oliveira; Araújo e Silva (2013) em 2010, ela representava entre 1,2% e 2% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e aproximadamente 2,5% da massa salarial formal. Ainda que tímida, não pode ser ignorada porque existe atenção para estas atividades dentro da nova economia e pode representar alternativa para incorporação de uma massa deste grupo de atividades que opera de forma informal.

O que pode se notar é existe um interesse em divulgação da economia criativa tanto na escala mundial como no Brasil. O que suscitam reflexões sobre a geografia da economia criativa, será que estas ocupações criativas estão concentradas como

as atividades de TI já pontados por Oliveira (2021)? Existe municípios brasileiros que têm potencial para desenvolvimento de determinados tipos de profissões criativas? Qual o perfil dos profissionais criativos?

Na busca pela reflexão sobre estas questões nasce este estudo com o objetivo de analisar a ocupações classificadas como potencialmente criativas e sua geografia, no Brasil, em 2019, último ano antes da pandemia. Além disso, são objetivos específicos: traçar um perfil dos profissionais criativos e a localização no Brasil dos profissionais que atuam nestas ocupações.

METODOLOGIA

Essa pesquisa centra-se na análise de dados de bancos oriundos do Ministério do Trabalho e Previdência, do Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho (PDET), utilizando-se de dados totais vínculos ativos ligados a economia criativa. Este banco de dados é resultado das informações coletadas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2019), que é um formulário entregue anualmente por todas as empresas formais ao Governo Federal. Ele tem abrangência nacional, mas tem certa fragilidade devido aos dados serem depositados pelas próprias empresas permitindo inconsistências. Contudo, em um país com dimensões continentais como o Brasil, este banco de dados é importante para se discutir a realidade brasileira.

Para pesquisa foram escolhidos os dados de ocupações criativas da Classificação Nacional de Atividades Econômicas, CBO 2002, utilizando-se dos dados das famílias ocupacionais. As atividades criativas foram baseadas na literatura analisada, em especial documentos UNCTAD de 2010. As atividades para esta pesquisa são as seguintes: expressões culturais tradicionais, artes cênicas, audiovisuais, serviços criativos, design, editora e mídia impressa, artes visuais, sites culturais (Quadro 1).

Quadro 1 – Atividades Criativas

SEÇÃO CRIATIVA	CÓDIGO E PROFISSÕES CRIATIVAS CBO 2.0
Expressões culturais tradicionais	3761 - Dançarinos Tradicionais E Populares
	7682 - Trabalhadores Artesanais da Confecção de Peças e Tecidos
	7911 - Artesãos

	9152 - Restauradores de Instrumentos Musicais
	7511 - Artesãos de metais preciosos e semipreciosos
Artes Cênicas	2619-Assistentes de Direção (Tv) e Continuístas
	2621-Produtores Artísticos e Culturais
	2623-Cenógrafos
	2625-Atores
	2626-Músicos Compositores, Arranjadores, Regentes e Musicólogos
	2627-Músicos Intérpretes
	2628-Coreógrafos e Bailarinos
	3762-Palhaço, Acrobatas e Afins
	9151-Técnicos em Manutenção e Reparação de Instrumentos de Medição e Precisão
	3731-Técnicos de Operação de Registos Sonoro/Audiovisuais
	3742-Técnicos em Cenografia
	7421-Confeccionadores de Instrumentos Musicais
	3763-Apresentadores de Eventos, Programas e Espetáculos
	2617-Locutores, Comentaristas e Repórteres de Mídias Audiovisuais
	2622-Diretores de Espetáculos e Afins
	3732-Supervisores Operacionais e Técnicos em Mídias Audiovisuais
	3741-Técnico de Operação de Aparelhos de Sonorização
	3743-Técnico em Operação de Aparelhos de Projeção
Serviços Criativos	2711-Chefes de Cozinha e Afins
	3188-Desenhistas Projetistas e Modelistas de Produtos e Serviços Diversos
	2141-Arquitetos
	2531-Profissionais de Relações Públicas, Publicidade, Mercado e Negócios
Design	2629-Designer de Interiores de Nível Superior
	3751-Designers de Interiores, de Vitrines E Visual Merchandiser e Afins (Nível Médio)
	7510-Joalheiros e Lapidadores de Gemas
	2624-Desenhistas Profissionais e Designer, Escultores, Pintores e Afins
	2615-Profissionais da Escrita

