



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA
MESTRADO EM ECONOMIA

JACKSON BRAGA DOS SANTOS

ESPECIALIZAÇÕES SETORIAIS NA INDÚSTRIA CRIATIVA
NORDESTINA

CARUARU
2013

JACKSON BRAGA DOS SANTOS

ESPECIALIZAÇÕES SETORIAIS NA INDÚSTRIA CRIATIVA
NORDESTINA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Pernambuco – PPGECON, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Economia.

Orientadora:

Prof. Dra Maria Fernanda Freire Gatto Padilha

CARUARU
2013

Catálogo na fonte
Bibliotecária Simone Xavier CRB/4 - 1242

S237e Santos, Jackson Braga dos.
Especializações setoriais na indústria criativa nordestina. / Jackson Braga dos Santos. - Caruaru: O Autor, 2013.
92f. ; il.; 30 cm.

Orientadora: Maria Fernanda Freire Gatto Padilha
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA. Programa de Pós-Graduação em Economia, 2013.
Inclui bibliografia.

1. Economia. 2. Cultura. 3. Indústria criativa. 4. Especializações setoriais – Brasil, Nordeste. I. Padilha, Maria Fernanda Gatto (orientadora). II. Título.

330 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2013-11)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA-PPGECON

A comissão examinadora da Defesa de Dissertação de Mestrado

ESPECIALIZAÇÕES SETORIAIS NA INDÚSTRIA CRIATIVA NORDESTINA

defendida por

Jackson Braga dos Santos
Considera o candidato APROVADO

Caruaru, 21 de março de 2013.

MARIA FERNANDA FREIRE GATTO PADILHA (UFPE/CAA)
(orientador)

JOÃO POLICARPO RODRIGUES LIMA (UFPE/CCSA)
(examinador externo)

MONALIZA DE OLIVEIRA FERREIRA (UFPE/CAA)
(examinador interno)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos aqueles que acreditaram na sua conclusão, a todos aqueles que me incentivaram e me apoiaram neste projeto. Em especial, à minha família e a Deus, pois são a minha base e a razão da minha caminhada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os que, de alguma forma, se fizeram presentes ao meu lado nessa caminhada, fisicamente ou não.

À Universidade Federal de Pernambuco, que cada vez mais se consolida como uma das principais instituições de ensino do país.

Ao Programa de Pós Graduação em Economia do Centro Acadêmico do Agreste (PPGECON/CAA/UFPE) que, como muito trabalho conseguiu implantar um curso de excelência e de grande importância para o desenvolvimento da região.

Aos mestres responsáveis pela transmissão do conhecimento adquirido ao longo dos anos, em especial à Doutora Maria Fernanda Freire Gatto Padilha, orientadora deste trabalho.

À Banca Examinadora do trabalho pelas excelentes colocações acerca do mesmo.

Aos companheiros de trabalho (na Caixa - GIRET Centro Oeste de Pernambuco), pela compreensão e apoio sempre presentes durante todo o curso.

Aos amigos, que se mostram cada vez mais essenciais em minha vida.

À minha família, que, com seu apoio incondicional, me faz entender que eu realmente posso ir além.

A Deus, que continua me dando força nos momentos em que mais preciso.

RESUMO

O trabalho aqui apresentado trata de identificar possíveis especializações setoriais na indústria criativa nordestina, a partir do número de empregos da mesma, observando se há produções municipais que se destacam comparativamente à produção regional. Para tanto, faz-se uma caracterização das atividades culturais e criativas, sob um aspecto generalista, e identifica-se as especializações do setor a partir dos cálculos de indicadores de concentração/especialização (quociente locacional, índice de participação relativa e índice de Hirschman-Herfindahl modificado), utilizando os dados de vínculos empregatícios da RAIS para todos os municípios nordestinos no período de 2007 a 2011. Observa-se que a indústria criativa possui um importante papel na economia (nacional e regional), devendo ser cada vez mais fomentada, apesar de o Governo Federal do Brasil já apresentar indícios de mudança de postura em relação ao setor. Outro ponto destacado diz respeito às particularidades microeconômicas do setor criativo, onde são expostas algumas considerações sobre a evolução da economia da cultura no pensamento econômico e as dificuldades metodológicas geralmente encontradas para o tema, bem como as principais características dos bens criativos. A caracterização da indústria criativa, bem como o cálculo dos índices de especialização - para a cadeia criativa completa e para o núcleo criativo - indicam a importância destacada dos estados da Bahia, Pernambuco e Ceará para a atividade da região. Dos 1794 municípios do Nordeste, estima-se 207 municípios com indícios de concentração das atividades da cadeia criativa e 55 municípios com indícios de concentração das atividades do núcleo criativo, apresentando possíveis potencialidades para formações de *clusters* criativos. A partir de tais resultados, são expostas, ainda, considerações acerca de propostas de melhorias para a evolução constante dos estudos do setor, assim como a indicação de temas que deem prosseguimento à análise aqui realizada.

Palavras-chave: Economia da Cultura. Indústria Criativa. Especializações Setoriais. Nordeste.

ABSTRACT

The work presented here aims to identify possible sectorial specializations in Northeastern creative industry, from the number of jobs in this area, observing if there are municipal productions that stand out compared to the regional production. To comply with this purpose, is made a characterization of the cultural and creative activities from generalist point, and identifies the sector specializations from the calculations of concentration/specialization indicators (location quotient, index of relative participation and index Hirschman-Herfindahl modified), utilizing data from the RAIS employment contracts for all the Northeastern towns between 2007 and 2011. It is observed that the creative industry has an important role in the economy (national and regional), should be ever more encouraged, although the Federal Government of Brazil already show signs of change in attitude in relation to sector. Another point detached concerns microeconomic particularities of the creative sector, in which are exhibited some considerations about the economy of the evolution and culture in the economic thought and methodological difficulties usually found for this theme, as well as the main characteristics of the creative goods. The characterization of the creative industry as well as the calculation of the indexes of specialization – for the complete creative chain and for the creative nucleus – indicate the importance of Bahia, Pernambuco and Ceará states to the activity of the region. From of 1794 Northeast towns, it is estimated 207 towns with signs of concentration of creative chain activities and 55 towns presenting signs of concentration of the creative nucleus activities, with possible potentialities for the formations of creative clusters. From these results, are still exposed considerations about the offer improvements to the constant evolution of the Sector Studies, as well as indication of the themes that offer continuity to the analysis performed here.

Keywords: Economy of Culture. Creative Industry. Sector Specializations. Northeast.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 – Grupos de Atividades da Cadeia Criativa.....	17
Figura 3.1 – Elementos Constitutivos dos Sistemas de Cultura.....	39
Figura 3.2 – Proporção de Estabelecimentos por Grupo de Atividades da Cadeia Criativa.....	41
Figura 3.3 - Proporção de Empregos por Grupo de Atividades da Cadeia Criativa no Brasil (2007-2011).....	44
Figura 4.1 - Proporção de Empregos por Estado da Cadeia Criativa no Nordeste (2007-2011).....	53
Figura 5.1 – Participação Relativa do Emprego do Núcleo Criativo por Estado do Nordeste (2007-2011).....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 – Estabelecimentos da Cadeia Criativa Nacional por Grupo de Atividades (2007-2011).....	41
Tabela 3.2 – Participação dos Grupos da Cadeia Criativa Nacional na Economia Total (2007-2011).....	42
Tabela 3.3 – Empregos da Cadeia Criativa Nacional por Grupo de Atividades (2007-2011).....	43
Tabela 3.4 – Participação do Emprego da Cadeia Criativa na Economia Nacional (2007-2011).....	45
Tabela 3.5 – Remuneração Média (R\$) da Cadeia Criativa no Brasil (2007-2011)...	46
Tabela 3.6 - Participação do Emprego da Cadeia Criativa na Economia Total da UF (2011).....	48
Tabela 3.7 - Remuneração Média (R\$) da Cadeia Criativa por UF (2011).....	49
Tabela 4.1 – PIB por Estado da Região Nordeste (2007-2011).....	52
Tabela 4.2 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Alagoas.....	56
Tabela 4.3 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Bahia.....	57
Tabela 4.4 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Ceará.....	59
Tabela 4.5 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Maranhão.....	60
Tabela 4.6 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Paraíba.....	61
Tabela 4.7 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Pernambuco.....	62
Tabela 4.8 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Piauí.....	63
Tabela 4.9 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Rio Grande do Norte.....	65
Tabela 4.10 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Sergipe.....	66
Tabela 4.11 – Proporção de Municípios de Destaque da Cadeia Criativa por Estado.....	68
Tabela 5.1 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Alagoas.....	71
Tabela 5.2 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Bahia.....	72
Tabela 5.3 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Ceará.....	74

Tabela 5.4 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Maranhão.....	74
Tabela 5.5 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Paraíba.....	75
Tabela 5.6 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Pernambuco.....	76
Tabela 5.7 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Piauí.....	77
Tabela 5.8 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Rio Grande do Norte.....	78
Tabela 5.9 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo /Sergipe.....	79
Tabela 5.10 – Proporção de Municípios de Destaque do Núcleo Criativa por Estado.....	80