Editoras e mídia impressa	7687-Encadernadores e Recuperadores de Livros
	3713-Técnicos em Artes Gráficas
	7606-Suervisores em Artes Gráficas
	2616-Especialista em Editoração
Artes Visuais	7523-Ceramistas (Preparação E Fabricação)
	2618-Fotógrafos Profissionais
Culturais Sites	2613-Arquivistas e Museólogos
	3712-Técnico de Museologia e Afins

Fonte: Rais/MTE. Elaboração dos autores, 2022

Para definir o perfil destes profissionais foram selecionados os indicadores: escolaridade, a remuneração, sexo, idade, tamanho das empresas. No indicador salário trabalhamos com salário mínimo médio no ano de 2019, e não foram contabilizadas as ocupações que não tiveram suas remunerações classificadas, no total de 23.104 remunerações. Devido a isto o número total no indicador ficou em 395.666.

Para discussão da localização das atividades utilizamos os níveis geográficos unidades da federação e municípios. Foram produzidos 2 mapas sobre a localização dos profissionais da economia criativa no país: o primeiro diz respeito à distribuição desses trabalhadores por Unidades da Federação. O segundo mapa demonstra em quais municípios do Brasil estão localizados os profissionais da economia criativa.

REFLEXÕES SOBRE ECONOMIA CRIATIVA

A capacidade de gerar novas ideias, produtos e serviços tem sido identificada como uma fonte chave de vantagem competitiva para empresas e regiões na economia global, caracterizando a nova economia. O capitalismo entrou em um novo estágio em que “o conhecimento é o mais recurso importante e aprender o mais importante processo” (Lundvall, 1994). Um ponto chave a ser observado é que a importância do conhecimento e da aprendizagem não se limita para um novo conjunto de indústrias avançadas e de alta tecnologia como software ou biotecnologia, o conhecimento é desenvolvido e aplicado em todos os setores. O conhecimento pode ser definido como uma estrutura ou estrutura na qual as informações são

armazenadas, processadas e compreendidas. Existir estoques de conhecimento moldam como as pessoas respondem eventos e desenvolvimentos particulares, um processo que gera novos conhecimentos, aprimorando ou transformando entendimentos anteriores.

O setor de serviços tem ganhado força neste cenário de valorização da informação da aprendizagem e conhecimento, o aumento da demanda do consumidor, o aumento da demanda empresarial por serviços especializados e a presença da tecnologia da informação e comunicação incentivou o crescimento da maioria dos tipos de serviços.

Entre estes serviços desponta a economia criativa, ela tem sido caracterizada como inovadoras, flexíveis e criativas. Ela está ligada a criatividade artística utilizando-se de conhecimento simbólico, buscando captar a cultura, seja por sons, textos, imagens e artefatos e devolvendo esta leitura para sociedade com acabamento estético. Scott (1997, 2004) considera que o que denominamos de economia criativa é um conjunto bem diversos de atividades, contudo todos estão preocupados com a geração de conteúdo estético, semiótico e o consumo desses produtos está ligado a renda disponível. Para o autor ela funciona pelo menos em parte como ornamentos pessoais, modos de exibição social, objetos estetizados, formas de entretenimento e distração, cuja recompensa psíquica para o consumidor é alta em relação ao propósito utilitário.

A economia criativa está sendo reestruturadas pelo disseminação de novas tecnologias, oportunizando muita inovação, podemos citar o caso do uso das plataformas digitais que revoluciona as possibilidade criativas das atividades, Gibson e Kong (2005), por outro lado a facilidade com que os arquivos digitais podem ser baixado da Internet e trocado entre usuários tem profundas implicações para as indústrias como música e cinema, ameaçando formas estabelecidas de organização com a pirataria, ambas situações tem levado a busca de inovações na economia criativa .

No Brasil, quando analisamos o valor adicionado, a maior parte das atividades ligadas a economia criativa está enquadrada no item serviço prestado principalmente às famílias, pertencendo ao setor terciário, evidenciando que esta atividade é para ser consumida pela população. Para seu sucesso elas estão cada vez mais estão carregadas de inovações com base em pesquisas e P&D, como aponta Garcia (2016),

mas sobretudo são empreendedores com diferentes graus de inovação, como eventos de rua.