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Objetivos.....	13
1.2 Justificativas.....	14
1.3 Metodologia.....	15
1.3.1 Base de Dados.....	15
1.3.2 Quociente Locacional (QL).....	18
1.3.3 Índice de Participação Relativa (PR).....	20
1.3.4 Índice de Hirschman-Herfindahl Modificado (HHM).....	20
1.4 Estrutura do Trabalho.....	21
CAPÍTULO II – CARACTERÍSTICAS GERAIS DA ECONOMIA DA CULTURA	22
2.1 A Economia da Cultura na Evolução do Pensamento Econômico.....	22
2.2 Delimitação do Campo da Economia da Cultura: Indústria Cultural e Indústria Criativa.....	25
2.2.1 Dificuldades Metodológicas de Delimitação da Indústria Criativa..	27
2.3 Aspectos Microeconômicos dos Bens Criativos.....	30
2.4 Políticas Públicas e Cultura.....	32
CAPÍTULO III – ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL.....	35
3.1 Economia Criativa no Brasil: Breve Contextualização Histórica.....	35
3.2 Dimensionamento da Cadeia da Indústria Criativa no Brasil.....	39
3.2.1 Estabelecimentos.....	40
3.2.2 Vínculos Empregatícios.....	42
3.2.3 Remuneração.....	46
3.2.4 A Cadeia Criativa nas Unidades Federativas.....	47
CAPÍTULO IV – APLICAÇÃO DOS ÍNDICES DE ESPECIALIZAÇÃO SETORIAL À CADEIA CRIATIVA.....	51
4.1 Panorama Geral.....	51
4.2 Resultados dos Índices de Especialização	54
4.2.1 Alagoas.....	55
4.2.2 Bahia.....	56
4.2.3 Ceará.....	58

4.2.4 Maranhão.....	59
4.2.5 Paraíba.....	60
4.2.6 Pernambuco.....	61
4.2.7 Piauí.....	63
4.2.8 Rio Grande do Norte.....	64
4.2.9 Sergipe.....	65
4.3 Considerações sobre os Resultados da Cadeia Criativa.....	67
CAPÍTULO V – APLICAÇÃO DOS ÍNDICES DE ESPECIALIZAÇÃO	
SETORIAL AO NÚCLEO CRIATIVO.....	69
5.1 Panorama Geral.....	69
5.2 Resultados dos Índices de Especialização para o Núcleo Criativo.....	71
5.2.1 Alagoas.....	71
5.2.2 Bahia.....	72
5.2.3 Ceará.....	73
5.2.4 Maranhão.....	74
5.2.5 Paraíba.....	75
5.2.6 Pernambuco.....	75
5.2.7 Piauí.....	77
5.2.8 Rio Grande do Norte.....	78
5.2.9 Sergipe.....	78
5.3 Considerações sobre os Resultados do Núcleo Criativo.....	79
CAPÍTULO VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
REFERÊNCIAS.....	86
ANEXO – CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DAS ATIVIDADES	
ECONÔMICAS DA CADEIA CRIATIVA, SEGUNDO A CNAE 2.0.....	88

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

A cultura faz parte do escopo de estudo da ciência (tradicionalmente das ciências humanas) há muito tempo, sendo tratado frequentemente o seu caráter comportamental, atendo-se, então, à sua definição com embasamento em questões sociológicas, determinantes na formação e evolução da sociedade humana. Não havia, assim, um enfoque da cultura sob o ponto de vista econômico, ou seja, ela não era inserida no campo de estudo propriamente dito da literatura econômica.

Autores considerados precursores no estudo da ciência econômica, como Adam Smith e David Ricardo, até fizeram algumas reflexões acerca da cultura (mais especificamente acerca das artes), mas o papel que lhe era atribuído por eles não era de grande importância por não se encaixar nas leis que regiam os preceitos da racionalidade econômica e o funcionamento do modelo de economia capitalista. Juntamente a essa questão seguia o fato de os atores do setor cultural também repelirem o pensamento econômico, pois os conceitos utilizados pela economia, bem como suas ferramentas e debates, se opunham, na sua concepção, às características das manifestações culturais (TOLILA, 2007).

Dessa forma, o surgimento de estudos da cultura sob um enfoque econômico é um movimento recente, sendo geralmente datado na literatura de cerca de cinquenta anos atrás, mas que vem ganhando cada vez mais espaço nas discussões contemporâneas à medida que se percebe a importância das atividades culturais no cenário econômico globalizado, com grande geração de divisas.

Somente a partir de então, e com as diversas crises estruturais e de ajuste da economia mundial ao longo das últimas décadas, é que os pontos de vista dos atores econômicos e culturais passariam a convergir, começando a assumir que haveria espaço para estudo conjunto da cultura e da economia, onde a cultura poderia ser analisada sob a perspectiva da metodologia econômica (mas, com suas particularidades), o que viria a se chamar convencionalmente na literatura de Economia da Cultura e aos poucos vai se firmando como importante ramificação da teoria econômica.

Para se estudar a Economia da Cultura é necessário que se tenha em mente a definição do setor cultural inserido no mercado de bens e serviços, distanciando-se, assim, da definição puramente antropológica/sociológica da cultura. Trata-se, então, dos bens culturais inseridos no mercado e inicialmente divididos nos estudos sobre o tema em atividades tradicionais (belas artes) e indústrias culturais, que em seguida passaram a ser nomeadas como indústrias

criativas, pois tem na economia das ideias o seu fundamento e se desvincula da noção da cultura atrelada apenas ao aspecto artístico. Portanto, a indústria criativa tem como base o conhecimento, a criatividade e a informação (TOLILA, 2007; FIRJAN, 2008)

O setor cultural/criativo assume, então, um papel de importante propulsor para o desenvolvimento econômico. A dinâmica socioeconômica criada pela ascensão do sistema capitalista, principalmente após a Terceira Revolução Industrial, tem suas principais atividades integradas pelas inovações tecnológicas que surgem em ritmo acelerado em consonância com os avanços das tecnologias de informação e comunicação, sendo a indústria criativa uma das que mais consegue seguir essa revitalização do sistema econômico mundial.

Voltando-se para o âmbito regional, pode-se notar com mais clareza ainda a importância do setor criativo para o crescimento e desenvolvimento econômico. Além da importância como geradora de divisas (fluxos de renda), a indústria age como impulsionadora das áreas com menor dinamismo, o que contribui bastante para o crescimento regional menos discrepante. As regiões tradicionalmente desfavorecidas, ao terem suas potencialidades culturais impulsionadas, assim como com a criação de novos mercados, criam novos postos de trabalho e renda, aumentando a sua competitividade com o restante da economia regional, por exemplo. Questões de cunho mais sociológico, como inclusão social e elevação da autoestima dos agentes destas localidades, também podem ser mencionados como fatores relevantes da importância da indústria criativa no desenvolvimento regional.

Atuando como uma propulsora da revitalização da economia, com crescente participação no PIB dos mais diversos países, tal indústria deve ser objeto de estudos que tratem de aprofundar as suas características e seus impactos no sistema econômico atual, inclusive identificando localidades que possuam potencial para expansão e aperfeiçoamento do setor.

1.1 Objetivos

Tendo-se em vista a problemática exposta, o trabalho aqui apresentado tem como objetivo geral identificar as especializações setoriais na Indústria Criativa no Nordeste, analisando as produções municipais que se destacam comparativamente à produção regional.

Este objetivo geral norteia, então, os objetivos específicos, quais sejam:

- Caracterizar as produções culturais e criativas, sob um aspecto generalista;

- Identificar especializações produtivas criativas em municípios nordestinos através de indicadores de concentração/especialização: Quociente Locacional, Índice de Participação Relativa, Índice de Hirschman-Herfindahl Modificado.

1.2 Justificativas

Observando tais objetivos e as considerações inicialmente expostas, o trabalho realizado se justifica devido à relevância do tema proposto, ao passo que ainda são poucos os trabalhos que se propõem a analisar a cultura e a economia juntas, principalmente sob um foco regional.

No Brasil, país de imensa diversidade cultural e extensão territorial, o estudo se faz essencial, à medida que a indústria criativa atua como grande propulsora de inclusão social em todas as regiões. A potencialidade desta indústria no país é bastante visível e aos poucos vai sendo discutida em trabalhos da área, seja como objeto de estudo de cunho econômico ou social.

A importância da Economia da Cultura pode também ser observada regionalmente. Como a região Nordeste possui grandes índices de pobreza e desigualdades sociais, analisar as sub-regiões (ou municípios) que possuem potenciais criativos no âmbito regional pode ser determinante para a eficiência de direcionamento de recursos por parte do Estado (ou mesmo da iniciativa privada) que visem estimular o desenvolvimento da região. Sendo uma região relativamente atrasada em relação ao resto do país, em termos industriais convencionais, mas com grande potencial criativo, o Nordeste pode ter na indústria criativa uma oportunidade de consolidação industrial e econômica à medida que se incentive o crescimento do setor cultural com sua capacidade de dinamizar e revitalizar a economia local. Não apenas no Nordeste pode se observar a atuação da indústria criativa, mas em todas as demais regiões do país, cada uma com suas características diversas.

Aliando-se à relevância do tema proposto, segue a falta de trabalhos que se proponham a estudar este segmento da ciência econômica como um fator motivador para a realização deste trabalho. Apesar de ser uma área de grande importância para a economia regional, a Economia da Cultura ainda não é tratada na literatura econômica como deveria. Esta falta de atenção reflete, ainda, outro agravante que se nota quando se começam as pesquisas sobre cultura e economia: a falta de um sistema de informações bem estruturado. É possível que com o crescimento de estudos que necessitem de tais informações e que revelem a importância do tema para o desenvolvimento regional/nacional se estimule a melhoria e

expansão das fontes de informações que possam ajudar, inclusive, a dimensionar melhor a importância do setor.