Cabe aqui dizer que o encontro da cultura com a economia não é tranquilo, se tornando passível de críticas. O simbolismo das artes direcionada para o mercado pode conduzir para o que Dupas (2001) denominou como sociedade espetáculo, na qual mercado toma conta da cena e o parecer ter se torna o mais importante. Mas também a economia criativa pode servir para geração de emprego e renda para uma grande parcela da população no setor artístico que trabalha no mercado informal, iluminar talentos que estão escondidos nas periferias das cidades.

A TENDÊNCIA LOCACIONAL DAS ATIVIDADES DA NOVA ECONOMIA

A chegada das novas tecnologias e as possibilidades de flexibilização de tempos e espaços permitiu imaginar que esta flexibilização poderia relativizar a importância dos territórios. Mas não foi isto que aconteceu, as cidades com grandes aglomerações urbanas atraem para si externalidades que favorecem as atividades da nova economia, (Ferrão, 2002). A força econômica das cidades, ao favorecerem a proximidade porque tecnologia, informação e conhecimento estão disponíveis. (Storper, 2005). Elas também apresentam mais flexibilidade para organizar o território para o uso das corporações e dos atores em prol da inovação (Castells; Hall, 2001).

Florida (2011) em seus estudos sobre Classe criativa aponta que as cidades que abrigam talento, tecnologia e tolerância (os três Ts), abrigam mais pessoas criativas, gerando mais competitividade. E ainda que os três Ts sejam o mais importante, a verdade é que grande parte destes lugares que abrigam os três Ts, são grandes cidades e suas regiões metropolitanas.

A inovação parece convergir em aglomerações que existam universidades, centros de pesquisas, onde conhecimentos tácitos codificados estão disponíveis, ainda que o primeiro precise muito mais da proximidade das aglomerações do que o segundo. (Ramella, 2020). E estas condições podem aparecer em diversos pontos do globo, mas os grandes centros tem sido os ganhadores.

E quando a inovação acontece a partir da criatividade artística, os conhecimentos tácitos e a proximidades recrudescem, e as grandes cidades tornam-se mais receptoras destas atividades econômicas. O que denota que a geografia é uma questão importante nas análises, pois demanda organização territorial, pois estas

grandes cidades, estas aglomerações, tendem aumentar dado a intensidade dos processos inovadores, desta forma é necessária a preocupação com os territórios ganhadores e com os perdedores, é necessário pensar em coesão territorial.

A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

As ocupações de economia criativa no Brasil estão ligadas a serviços prestados às famílias como já foi apontado, contando com 418.770 profissionais no ano de 2019. Elas estão especialmente na faixa de serviços de atividades culturais, recreativas e esportivas. Esta faixa obteve cerca de 1% do valor adicionado bruto brasileiro em 2019.

O grupo selecionado como fazendo parte da economia criativa é composto de 40 ocupações, sendo que as de Relações Públicas, Publicidade, Mercado e Negócios é a que mais abriga profissionais (13%), seguida de Desenhistas Industriais (designers), Escultores, Pintores e afins (12%), Ceramistas (10%) e Chefes de Cozinhas (7%). Entre as ocupações com menos profissionais (menos de 0,5%), estão: Atores, Palhaços, Acrobatas e afins, Dançarinos Tradicionais, Diretores de Espetáculos, Restauradores e Confeccionadores de Instrumentos Musicais. A idade desses profissionais está na sua maioria entre jovens de 18 e 29 anos. Na faixa etária de 10 a 17 anos, os atores se destacam com 15,3% de trabalhadores, em segundo lugar os Músicos Intérpretes com 10,1% e em seguida os Desenhistas, Projetistas e Modistas de produtos e serviços diversos com 9,5%.

Quadro 2 – Idade das ocupações criativas

IDADE	OCUPAÇÕES	%
10-17 anos	1.269	0,30%
18-29 anos	148.476	35,46%
30-49 anos	217.376	51,90%
50 ou mais	51.649	12,34%
Total	418.770	100%

Fonte: Rais, 2019. Elaboração dos autores.

Entre os trabalhadores maiores de 50 anos encontramos grande número nos ceramistas (preparação e fabricação) com 11,3%, logo os chefes de cozinha e afins com 11,1% e em terceiro lugar os locutores, comentaristas e repórteres de rádio e televisão com 8,9% do total de profissionais criativos mais experientes.

Quadro 3 – Profissionais segundo tamanho das empresas que estão empregados

EMPRESAS	OCUPAÇÕES	%
Microempresa	101.364	24,19%
Pequena empresa	125.521	29,98%
Média empresa	41.088	9,82%
Grande empresa	150.797	36,01%
Total	418.770	100,00%

Fonte: Rais, 2019. Elaboração dos autores.

O tamanho das empresas foi considerado conforme o Sebrae, no qual o tamanho está relacionado com a quantidade de funcionários. Temos então classificado como: microempresas quando possuir até 09 funcionários, pequena empresa quando possuir de 10 a 49 funcionários; média empresa de 50 a 99 funcionários e grande empresa com 100 ou mais funcionários. O quadro 2 apresenta a situação dos profissionais criativos nesta situação e revela que na sua maioria nas grandes empresas, 150.797 pessoas estão nestes locais, seguida de pequenas empresas com 125.521 funcionários. Dada a quantidade de grandes empresas que abrigam estes profissionais criativos, é importante verificar que empresas são estas, situação impossível de se obter neste estudo devido a limitação da metodologia. Entretanto, analisando os dados percebemos que as profissões que se concentram mais em grandes empresas são: especialistas em editoração, profissionais da escrita, produtores de espetáculos diretores de espetáculos e afins, músicos compositores, arranjadores, regentes e musicólogos, músicos intérpretes.

Analisando os dados sobre o sexo dos trabalhadores, 62,42% dos trabalhadores são do sexo masculino e 37,58% do sexo feminino. Notamos que mesmo com a predominância do sexo masculino, o sexo feminino maioria expressiva

em algumas atividades, como Arquitetos (59%), Coreógrafos e Bailarinos (66%), Desenhistas, Projetistas e Modelistas de produtos e serviços diversos (60%), Trabalhadores Artesanais da Confecção Peças e Tecidos (89 %).

Os dados de Escolaridade revelam que a escolaridade dos profissionais criativos é de Ensino Médio Completo (41%) e para o Superior completo com 37,10%, como podemos observar no quadro 3. Em algumas áreas temos um índice maior de analfabetos entre os Ceramistas (preparação e fabricação) 45% destes trabalhadores encontram-se nesta condição.

Quadro 4 – Escolaridade dos Profissionais Criativos

ESCOLARIDADE	OCUPAÇÕES	%
Analfabeto	769	0,18
Fundamental Incompleto	19.403	4,63
Fundamental Completo	20.286	4,84
Médio Incompleto	18.106	4,32
Médio Completo	175.461	41,90
Superior Incompleto	29.431	7,03
Superior Completo	155.314	37,10
Total	418.770	100,00

Fonte: Rais, 2019. Elaboração dos autores.

A condição salarial foi analisada a partir do salário mínimo médio, conforme quadro 4. Os trabalhadores ganharam em 2019, na sua maioria, de 1 a 2 salários mínimos, ficando entre 998 a 1.996 reais. O salário é modesto para maioria das ocupações, algumas atividades se destacam por maiores salários: Arquitetos e Atores. Na relação entre homens e mulheres não se verificou diferenças significativas de salário, contudo, entre as atividades que abrigam mais profissionais que ganham entorno de meio salário mínimo está a de Coreógrafos e Bailarinos, atividade que abriga maior parte de profissionais do sexo feminino. Mas, por outro lado, a atividade

de arquitetos, concentra grande parte de profissionais femininos e tem destaque por altos salários.