Tais aspectos de relevância e abrangência dos estudos sobre a economia da cultura se unem à identificação do autor com o tema, tanto no que diz respeito à economia da cultura em si, como também em relação ao crescimento regional e as políticas públicas de fomento a tal crescimento, temas estes que serão abordados conjuntamente no trabalho apresentado.

1.3 Metodologia

De acordo com o exposto anteriormente, o trabalho apresentado visa identificar especializações setoriais na indústria criativa no Nordeste, além de caracterizar as produções culturais e criativas, sob um aspecto generalista. Para tanto, faz-se uso de índices de especialização bastante utilizados na literatura econômica em geral: Quociente Locacional, Índice de Participação Relativa, Índice de Hirschman-Herfindahl Modificado.

Os índices de especialização (concentração) são comumente utilizados como ferramentas valiosas na identificação de Arranjos Produtivos Locais (APL), à medida que expõem a forma como se distribui geograficamente determinada produção. Com isso, tais índices visam identificar possíveis concentrações ou especializações produtivas a partir da análise de algumas variáveis, geralmente números de empregos e estabelecimentos industriais e a participação da microrregião no emprego total da macrorregião analisada.

1.3.1 Base de Dados

Conforme mencionado, os índices de especializações setoriais fazem uso de dados referentes a empregos e estabelecimentos industriais nos menores níveis de concentração para avaliar o grau de participação das regiões analisadas.

No Brasil, a base de dados que melhor se aplica a estes índices é a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). De acordo com o MTE, a RAIS, instituída pelo Decreto nº 76.900, de 23/12/75, tem como objetivo:

- o suprimento às 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 (BRASIL/Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS, 2011).

A Portaria nº 07, de 03 de janeiro de 2012, do MTE, publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 04 de janeiro de 2012 demonstra a abrangência da coleta da relação ao identificar quem era obrigado a declarar a RAIS ano-base 2011, no seu Artigo 2º:

Art. 2º Estão obrigados a declarar a RAIS:

I - empregadores urbanos e rurais, conforme definido no art. 2º da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT e no art. 3º da Lei nº 5.889, de 8 de junho de 1973, respectivamente;

II - filiais, agências, sucursais, representações ou quaisquer outras formas de entidades vinculadas à pessoa jurídica domiciliada no exterior;

III - autônomos ou profissionais liberais que tenham mantido empregados no ano-base;

IV - órgãos e entidades da administração direta, autárquica e fundacional dos governos federal, estadual, do Distrito Federal e municipal;

V - conselhos profissionais, criados por lei, com atribuições de fiscalização do exercício profissional, e as entidades paraestatais;

VI - condomínios e sociedades civis; e

VII - cartórios extrajudiciais e consórcios de empresas (BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS, 2011).

Em suma, a RAIS é um instrumento de obtenção de dados do MTE, cuja coleta é realizada anualmente em forma de auto declaração, onde o empregador, ou o legalmente responsável pela prestação de informações, deverá declarar os vínculos laborais ocorridos até o último dia do ano-base da pesquisa em cada estabelecimento com uma série de informações que abrangem volume de empregos, números de estabelecimentos, características dos empregados, dentre outras.

Vê-se, então, a ampla abrangência que é obtida por esta base, o que denota uma de suas principais vantagens de utilização: a elevada desagregação setorial e geográfica dos dados. Como a RAIS apresenta dados relativos a emprego e estabelecimentos por atividades e municípios, tem sido uma base bastante utilizada nos trabalhos que tratam de fazer alguma observação de concentração geográfica ou especialização local de determinada atividade econômica. Observa-se, ainda, que ela permite a obtenção de dados a nível municipal de atividades industriais a 4 dígitos de desagregação da Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), apresentando certo grau de uniformidade das informações no que se refere a localização da atividade, o setor de atividade, o tipo e tamanho do estabelecimento, qualificação dos trabalhadores, níveis de remuneração (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2005; BRITTO; ALBUQUERQUE, 2000).

Em relação à CNAE, vale ressaltar que é a classificação estabelecida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional na produção de dados estatísticos, bem como é utilizada para identificar as atividades econômicas em cadastros e registros de pessoas jurídicas, assim como na coleta de

dados da RAIS. A atual versão da classificação (CNAE 2.0) é estruturada em 5 níveis: primeiro nível - 21 seções; segundo nível - 87 divisões; terceiro nível - 285 grupos; quarto nível - 673 classes; quinto nível - 1301 subclasses. O escopo de estudo deste trabalho permite a obtenção de dados com quatro dígitos de desagregação, o que abrange, então, 673 classes (IBGE, 2012).

Esta base de dados também possui algumas deficiências, apontadas por diversos autores que fazem uso da mesma e que devem ser destacadas. Apesar de ter extensa abrangência, a RAIS coleta apenas dados de contratos de trabalho formais, deixando de captar dados que se refiram a relações contratuais informais. Como a metodologia utilizada na coleta é a de autoclassificação, algumas informações podem ser distorcidas pelos declarantes. Empresas que possuem mais de uma unidade produtiva podem informar todas as unidades em uma mesma declaração, num mesmo endereço, assim como reunir todos os produtos em um único setor CNAE. A análise de pequenas empresas ou regiões menos desenvolvidas pode, ainda, ser prejudicada devido à maior ocorrência de empresas não declarantes. Por fim, o fato de utilizar o emprego como variável base pode deixar de captar diferenças inter-regionais de tecnologia e produtividade. No entanto, apesar das restrições, esta base de dados possibilita a construção dos índices de especialização propostos, sendo por isso bastante utilizada e recomendada na literatura econômica (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2005).

Dessa forma, o trabalho proposto utiliza os dados de empregos e números de estabelecimentos para todos os 1794 municípios dos 9 estados nordestinos, coletando-se os números das atividades relacionadas na CNAE que estejam inseridas na definição de Indústria Criativa. A definição utilizada foi proposta pela UNCTAD e exposta pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) em estudo sobre a cadeia criativa no Brasil. A indústria criativa é vista como uma cadeia com criação, produção e distribuição de bens que tem como insumos primários a criatividade e o intelectual dos indivíduos (FIRJAN, 2008).

Figura 1.1 – Grupos de Atividades da Cadeia Criativa.



Fonte: FIRJAN (2008)

Propõe-se, então, a definição da cadeia da indústria criativa dividida em três grandes áreas (Figura 1.1). Inicialmente, tem-se o Núcleo, compreendendo os serviços em que a atividade criativa é a parte principal do processo produtivo, englobando os seguintes segmentos – Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, *Software* & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. A segunda área se refere às Atividades Relacionadas, compostas por segmentos que fornecem bens e serviços diretamente ao Núcleo, essenciais para o seu funcionamento. A terceira área, chamada Atividades de Apoio, também fornece bens e serviços necessários ao funcionamento da cadeia, mas de maneira indireta, diferenciando-se das Atividades Relacionadas (FIRJAN, 2008).

Neste sentido, a partir das definições expostas, das 673 classes da CNAE 2.0, 183 foram identificadas como associadas às atividades criativas, sob a esfera das três grandes áreas mencionadas, conforme Apêndice. Com os dados coletados e classificados da maneira especificada, propõe-se a utilização de três índices de especialização setorial que serão especificados a seguir.

1.3.2 Quociente Locacional (QL)

Amplamente utilizado em estudos de economia regional, principalmente no que se refere a identificações de regiões com potenciais para formação de APL, o Quociente Locacional (QL) tem sua origem no trabalho de Isard (1960) *apud* Vidigal, Campos e Rocha (2008) e Suzigan, Garcia e Furtado (2005).

O QL observa o grau de especialização de uma região em uma determinada atividade, ao indicar a concentração relativa desta atividade em comparação à sua participação em um espaço definido como base. Ou seja, tem-se a razão das participações de uma mesma atividade industrial em regiões distintas (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2005).

Sendo definido por Haddad *et al.* (1989), o índice, adaptado e aqui utilizado, será dado por:

$$QL = \frac{\frac{E_j^i}{E_j}}{\frac{E_{NE}^i}{E_{NE}}}$$

Onde:

E_j^i = emprego na indústria criativa no município j ;

E_j = emprego no município j ;

E_{NE}^i = emprego na indústria criativa no Nordeste;

E_{NE} = emprego no Nordeste.

Infere-se, então, que há especialização de determinada indústria na região quando o QL calculado é maior que 1. Quando o QL é igual a 1, a especialização no município é igual à observada na região. Quando o QL é menor que 1, a especialização no município é menor que a observada na região tomada como base (BRITTO; ALBUQUERQUE, 2001). No presente trabalho, o QL corresponderá à razão entre a participação da indústria criativa no total dos municípios observados e a participação desta mesma indústria no Nordeste. Estimar-se-á, então, o índice para cada município nordestino a partir dos dados coletados na RAIS para os anos 2007 – 2011. A escolha deste período se deu ao fato de o ano 2007 ter sido o inicial de vigência da CNAE 2.0, o que implicou um aperfeiçoamento, e consequente diferenciação, da CNAE 1.0 utilizada em anos anteriores.

Apesar de amplamente utilizado na literatura, este índice possui algumas restrições que requerem muita atenção quando de sua utilização. Crocco *et al.* (2006) indicam duas questões a serem observadas. Primeiramente, as características da economia que está sendo analisada como base de referência devem ser consideradas, pois o quociente acima de um pode indicar apenas uma diferenciação produtiva e não uma especialização, devido às disparidades regionais encontradas em um país como o Brasil. Ressaltam, ainda, que em regiões pequenas, com pouca diversificação da estrutura industrial, o QL pode sobrevalorizar o peso de um determinado setor.

Suzigan, Garcia e Furtado (2005) afirmam que o QL deve ser utilizado com cautela, visto que, além de uma região pouco desenvolvida industrialmente poder apresentar um elevado índice de especialização por apresentar uma única unidade produtiva, há certa dificuldade em identificar especializações em regiões industrialmente diversificadas, como em municípios muito desenvolvidos.

Contudo, apesar destas deficiências, o Quociente Locacional tem sua eficácia reconhecida na literatura e é bastante utilizado pelos estudiosos, tomando-se os devidos cuidados e podendo ser auxiliado por outros índices, o que ocorrerá neste estudo com a complementação da análise com os índices identificados a seguir.

1.3.3 Índice de Participação Relativa (PR)

Complementando a utilização do Quociente Locacional, faz-se uso do Índice de Participação Relativa (PR). Este, por sua vez, captará a importância da atividade criativa do município observado na região nordeste. Ou seja, indica a participação relativa do setor criativo do município no emprego total do setor no Nordeste.

O indicador varia de 0 a 1, sendo maior a importância do setor do município na região quanto mais se aproximar de 1 (um). Pode ser representado como¹:

$$PR = \left(\frac{E_j^i}{E_{NE}^i} \right)$$

Como a região de análise é muito grande, sendo analisada a participação de um único município em toda região nordeste, os seus valores dificilmente se aproximarão de 1, no entanto, este índice pode ser utilizado como uma maneira de complementação dos demais.

1.3.4 Hirschman-Herfindahl Modificado (HHM)

Como uma forma de amenizar alguma distorção que possa ser causada pelo uso do QL e reforçando o PR, o índice de Hirschman-Herfindahl Modificado (HHM) pode ser utilizado, conforme exposto por Crocco *et al.* (2006):

$$HHM = \left(\frac{E_j^i}{E_{NE}^i} \right) - \left(\frac{E_j}{E_{NE}} \right)$$

As variáveis são as mesmas utilizadas para o cálculo do QL. Este índice permite, então, capturar o significado do peso do setor criativo na estrutura de produção local ao comparar o peso do setor *i* (indústria criativa) da região *j* (município) no setor *i* do Nordeste com o peso da estrutura produtiva do município na estrutura da região nordestina. Um valor positivo indica que o setor *i* do município *j* está ali concentrado, em relação ao Nordeste.

¹ Adaptado de Crocco *et al.* (2006)

Portanto, para os dados coletados na RAIS, são utilizados em conjunto esses três índices de concentração/especialização que, apesar, das particularidades são suficientes para indicar possíveis especializações regionais e são bastante utilizados na literatura econômica. No caso deste trabalho, serão utilizados para indicar possíveis especializações setoriais na indústria criativa nordestina.

1.4 Estrutura do Trabalho

Além desta introdução, o trabalho conta com mais quatro capítulos. O Capítulo II expõe as principais características da Economia da Cultura, observando como se deu a evolução da área de estudo no campo do pensamento econômico, bem como a análise da delimitação do seu campo de estudo e as dificuldades metodológicas encontradas. São observadas, ainda, as principais características e particularidades microeconômicas possuídas pelos bens criativos.

O Capítulo III trata de situar a Economia Criativa no Brasil, contextualizando historicamente a forma como a indústria criativa foi tratada no país ao longo dos anos para, em seguida, dimensionar a cadeia criativa nacional, em termos de estabelecimentos, mão de obra empregada e remuneração do setor. Por fim, o dimensionamento da cadeia criativa é exposto por Unidade Federativa, a fim de observar os estados que se destaquem.

O Capítulo IV, por sua vez, traz a aplicação dos três índices de especialização setorial utilizados no trabalho (quociente locacional, índice de participação relativa e índice de Hirschman-Herfindhal modificado) para a cadeia criativa completa: núcleo, atividades relacionadas e atividades de apoio. São expostos os resultados dos municípios, por estado, que apresentaram algum destaque em relação à dimensão produtiva regional.

Já o Capítulo V expõe a aplicação dos índices anteriormente citados para a parte principal da cadeia criativa: o núcleo, que é o grupo da cadeia que tem na criatividade a parte principal do processo produtivo. São expostos os municípios que apresentaram destaque em relação aos resultados dos índices, comparativamente a todos os municípios da região.

Por fim, o Capítulo VI, última parte dos elementos textuais do trabalho, trata de expor algumas conclusões acerca do trabalho apresentado, sintetizando os principais resultados encontrados e as limitações dos mesmos, bem como propondo sugestões de trabalhos futuros sobre o tema estudado e ações voltadas à economia da cultura que possam impulsionar o setor na região.

CAPÍTULO II - CARACTERÍSTICAS GERAIS DA ECONOMIA DA CULTURA

Sendo um ramo recentemente atrelado ao campo de estudo da ciência econômica, a Economia da Cultura possui algumas particularidades que são bastante debatidas nos estudos sobre o tema e sobre as quais ainda não se tem um consenso. Dessa forma, é interessante que estudos que tratem de analisar/observar alguns pontos relacionados à Economia da Cultura (Economia Criativa) façam uma exposição de algumas características principais desta área de estudo.

Dessa forma, o capítulo apresentado a seguir identifica, sumariamente, algumas questões que continuam em debate quando se trata de economia e cultura de maneira conjunta. Inicialmente, são feitas considerações sobre como alguns dos principais autores da ciência econômica enxergaram a possível aproximação entre essas duas áreas ao longo do tempo. Em seguida, são abordadas questões de delimitação do campo da Economia da Cultura, inclusive com menções sobre as dificuldades metodológicas de tal delimitação e a evolução do conceito de Indústrias Criativas.

Logo após, alguns dos principais aspectos microeconômicos dos bens criativos são expostos, onde são observadas as particularidades de tais bens que podem dificultar posteriores análises. Por fim, algumas considerações sobre a importância das políticas públicas para tais bens são realizadas, destacando a relevância da atuação do setor público para a regulação e manutenção do setor criativo no país.

2.1 A Economia da Cultura na Evolução do Pensamento Econômico

A literatura econômica não teve muita preocupação com os fenômenos culturais ao longo do seu desenvolvimento, sendo bastante recente o aparecimento de estudos sobre cultura nas suas publicações. O latente viés positivista da ciência econômica, bem como a intangibilidade da cultura, impedia o início da sistematização de estudos que relacionassem o campo de manifestações culturais (LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Conforme salienta Tolila (2007, p. 25), “durante muito tempo o setor cultural foi ignorado pela teoria econômica que o considerava atípico em relação às ‘leis’ fundamentais que ela produzia e que regem o modo de produção e de consumo capitalista”. Todavia, mesmo que de maneira mais superficial, autores precursores e de grande importância na história do pensamento econômico fizeram algumas considerações acerca do setor cultural,

que podem ser observadas ao longo dos séculos, sejam de contribuição ou de repulsa à análise da cultura pela ciência econômica.

Os Clássicos David Ricardo e Adam Smith classificavam as artes como atividades improdutivas (pois o produto da arte desaparece no instante em que é produzido/apresentado), apesar de produzirem um efeito produtivo na sociedade, mas observaram os comportamentos dos bens e dos artistas. Smith apontava que as representações teatrais são sucesso, devido ao fato de conseguirem dissipar nas pessoas a melancolia. Observava, ainda, a predominância de baixos salários dos artistas assim como elevados níveis de desigualdade de remuneração, ao passo que defendia que esta remuneração do artista deveria ser elevada devido ao alto nível de habilidade requerido neste setor (LIMA; FRANCA; MATTA, 2006; GATTO *et al.*, 2011).

Segundo Lima, Franca e Matta (2006), Jean Baptiste Say, outro Clássico, também fez análises referentes à remuneração e ao talento do artista. Ele apontava que um determinado ramo da indústria que necessitasse de um talento natural especial, além de treinamento caro, teria a oferta sendo condicionada à demanda e, então, este talento deveria ser melhor remunerado. Apontava que uma nação provavelmente terá poucos artistas capazes de criar grandes obras que sejam diferenciadas, sendo, então, poucos ofertantes para suprir a demanda. Dessa forma, o lucro traria um grande excedente.

De maneira mais indireta, John Ruskin, em 1857, deu sua contribuição ao que hoje vemos como Economia da Cultura à medida que pregou a distinção entre crescimento e desenvolvimento econômico, incorporando à produção a importância que deveria se dar ao aspecto da distribuição, numa época em que a divisão de trabalho suprimia a criatividade. (REIS, 2007).