Quadro 5 – Remuneração Média em Salário Mínimos

FAIXA DE SALÁRIOS	OCUPAÇÕES	%
Até 1 SM	22.735	5,4
1 a 2 SM	164.390	39,3
2,01 a 3,00	78.258	18,7
3,01 a 4,00	41.242	9,8
4,01 a 5,00	23.590	5,6
5,01 a 7,00	26.406	6,3
7,01 a 10,00	19.843	4,7
Mais de 10 SM	19.202	4,6
{ñ class}	23.104	5,5
Total	418.770	100,0

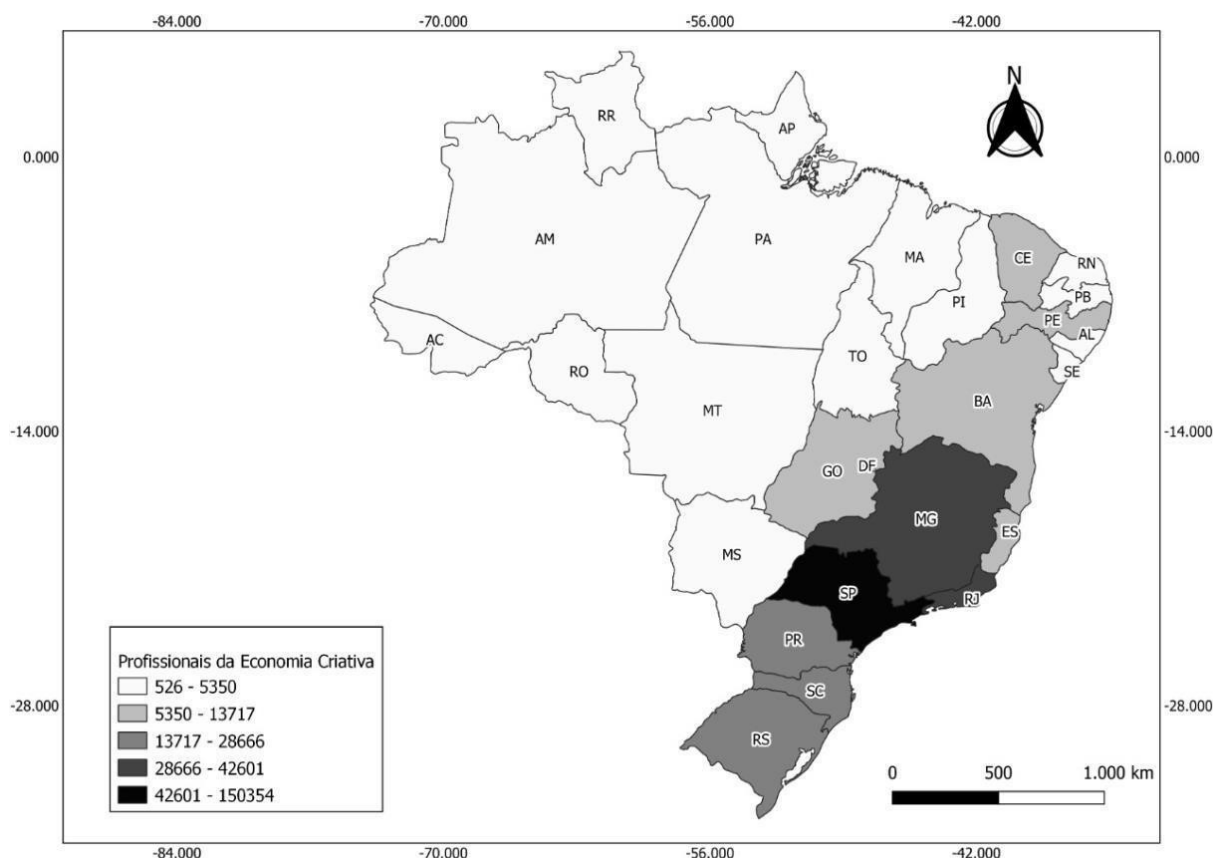
Fonte: Rais, 2019. Elaboração dos autores.

A LOCALIZAÇÃO DAS OCUPAÇÕES CRIATIVAS

Para entendimento da localização das empresas criativas iniciamos a análise pelas unidades da federação, conforme aponta mapa1. E verificamos que a maioria dos profissionais da economia criativa está concentrada na região sul e sudeste do Brasil. O estado de São Paulo (36%), é o que mais concentra esses trabalhadores, seguido dos estados do Rio de Janeiro (10%) e Minas Gerais (8%). A região sul com seus três estados Santa Catarina(7%) e Rio Grande do Sul (7%) e Paraná (6%), também tem certo destaque. Reunidos estas Unidades da federação abrigam 74% dos profissionais criativos do Brasil, em 2019. Esta primeira análise já evidencia uma falta de homogeneidade na distribuição dos profissionais, os empregos ficam concentrados em uma parte do país, restringindo a alguns estados a possibilidade de desenvolvimento no setor criativo. Chama a atenção a falta de empregos formais