Precursor do Utilitarismo, Jeremy Bentham, por sua vez, via a cultura como uma atividade irracional, interferindo o uso da razão para a maximização de utilidade dos indivíduos. Com isso, questões que relacionassem gosto e estilo seriam irrelevantes à análise econômica. Essa visão contribuiu, então, para distanciar ainda mais a economia das questões culturais (CHARTRAND, 1990 *apud* LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Mais tarde, Karl Marx critica alguns preceitos utilizados pelos economistas clássicos, ao teorizar sobre o trabalho produtivo e improdutivo. Ele afirmava que as atividades culturais poderiam ser consideradas produtivas à medida que as pessoas que exploram as atividades dos trabalhadores assalariados que as praticam também enriquecem. Ele observou, ainda, que a livre escolha imposta pela teoria clássica não levava em consideração as limitações impostas pelo sistema capitalista, o que influenciaria a delimitação de irracionalidade mencionada por

tal teoria e utilizada como um dos motivos para não inserir a cultura no foco de pesquisa da ciência econômica (REIS, 2007; LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Alfred Marshall, um dos principais autores da Escola Marginalista (Neoclássica), utilizou o exemplo do consumo de música para indicar que o princípio da utilidade marginal decrescente pode ser invertido neste setor. Enquanto no consumo do produto industrial a satisfação do indivíduo tenderia a diminuir a partir de certo nível, no da música ela tende a aumentar, ou seja, quanto mais escutada mais ela seria apreciada, configurando o princípio da utilidade marginal crescente, tanto para a música como para os demais bons serviços culturais (EUROMERIDIANA, 2004 *apud* LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Jonh Maynard Keynes, como um dos mais notáveis autores da ciência econômica, também fez análises sobre as atividades relacionadas às artes, apoiando o fomento por meio do setor público e observando a precariedade da vida dos trabalhadores da classe artística. Ele indicou também que os indivíduos possuem certas necessidades que podem ter caráter insaciável, pois quanto mais se eleva o seu nível mais ele continua a crescer, estimulando os desejos de superioridade comuns nos seres humanos. Neste sentido, à medida que as condições (econômicas) de vida tenham se tornado superiores, tais necessidades serão direcionadas para fins não econômicos (TOLILA, 2007).

Vê-se, então, que ao longo dos anos a cultura foi sendo inserida nos debates econômicos, mesmo que a passos lentos e sem um consenso de sua importância como objeto de estudo. E foi somente na década de 1960 que surge o trabalho considerado como real precursor da Economia da Cultura, realizado por William Baumol e Willian Bowen.

A obra destes autores, intitulada *Performing Arts: The Economic Dilemma*, teve como objeto de estudo os espetáculos ao vivo na Broadway, sendo considerada na literatura como o primeiro trabalho sistematizado sobre Economia da Cultura.

Baumol e Bowen verificaram a necessidade de intervenção no setor cultural, por meio de subsídios, visto que havia uma tendência constante de aumento de custos nessas atividades. Por ser um setor intensivo em trabalho e não admitir ganhos de escala significativos, os custos relativos se mantinham elevados. Observaram, ainda, que os salários dos artistas e técnicos não acompanhavam os níveis de remuneração dos demais setores, tendendo à estagnação. Exemplo comumente exposto destes custos de remuneração é o do número de músicos necessários à execução de uma sinfonia de Beethoven que, apesar do progresso tecnológico, continua o mesmo, o que difere de outros setores da economia. Tais especificidades conduziram a um déficit dos espetáculos, sendo legítima, então, a intervenção do Estado ou

fomentadores do setor para manterem a viabilidade econômica dos mesmos (LIMA; FRANCA; MATTA, 2006; BENHAMOU, 2007; REIS, 2007).

As conclusões obtidas por estes autores estimularam a inserção da Economia da Cultura em debates da Ciência Econômica e o surgimento de novos trabalhos que tiveram tal setor como objeto de estudo. Conforme observa Valiati (2011):

A obra de Baumol e Bowen estimulou o debate sobre o tema da Economia da Cultura; mesmo que, existam poucos registros, ao longo dos anos 70, de estudos mais formalizados no campo, já na década de 80 percebe-se algumas conferências no campo da Economia da Cultura. Já início dos anos 90, promoveu-se a criação da ACEI (Association for Cultural Economics Internacional) constituída na Sétima Conferência Internacional de Economia da Cultura realizada em outubro de 1992 em Fort Worth, Texas. Esse encontro, liderado pelo professor C. Richard Waits, consolidou a Associação, fruto dos encontros seminiais anteriores, quais sejam, o de Maastricht, Holanda (1982), o de Akron, Estados Unidos (1984), o de Avignon, França (1986), o de Ottawa, Canadá (1988) e o de Umea, Suécia (1990) (VALIATI, 2011, p. 5).

O estudo de Gary Becker em 1979 pode ser citado como um dos principais que se seguiram ao de Baumol e Bowen. Ele tenta demonstrar que as escolhas dos indivíduos em relação aos bens culturais se assemelha aos bens tradicionais no que diz respeito à racionalização e maximização de tais escolhas. Fazendo referência ao trabalho de Baumol e Bowen, apoia a ideia do subsídio ao setor cultural, à medida que aumenta a oferta dos bens culturais, permitindo que uma parte da população inicialmente excluída dos espetáculos passe a ter possibilidades de acesso a estes serviços (BENHAMOU, 2007; LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Portanto, tem-se um breve resumo de como a Economia da Cultura foi tratada pelos principais autores econômicos ao longo dos séculos, podendo-se confirmar como ela foi deixada em segundo plano nos debates antes da década de 1960, ou seja, antes do reconhecido trabalho de Baumol e Bowen. A partir de então, passa-se a analisar que setores da economia fazem parte da delimitação cultural, assim como as principais características dos bens e serviços nela constantes.

2.2 Delimitação do Campo de Estudo da Economia da Cultura: da Indústria Cultural à Indústria Criativa

Como puderam ser notadas anteriormente, as primeiras reflexões acerca do setor cultural se limitavam às belas artes, mais especificamente aos espetáculos ao vivo, restringindo bastante o campo de estudo da Economia da Cultura. Mesmo o trabalho

precursor desta área se concentrou neste tipo de atividades, deixando de lado setores que compõem as chamadas indústrias culturais.

O termo indústria cultural foi inicialmente proposto pelos *frankfurtianos* (nome dado aos estudiosos da escola de pensamento sociológico de Frankfurt) Theodor Adorno e Max Horkheimer, na primeira metade do século XX, para identificar o conjunto de instituições responsáveis pela produção de cultura, com fins mercantis. Com isso, a indústria cultural é responsável por transformar a criação artística em um produto de fácil reprodução, o que impulsiona a geração de grandes fluxos (GATTO *et al*, 2011; LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

Adorno e Horkheimer estudaram como os serviços/bens de entretenimento se tornavam cada vez mais constantes e importantes na vida das classes urbanas europeias e americanas desde o século XIX até meados do século XX, compostas principalmente por trabalhadores fabris, funcionários, pequenos comerciantes etc, com a massificação do acesso aos serviços de entretenimento, principalmente da indústria fonográfica e do cinema. Contudo, tais autores evitavam denominar tal fenômeno de “cultura de massas”, passando, então, a utilizar o termo “indústria cultural”, por acharem que representava os interesses privados, puros e simples de lucratividade e atentando para o empobrecimento da cultura devido à sua industrialização. Inicialmente rejeitado, aos poucos o termo vai sendo incorporado à literatura, passando a identificar mercado e cultura conjuntamente, sem que o primeiro se sobreponha ao segundo (DUARTE, 2010).

Ao longo do século XX os avanços tecnológicos alcançados nos modos de produção impactaram significativamente as cadeias produtivas tradicionais, evidenciando os vínculos existentes entre as ditas indústrias culturais e as artes ao vivo (belas artes) e impulsionando ainda mais essa aproximação do processo industrial tradicional e cultural. Com isso, a mercantilização da cultura vai se expandindo, abrindo espaço para a inserção de demais setores no campo cultural, principalmente livro, disco e cinema (LIMA; FRANCA; MATTA, 2006; BENHAMOU, 2007).

Quando o avanço das tecnologias vai culminando no advento da microinformática e no aperfeiçoamento das telecomunicações, veem-se modificações acentuadas nos processos produtivos também das indústrias culturais, com uma crescente expansão dos produtos culturais através das mídias digitais, principalmente no fim da década de 1990. Com esses novos modos de distribuição e reprodução dos produtos, pouco relacionados com o tradicional conceito de arte predominante, mas intimamente conectados ao conceito de

criação, surge o termo “indústria criativa” como uma forma de incluir determinados setores ligados à criatividade no campo da Economia da Cultura (GATTO *et al.*, 2011).

De acordo com FIRJAN (2008), a formalização da definição do setor criativo foi proposta em 1998 pelo Ministério da Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido, como se segue:

Os setores que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual (*Creative Industries Mapping Document 2001* (2ª. Ed.) *apud* FIRJAN, 2008, p. 7).

Tal conceito foi sendo aperfeiçoado nos debates surgidos ao longo dos anos e em 2008 a ONU publica um estudo, considerado um dos maiores já realizados sobre a economia criativa, sob a responsabilidade da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD – *United Nations Conference on Trade and Development*) em que a indústria criativa foi definida como “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e capital intelectual como insumos primários.” (UNCTAD *apud* FIRJAN, 2008, p. 13).

Vê-se, então, que a Economia Cultural, também chamada Economia Criativa como uma forma de lhe dar maior abrangência, vai além das belas artes observadas nos debates iniciados pelos economistas clássicos até a firmação do estudo de Baumol e Bowen. Incluem-se no seu campo de estudo os segmentos que tem na atividade criativa, mais ampla do que atividade cultural, a parte principal do processo produtivo - subdivididos convencionalmente em treze setores, como mencionado anteriormente.

Em suma, a Economia da Cultura pode ser vista, então, como um ramo da Ciência Econômica que estuda as atividades econômicas ligadas a manifestações artísticas e criativas da sociedade, incluindo-se aí as atividades tanto no sentido mais tradicional de cultura (belas artes) como as industriais que tenham na criatividade a sua essência (PORSSE, 2005 *apud* LIMA; FRANCA; MATTA, 2006).

2.2.1 Dificuldades Metodológicas de Delimitação da Indústria Criativa

Uma das questões que sempre distanciaram a cultura da economia foi a dificuldade que os estudiosos encontravam de entrar em um consenso sobre como delimitar o setor cultural para poder enquadrá-lo no campo de estudo da ciência econômica. Apesar dos

avanços alcançados ao longo das décadas, a partir do surgimento efetivo da Economia da Cultura, ainda não se consegue encontrar uma forma de delimitação da Indústria Criativa que seja unanimemente aceita pelos teóricos, o que costuma gerar um debate intenso sobre o tema e levanta diversas questões a serem destacadas em trabalhos que tratem de algum aspecto deste setor.

Conforme exposto anteriormente, o termo indústria criativa surge como uma tentativa de incluir no âmbito do estudo econômico as mais diversas atividades ligadas ao aspecto artístico/criativo, de tal modo que a identificação de tais atividades pudesse ser facilmente realizada. No entanto, “não há uma definição clara, nem um critério definido sobre as áreas da economia que se poderão encaixar no conceito de Indústrias Criativas” (LATOEIRA, 2007, p. 216).

Por ser setor extremamente dinâmico, há certa dificuldade em delimitar quais são as atividades que realmente possuem na criatividade a sua essência e aquelas que servem como apoio ou que são dependentes das primeiras. Algumas tentativas de sistematização das atividades que fazem parte da indústria criativa vão surgindo, não havendo, contudo, um consenso em relação a uma única classificação que seja melhor, mas grande maioria partindo do pressuposto que há a necessidade de separar as atividades que são mais ligadas à criatividade/arte propriamente dita daquelas que servem como apoio ou apenas se relacionam a tais aspectos.

David Thorsby (2000), por sua vez, indica o modelo de círculos concêntricos, em que a criatividade artística dá origem ao valor cultural sob a forma de texto, som e imagem propagados através de círculos concêntricos, sendo, então, substituído pelo conteúdo comercial. O modelo segmenta a indústria em quatro grandes grupos, em função do valor cultural possuído pelos bens produzidos: o núcleo propriamente dito; outras atividades do núcleo; indústrias culturais ampliadas; indústrias conexas (LATOEIRA, 2007; BUAINAIN *et al.*, 2011).

O’Regan baseia-se neste modelo de David Thorsby para expor uma proposta metodológica em que as bases da indústria criativa são as artes criativas tradicionais (música, dança, teatro, literatura, artes visuais, informática). Em seguida viriam as indústrias que produzem bens considerados culturais, mas que também produzem bens e serviços não culturais (editoras, rádio e TV, jornais, filmes). No limite do setor, então, estariam as indústrias cujos produtos podem ter alguma relação com a cultura, mesmo que essencialmente estejam fora da sua esfera (turismo, arquitetura, design) (LATOEIRA, 2007).

O DCMS Britânico (*Department for Culture, Media and Sport*) elaborou um modelo, focado principalmente no elemento criativo da indústria, bastante utilizado como referência nos estudos, em que as atividades criativas são divididas em 13 grandes grupos: Publicidade, Arquitetura, Mercado de Artes e Antiguidades, Artesanato, Design, Moda, Filmagem, Software Interativos de Lazer, Música, Artes Performáticas, Editoração, Serviços de Computação e Rádio e Televisão. Esta delimitação serve de base para várias outras, que acrescentam ou excluem algum setor, alteram a terminologia, utilizam mais algum critério de divisão (FIRJAN, 2008.).

Bastante utilizada em conjunto com o modelo do DCMS, há a proposta *Frontier Economics* (ou Abordagem de Camadas). As atividades ligadas ao setor criativo são alocadas em camadas de acordo com o grau de importância na agregação de valor criativo do bem/serviço criado pelo setor. A primeira camada é composta pelas atividades que tem na criatividade a sua essência. A segunda camada pelas atividades de apoio direto à primeira camada. A terceira camada inclui a produção do artefato industrial utilizado no apoio ao processo criativo. A quarta camada é composta pela manipulação de matérias-primas e venda por atacado de produtos (equipamentos culturais) que permitem o usufruto do produto derivado da indústria criativa. A última camada inclui a venda (varejo) para o consumidor final (LIMA JÚNIOR; GATTO; LEITE, 2011).

A abordagem do modelo de textos simbólicos se baseia nos textos ou mensagens simbólicas que são produzidos, distribuídos e consumidos no setor para a sua delimitação, admitindo, então, a forma como se dá a difusão de tais textos. Para tanto, três grupos são delimitados: núcleo, incluindo propaganda, filmes, música, internet, publicação, rádio e TV, jogos de computador e vídeo; indústrias culturais periféricas, que são as artes criativas; indústrias culturais limítrofes, englobando eletrônica de consumo, moda, software e esporte (LIMA JÚNIOR; GATTO; LEITE, 2011; BUAINAIN *et al*, 2011).

Há, ainda, o modelo de *copyright* e o modelo proposto pela UNCTAD que podem ser destacados. O modelo de *copyright* se baseia nas indústrias direta ou indiretamente envolvidas na criação e protegidas por *copyright*, distinguindo as indústrias que realmente produzem o bem, a propriedade intelectual, das que são responsáveis por levar o produto ao consumidor. A proposta da UNCTAD distingue as atividades relacionadas à cultura (*upstream*), onde o valor reside nas próprias atividades e produtos, das atividades relacionadas ao mercado (*downstream*), onde o valor se dará através da aplicação dos seus *outputs* em outras atividades econômicas (LIMA JÚNIOR; GATTO; LEITE, 2011; LATOEIRA, 2007).

Para fins de estudos que visem mapear setores criativos não há uma classificação que seja por si só totalmente certa ou errada, mas maneiras diferentes de interpretação das características estruturais da produção industrial, conforme salienta Buainain *et al* (2011). As formas como as indústrias são observadas, bem como os critérios dessas observações podem variar bastante de país para país, devendo-se, então, ter um cuidado ainda maior quando o estudo tentar fazer comparativos entre países diferentes. No caso do Brasil, alguns dos modelos descritos já foram utilizados, inclusive o da UNCTAD, utilizado neste trabalho, de acordo com as modificações propostas por FIRJAN (2008).

Um dos motivos que levam a essa não padronização da delimitação do campo da indústria criativa, repousa nas particularidades que os bens/serviços considerados criativos possuem, sempre destacadas pelos mais diversos autores que se propõem a escrever sobre o tema. Algumas dessas principais particularidades são, também, destacadas a seguir.

2.3 Aspectos Microeconômicos dos Bens Criativos

Sabendo-se que desde os primeiros debates sobre a cultura no campo econômico, os principais entraves para a conciliação destas áreas se concentravam nas características particulares que os bens e serviços considerados culturais detêm, faz-se interessante uma breve explanação de alguns pontos destas características, observando quais são os principais aspectos microeconômicos dos bens criativos que fazem com que estes requeiram uma atenção diferenciada. Conforme salienta Reis (2007, p. 18), “sendo uma disciplina relativamente nova, a economia da cultura desafia alguns pressupostos básicos da teoria econômica e exige adaptações”.

A definição econômica tradicional de mercadoria se baseia nos critérios estabelecidos por Debreu e Lancaster, que leva em conta a qualidade do bem (propriedades físicas), o período e lugar de disponibilidade e os condicionantes de sua entrega. No que se refere à qualidade, assume-se que seja uma característica mensurável e universalmente reconhecida. Contudo, os bens culturais/criativos não se inserem totalmente neste tipo de definição, pois a qualidade artística responde a uma avaliação subjetiva, impossibilitando uma classificação objetiva universal. Com isso, frequentemente se convencionou a classificação de qualidade do bem artístico na sua originalidade. Essa originalidade, por sua vez, se baseia na autenticidade, na unicidade e na inovação que os bens detêm (TOLILA, 2007).

Reis (2007) atenta para a ressalva feita por Alfred Marshall em relação à lei das utilidades marginais decrescentes, pela qual a utilidade marginal do consumo de determinado

bem diminui com o consumo de mais unidades. Os bens criativos não seguiriam, então, essa premissa, pois fomentam a criação do hábito – quanto mais bens culturais o indivíduo consumir, mais apreciação por eles terá. Atenta também para o caráter insubstituível das criações culturais, uma vez que guardam pouca semelhança entre si, atendo-se, então, a questão da originalidade anteriormente citada.

Os bens e serviços do setor criativo não apresentam também as características de exclusividade e rivalidade, presentes na teoria padrão. Os bens são exclusivos à medida que se pode ser impedida a sua obtenção e rivais quando o seu uso em determinado momento impede que outro indivíduo usufrua do mesmo simultaneamente. Os bens criativos, em parte ou em sua totalidade, não parecem se enquadrar nestas classificações, sendo observados como bens não exclusivos e não rivais e, portanto, apresentando características de bens coletivos (TOLILA, 2007).

Estas características de bens coletivos, por sua vez, denotam a existência de externalidades positivas no consumo dos bens criativos. Valiati (2011) expõe alguns benefícios (externalidades positivas) que os agentes podem estar desfrutando ao consumir tais bens: criação de legado, fortalecimento do sentimento de identidade nacional/regional, incentivos para a economia local, melhorias sociais, dentre outros. Este autor especifica, assim, que as externalidades provenientes não são apenas de “valores econômicos, mas também de valores implícitos de difícil mensuração a partir da ótica econômica ortodoxa que são encaixados na teoria como falhas de mercado.” (VALIATI, 2011, p. 8).