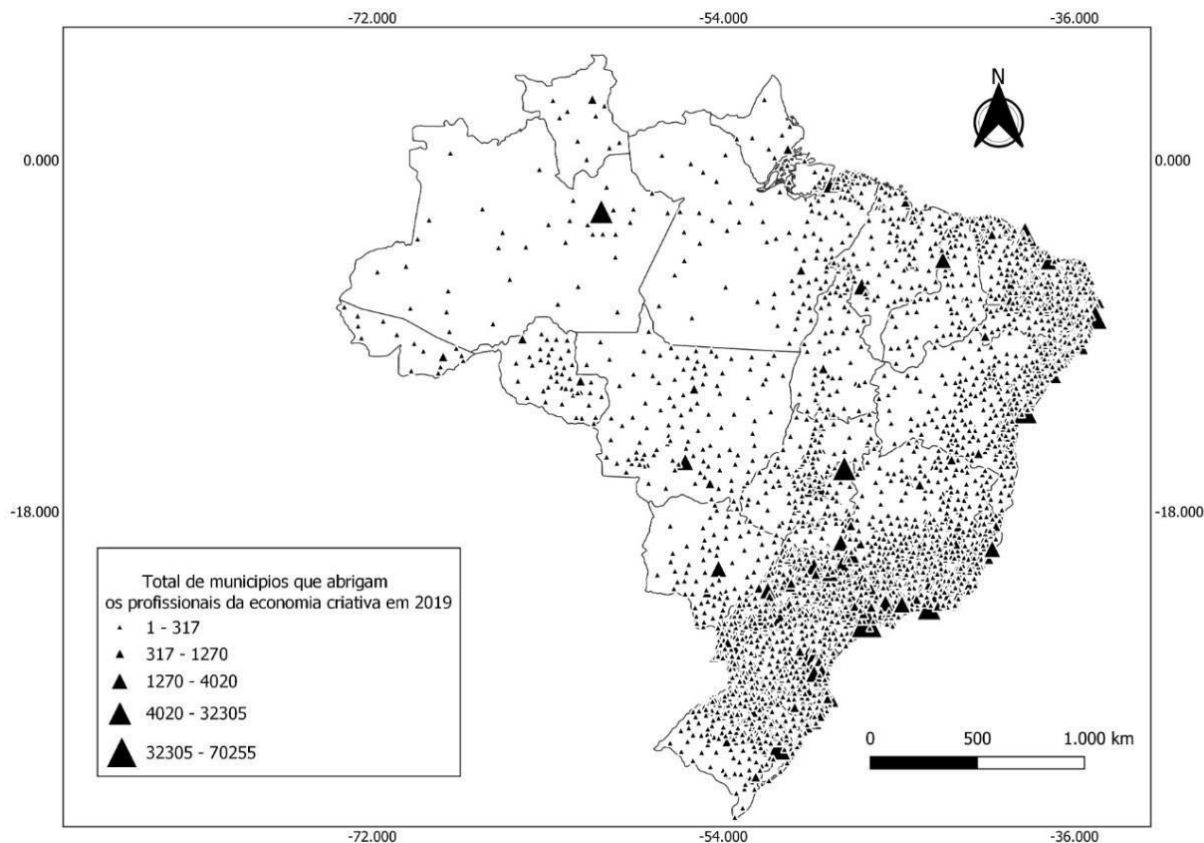
criativos no norte do país, dada a grande diversidade de povos que lá existem que tem um potencial cultural importante que poderia ser melhor aproveitado pela economia criativa.

Mapa 1 – Profissionais da economia criativa por unidades da federação



Analisando a distribuição da economia criativa a partir dos municípios brasileiros, verificamos que a economia criativa existe em vários pontos do país, contudo, alguns municípios se destacam, e este são especialmente as capitais brasileiras. O mapa 02 revela esta localização, temos 102 municípios brasileiros que representam mais de 70% dos empregos formais da economia criativa no país. A grande maioria deles se encontra na capital paulistana, com mais de 70 mil trabalhadores. Das 40 ocupações criativas, 28 tem maior prevalência em São Paulo. O outro município que se destaca é Rio de Janeiro, 7 das ocupações se concentram lá, chamando a atenção para os atores, que se concentram em Rio de Janeiro (59%) e Duque de Caxias (6,78%). No mesmo segmento, o Rio de Janeiro também tem destaque para Diretores de espetáculos (25%) e coreógrafos e bailarinos (10%).