Na área dos bens culturais, nota-se a frequente existência de monopólio, permitindo que o produtor estabeleça um preço superior ao custo marginal, que seria o praticado no mercado perfeitamente competitivo. Este fato restringe alguns consumidores de adquirir os bens culturais e contribui para denotar a predominância de uma lógica de oferta neste mercado, ao contrário da lógica de demanda tradicional. Outro ponto a ser destacado diz respeito às informações dos agentes no mercado cultural, que geralmente são assimétricas, onde alguns indivíduos dispõem de vantagens por conhecerem melhor os produtos (TOLILA, 2007; VALIATI, 2011).

A subjetividade dos bens criativos, caracterizados como intangíveis, faz com que alguns autores se preocupem ainda com a questão da sua valoração, uma vez que o valor que um indivíduo estabelece para determinada obra pode levar em consideração não apenas o seu valor monetário, mas outras preferências de difícil mensuração para os padrões neoclássicos. Os instrumentos econômicos não se adéquam facilmente para mensurar valores intangíveis (REIS, 2007; VALIATI, 2011).

Reis (2007) debate a questão do valor no mercado cultural/criativo, apontando um caráter dual, pois os bens e serviços culturais apresentam uma mensagem simbólica juntamente com uma representação econômica:

Há um mercado físico para as obras de arte e um mercado paralelo para as idéias, que são um atributo ou produto necessário dessas obras. O mercado físico determina o valor econômico da obra; o mercado das idéias determina seu valor cultural. O fato de a obra física ser o veículo transmissor da idéia a transforma de bem econômico ordinário em bem cultural (THORSBY, 2003, *apud* REIS, 2007, p. 20).

O valor econômico vai além do valor financeiro, compreendendo, por exemplo, os impactos econômicos que o bem gera para a economia local, apesar de haver técnicas que se proponham a expressá-lo nestes termos. O valor cultural se apresenta sob um conjunto de fatores que em determinados casos podem até serem conflitantes, sendo os seis principais: valor estético – conjunto de percepções de valor estabelecido por determinado grupo no momento histórico em que é feito; valor social – atribuído por uma sociedade a um bem que reflete sua identidade; valor de existência – satisfação do indivíduo pela existência de determinado bem; valor espiritual – atrelado às crenças e simbologias; valor político – determinado por ideologias; valor histórico – valor adquirido ao longo do tempo quando as representações se tornam únicas de um período (REIS, 2007).

Com isso, observa-se a predominância da incerteza no contexto da indústria criativa e o papel determinante da oferta, diferentemente da dominância da demanda dos mercados convencionais. Tais particularidades denotam, também, uma necessidade visível no mercado de bens criativos: a intervenção estatal. A imprevisibilidade deste mercado aliada à influência da lógica de oferta intensifica a atuação do Estado no intuito de preservar as atividades culturais, uma vez que apresentam um grande impacto socioeconômico para os agentes bem como para a sociedade como um todo.

2.4 Políticas Públicas e Cultura

Na Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural realizada em Mônaco em 1972, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) definiu as políticas públicas para a cultura como:

Conjunto de princípios operacionais, práticas sociais conscientes e deliberativas e procedimentos de gestão administrativa e prevista de intervenção ou não, que devem servir de base para a ação do Estado no que tange a satisfação de certas necessidades culturais mediante o emprego ótimo de recursos materiais e humanos de que a sociedade dispõe em um momento dado (UNESCO, 1972 *apud* VALIATI, 2011, p. 16).

Desde as primeiras análises da cultura sob a ótica econômica, a participação do Estado no setor criativo sempre foi mencionada e geralmente apoiada. À medida que as características dos bens criativos vão sendo observadas e debatidas, essa importância do setor público fica mais visível e converge ao consenso. Características como assimetria de informações, tendências de monopólio, externalidades positivas e bens coletivos fazem com que seja necessário que haja fomentadores neste mercado, em especial o setor público.

No trabalho precursor de Baumol e Bowen, a presença destes agentes fomentadores é apontada como estritamente necessária para as atividades culturais e o Estado deveria assumir este papel, principalmente a partir de subsídios. Estes subsídios promoveriam redução de preços, dando mais possibilidades a determinadas classes para usufruir dos bens culturais, o que, conseqüentemente, promoveria uma política de inclusão. Poderia, também, aumentar a oferta destes bens, já que ainda seriam tão escassos no mercado (REIS, 2007; BENHAMOU, 2007; VALIATI, 2011).

No contexto das políticas públicas, o interesse da sociedade é a questão central, em detrimento do mercado propriamente dito. No lugar do preço, trata-se, então, da propensão a pagar dos indivíduos ou do quanto parece ser justo que seja investido em determinada atividade cultural. Portanto, o governo tem que contrabalancear a propensão a pagar coletiva e os benefícios que são gerados para a sociedade. Diversas são as razões que podem levar o governo a decidir investir em um bem cultural público, sendo que maioria delas tem relação com as externalidades positivas que ele pode proporcionar: qualidade de vida, valorização da identidade nacional e da diversidade, preservação de aspectos históricos, elevação da autoestima, dentre outros (REIS, 2007).

Dessa forma, há a necessidade de se compreender os efeitos causados pela cultura na sociedade em geral. Para tanto, é imprescindível que haja uma relação interdisciplinar nas atuações públicas, principalmente com a Sociologia e a História, agregando conceitos que a princípio podem parecer não econômicos. Valores, crenças, tradições são responsáveis por certa modelagem das preferências dos indivíduos e, conseqüentemente, podem alterar seu comportamento econômico. Com isso, as políticas públicas não podem se restringir a

instrumentos e aspectos estritamente econômicos, se limitando à perspectiva neoclássica (VALIATI, 2011).

Alguns autores defendem a atuação do Estado não apenas através de subsídio, mas também como agente financiador e responsável por administrar uma série de atividades culturais, principalmente no que diz respeito às estruturas físicas. Algumas razões para essa participação estatal são expostas, por exemplo: os indivíduos podem se beneficiar pela existência de bens culturais, mesmo que no curto prazo não os consumam, já que este valor atribuído não apresenta sinalizações de demanda que se expressem na formação de um mercado (FREY, 2001 *apud* VALIATI, 2011).

Apesar de não haver um consenso da magnitude da atuação que o Estado deve ter no setor criativo, é notável nos trabalhos sobre o tema a identificação do setor público como de grande importância para o setor, seja como agente fomentador ou regulador. O debate nos próprios governos trata, então, de especificar o quanto e como deve ser gasto do orçamento nas atividades culturais.

Por fim, conforme evidencia Valiati (2011):

Para que certa atividade cultural seja passível de políticas públicas é imperativo reconhecer que tal atividade cria um sentimento de pertencimento à maioria, ou seja, exista um consenso social que legitime tal ação pública. É indispensável, então, mapear todas as relações complexas entre os agentes e as instituições que se articulam no sistema cultural e, a partir daí, formular um diagnóstico que revele o funcionamento adequado da realidade social vinculada aos fenômenos culturais. É esse diagnóstico que vai disponibilizar ferramentas para elaborar um modelo justo para implementação de tais ações públicas, buscando uma distribuição dos bens culturais igualitária e acessível a todos (VALIATI, 2011, p. 20).

O capítulo apresentado fez uma caracterização da Economia Criativa, destacando alguns pontos relevantes da mesma, suas principais características, que são de extrema importância para entender as metodologias de delimitação do setor. Tal delimitação se faz necessária para o prosseguimento dos capítulos a seguir, que tratam de expor a situação do setor criativo brasileiro, através de um dimensionamento da Economia Criativa no país e dos cálculos dos índices propostos para a Região Nordeste. Dessa forma, tendo-se analisado as características do setor, pode-se tecer melhores considerações acerca do mesmo nos capítulos seguintes.

CAPÍTULO III - ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

País de imensa diversidade cultural/criativa e comumente mencionado como nação com grande potencial criativo, o Brasil acompanhou a evolução da Economia da Cultura de maneira lenta, como a maioria dos países. Um dos pontos negativos dessa lentidão se reflete na ausência de trabalhos sobre o tema e, principalmente, na falta de um sistema de dados completo que possa ajudar no dimensionamento do setor criativo no país e, conseqüentemente, prejudica o avanço de políticas públicas de fomento ao setor. Entretanto, os meios disponíveis são suficientes para algumas considerações importantes.

O capítulo a seguir trata de fazer uma breve exposição da Economia Criativa no Brasil, iniciando com uma contextualização histórica da sua evolução, para, em seguida, tecer considerações sobre o dimensionamento da indústria criativa no país, onde são expostos dados sobre estabelecimentos, vínculos empregatícios e remuneração da indústria criativa nacional, bem como comparativamente ao setor nos estados.

3.1 Economia Criativa no Brasil: Breve Contextualização Histórica

Brant (2009) faz uma contextualização histórica das ações governamentais em relação à cultura no Brasil desde a colonização portuguesa até a primeira década do século XXI. Para este autor, a precariedade cultural implantada pelo modo colonial português somente teve as primeiras ações ocorridas depois da chegada de Dom João VI e a corte ao Rio de Janeiro, na tentativa de conseguir certo conforto longe da capital ao se deparar com a precariedade e a miséria cultural, intelectual e tecnológica da colônia. No entanto, também eram criados mecanismos que restringiam o acesso à cultura e educação somente à elite, como uma forma de manter a superioridade dos colonizadores sobre os colonizados. Inicia-se, assim, a criação de bibliotecas, museus e escolas de belas artes.