Mapa 2 – Distribuição dos empregos ligados a economia criativa no Brasil



No ramo de joias, temos uma localização que foge um pouco dos grandes centros. Os Artesãos de Metais Preciosos e Semipreciosos se localizam em Recife-PE (24%), Limiera - SP (11%), Fortaleza - CE (6%), Cajamar-SP (4%). E os Joalheiros e lapidadores de Gemas em Agudos-SP (31%), Juiz de Fora - MG, Guaporé-RS (6%), Cesário Lange - SP (6%), Putinga - RS (2%). Cabe destacar os Ceramistas (preparação e fabricação), pois são a ocupação que também foge dos grandes centros.

Os dados apresentados sobre a localização das ocupações da economia criativa no Brasil colaboram com o que foi apresentado na literatura, indicando que as atividades ligadas a nova economia se encontram concentradas nos grandes centros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo buscou situar uma atividade da nova economia, a economia criativa, considerada uma atividade que está ligada ao simbólico, envolvendo a criatividade artística. Os profissionais da economia criativa 418.770 profissionais no ano de 2019 e são responsáveis por cerca de 1% do Valor Adicionado Bruto do Brasil. O que mostra que eles participam de forma modesta da economia brasileira, contudo deve se destacar que estas profissões estão muito ligadas ao setor informal, e esta pesquisa iluminou apenas uma parcela destas populações.

As profissões que mais tem pessoas em empregos formais são ocupações que podem claramente desenvolver nichos de mercado, como é o caso dos Chefes de Cozinha ou serem suporte para outros negócios como Relações Públicas, Publicidade, Mercado e Negócios, o que revela um potencial brasileiro.

Os profissionais criativos são jovens, mas tem escolaridade média. O que necessariamente não é um problema, uma vez que estas profissões requerem habilidades que nem sempre são encontradas em cursos de graduação e pós-graduação. Contudo, a presença de profissionais analfabetos neste conjunto, é um dado preocupante em uma atividade que ambicione por ser competitividade dentro da nova economia. A análise da estrutura sexual e salarial revelam uma superioridade masculina, mas que ganham de forma modesta, até 2 salários mínimos. Mas é importante destacar que as mulheres estão presentes com mais intensidade tanto nos postos com maiores salários, como na condição de arquitetas, como entre menores salários, como Coreógrafos e Bailarinas. As políticas públicas devem ser pensadas para incluir mulheres e homens com melhores salários. Sobre o tamanho das empresas, verifica-se que os profissionais da economia criativa estão em trabalhando em empresas com mais de 100 empregados, fato interessante, pois poderia se esperar que estes profissionais pudessem ter pequenos empreendimentos. Novamente os limites da metodologia adotada neste trabalho impedem de prosseguir nas análises de quem são estas empresas.

A economia criativa está concentrada em São Paulo e na capital Paulistana, e em poucos municípios brasileiros, que também são capitais. Em realidade, São Paulo e Rio de Janeiro parecem ser as grandes absorvedoras das atividades criativas, e logo após temos Belo Horizonte e as capitais da região Sul, Porto Alegre, Paraná e Florianópolis. Norte, Nordeste, mesmo com grande tradição nas artes e cultura no país surpreende por não concentrarem atividades criativas, situação que pode ser

revertida em estudos abarcando as atividades informais. Estes dados da concentração geográfica das ocupações criativas são preocupantes, entra em consonância com o que aponta a literatura e com estudos realizados no Brasil sobre a indústria inovadora e sobre as atividades de Tecnologias da Informação. E tanto quanto países europeus devemos nos preocupar com a falta de coesão territorial, precisamos analisar esta situação e propor alternativas para que não sejam construirmos abismos entre espaço luminosos e opacos.

A análise realizada na localização da economia criativa revela que apesar das atividades criativas estarem muito concentradas nas capitais, algumas atividades estão mais dispersas, como os Artesãos de Metais Preciosos e Semipreciosos, os Joalheiros e lapidadores de Gemas e os Ceramistas (preparação e fabricação). Isto indica possibilidades de desenvolvimento nas artes visuais ou no design, mas com equidade para o país, para que possamos fugir da injustiça espacial, onde apenas capitais, e mais especificamente o eixo São Paulo-Rio de Janeiro seja o ganhador das ocupações criativas brasileiras.

O Brasil nem bem entrou na nova economia e já sofre por antecipação de seus efeitos negativos, se vamos avançar, comecemos em bloco, avançando na inovação, mas com justiça espacial, para termos justiça social.

REFERÊNCIAS

ASSEMBLEIA GERAL DA NAÇÕES UNIDAS. **Resolução da 74ª Assembleia das Nações Unidas**. Nova York, 8 novembro de 2019. A/C.2/74/L.16/Rev.1. Disponível em <https://documents-ddsny.un.org/doc/UNDOC/LTD/N19/359/41/pdf/N1935941.pdf?OpenElement> Acesso em 13 mar 2022.

CASTELLS, Manuel; HALL Peter. **Tecnópolis del Mundo**: La formación de los complejos industriales del siglo XXI. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

DINIZ, Clélio. “Desenvolvimento poligonal no Brasil”. **Nova Economia**, v. 3, n. 1, 1993. Disponível: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=20292. Acesso em 26 jun 2021.

DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade de informação**. De como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso. São Paulo Editora da UNESP, 2001.

FERRÃO, João. Inovar para desenvolver: o conceito de gestão de trajetórias territoriais de inovação. **INTERAÇÕES. Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. v. 3, n. 4, p. 17-26, março, 2002.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre, Rs: L&M, 2011.

GARCIA, Sandro Ruduit. Economia criativa e inovação pequenas empresas em Porto Alegre. **Políticas Culturais em Revista**., Salvador, v. 9, n. 2, p. 416-436, jun/dez, 2016. Disponível em <https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/17565/14240> Acesso 15 set 2021.

GIBSON, C. and KONG, L. Cultural economy: a critical review. **Progress in Human Geography**, n. 29, p 451–61, 2005.

MADEIRA, P. M.; VALE, M. Desigualdade e espaço no capitalismo contemporâneo: uma questão de (in)justiça territorial? **Geosp** – Espaço e Tempo, v. 19, n. 2, p.196211, ago. 2015. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/102771> Acesso em 15 dez 2020.

OLIVEIRA, Giovana. M. Nova Economia e território: um estudo das tecnologias da informação. **Sociedade & Natureza**, v. 33, p. 1-12, 2021. Disponível <https://seer.ufu.br/index.php/sociedadennatureza/article/view/56230> Acesso em 09 jun 2022.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de, SILVA, Leandro Valério Panorama da economia criativa no brasil In: **Texto para discussão** / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Brasília. Rio de Janeiro : Ipea , 2013.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO). **Informe Mundial: Repensar las políticas para la creatividad**. UNESCO, 2022. Disponível_ <https://es.unesco.org/creativity/publications/2022-informe-mundial-repensar-las-politicaspara-creatividad> Acesso em: 20 de jun 2022.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO). **Creative Cities Network**: sustainable development. UNESCO, 2022 (a) Disponível_ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375210>. Acesso em 01 jul 2022.

RAMELLA, Francesco. **Sociologia da inovação econômica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

SCOTT, Allen J. The Cultural Economy of Cities. **International Journal of Urban and Regional Research**. v. 21, n. 2, p. 323-339, jun, 1997. Disponível: <https://www.researchgate.net/publication/4910368> The Cultural Economy of Cities Acesso 15 de abr de 2020.

SCOTT, Allen J. Cultural-products industries and urban economic development: Prospects for Growth and Market Contestation in global context. **Urban Affairs Review**, v. 39, n. 4, p. 461-490, march, 2004. Disponível: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1078087403261256>. Acesso em 01 jan 2020.

STORPER, Michael, VENABLES, Antony. O Burburinho: a força económica da cidade. In: CAMPOLINA, D; Mauro B. L;(Org.) **Economia e Território**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2005.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VALE, Mario. Conhecimento, Inovação e Território. Lisboa: **Finisterra**, 2009. Disponível: <https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/1364> Acesso em 22 ago 2020.