A “Missão Francesa” foi responsável por oficializar o início do ensino artístico no Brasil, caracterizando certo rompimento com o passado colonial. O fomento às atividades culturais se daria basicamente por incentivos para os artistas locais estudarem fora do país (principalmente na Europa), mas nem todas as atividades eram incentivadas, como o cinema e a fotografia, pois não eram aceitas formas de manifestação artística. Já as manifestações culturais das camadas fora da elite eram vistas como inferiores e sem valor para a economia nacional (BRANT, 2009).

O desenvolvimento da colônia aos poucos vai expandindo o trabalho cultural, inclusive com a expansão do efetivo ensino artístico (fortemente influenciado pela cultura europeia). As elites emergentes que vão se formando no país são influenciadas pela elite portuguesa e as manifestações culturais das camadas mais pobres continuam sendo excluídas. Somente na Era Vargas, após a revolução de 1930, a situação cultural sofreria algumas mudanças, pois o Estado passaria a atuar em diversas áreas que antes não eram buscadas pelos seus representantes. Vargas tenta iniciar um processo de desenvolvimento da cultura nacional, por meio do fortalecimento das indústrias culturais e a criação das primeiras universidades, o que levou a certa independência dos produtores. A partir de então, diversas iniciativas integram a atuação do governo no desenvolvimento cultural nacional (BARBALHO, 2007 *apud* BRANT, 2009).

Após os anos 1940, os investimentos passam a ser realizados em maior parte pela iniciativa privada com o Estado voltando a assumir o papel de principal fomentador apenas em 1961. No período militar as políticas implantadas no sentido de fortalecer a cultura nacional eram apenas formas de controle e direcionamento do processo cultural. Em 1985, com a abertura da política nacional, é criado o Ministério da Cultura em meio à decadente estrutura econômica do país. Novamente o Estado passa a atuar de maneira mínima, apenas como estimulador da produção. Somente a partir de 2002, o Ministério da Cultura volta a ter seu fortalecimento acentuado e inicia-se a tentativa de o governo reassumir a responsabilidade cultural em todas as instâncias da sociedade (BRANT, 2009).

Apesar dos avanços ao longo das últimas décadas, ainda são escassos no Brasil trabalhos que se dediquem a estudar a economia criativa, sejam com abordagens mais quantitativas ou qualitativas, o que, em parte, é explicado pela própria falta de apoio nas décadas passadas e pela falta de uma estrutura de dados formalizada e bem organizada. Como ainda não houve tal estruturação, ainda são poucos os estudiosos que se propõem a analisar as características do setor cultural no Brasil, o que não reflete a importância deste setor no país como um todo e nas questões de desenvolvimento regional, onde ele é de extrema importância.

Voltando-se à Região Nordeste, que será o nível de abrangência deste estudo, a situação é ainda mais precária. Os poucos trabalhos sobre a indústria criativa se detêm aos dados a nível nacional, sem se ater a análises voltadas para as regiões, o que novamente se explica em parte devido à carência de estatísticas organizadas e confiáveis. No entanto, a metodologia que será aqui utilizada, foi parcialmente adotada por Gatto *et al.* (2011) para a indústria criativa pernambucana. O trabalho se propôs a mapear as atividades criativas no

estado, observando quais municípios possuíam potenciais em alguns dos setores criativos. Tal metodologia é de grande importância para a análise da indústria cultural, uma vez que serve como base para identificar localidades propícias a investimentos por parte do governo, visando fomentar as atividades e direcionar políticas de desenvolvimento regional.

Atualmente está em andamento o Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011 a 2014, vinculado ao Ministério da Cultura, que expõe os seguintes desafios para a economia criativa brasileira, necessários para a elaboração e implementação de políticas eficientes (BRASIL/Ministério da Cultura, 2011a):

- Levantamento de informações e dados da economia criativa: os dados atualmente levantados sobre a economia criativa nacional são considerados insuficientes no sentido de permitir uma compreensão ampla e detalhada das características e potenciais que o setor criativo do país possui;

- Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos: é claramente difícil o acesso a recursos financeiros por parte dos empreendedores criativos, seja pelas agências de fomento ou pelos bancos públicos e/ou privados, principalmente devido à dificuldade de ofertar garantias por parte dos empreendimentos criativos e ao despreparo dos bancos em se relacionar com estruturas de negócios diferentes dos setores industriais mais tradicionais;

- Educação para competências criativas: ainda são escassos no país profissionais com formação para o desenvolvimento e aperfeiçoamento de competências criativas, bem como um grande déficit de ofertas de cursos e possibilidades de qualificação nesse sentido;

- Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos: há a necessidade de políticas que se adéquem às diferentes realidades dos ciclos de criação/produção/distribuição dos diversos setores criativos que sofrem grandes mudanças de determinada atividade para outra, pois historicamente o fomento público tem privilegiado a etapa de criação;

- Criação/adequação de Marcos Legais para os setores criativos: a ausência de marcos legais tributários, previdenciários, trabalhistas e de propriedade intelectual que atendam as especificidades do setor impedem o desenvolvimento das atividades criativas, sendo necessária a promoção de um arcabouço jurídico favorável.

Paralelamente, o Ministério da Cultura implanta o Sistema Nacional de Cultura (SNC) que objetiva formular e implantar políticas públicas de cultura pactuadas entre o governo e a sociedade civil, com promoção do desenvolvimento com pleno exercício dos direitos culturais e acesso aos bens e serviços do setor criativo. O SNC tem como metas, então: estabelecer um

processo democrático de participação na gestão das políticas e dos recursos públicos na área cultural; articular e implementar políticas públicas que promovam a interação da cultura com as demais áreas sociais; promover o intercâmbio entre os entes federados a formação, capacitação e circulação de bens e serviços culturais; criar instrumentos de gestão para acompanhamento e avaliação das políticas públicas de cultura; estabelecer parcerias entre os setores público e privado nas áreas de gestão e promoção da cultura (BRASIL/Ministério da Cultura, 2011b).

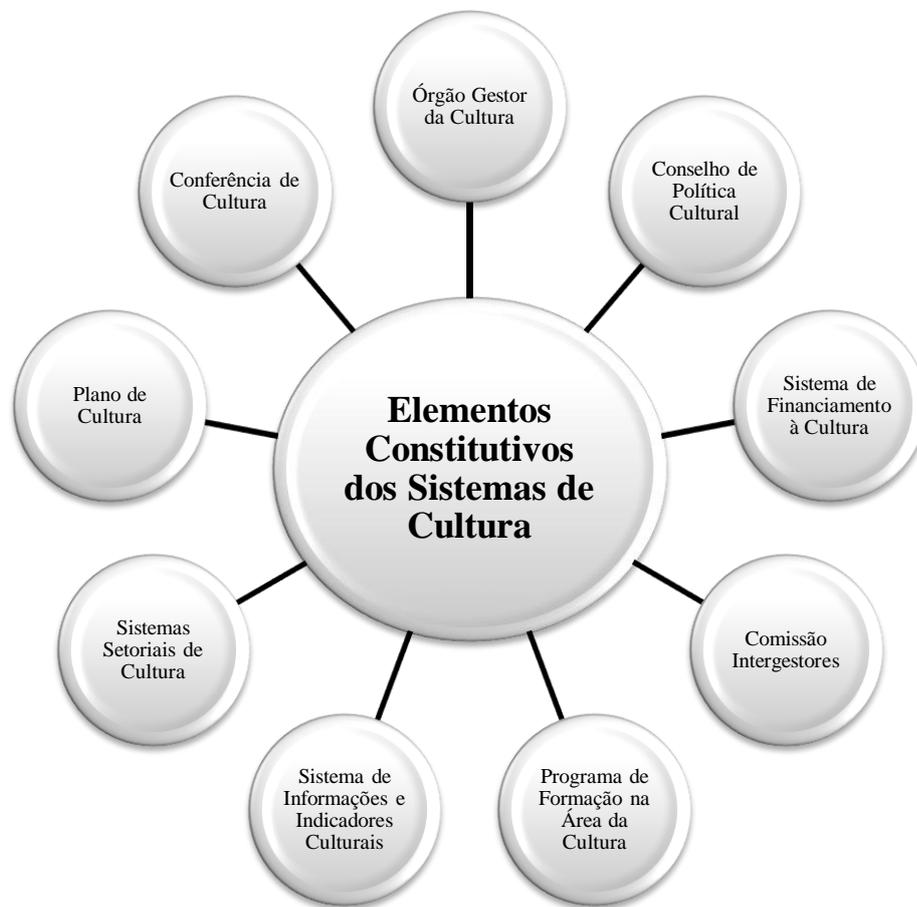
Esse sistema visa proporcionar um modelo de gestão e promoção conjunta de políticas de cultura, onde haverá a participação dos entes da federação e da sociedade civil e tendo como órgão gestor e coordenador o Ministério da Cultura (âmbito nacional), mas com um direcionamento em cada esfera do governo em seu âmbito de atuação, através das secretarias estaduais, distrital e municipais. O SNC é integrado pelos sistemas estaduais, distrital e municipais de cultura que estão sendo criados, visando uma maior coordenação e cooperação intergovernamental da gestão pública da cultura no país (BRASIL/Ministério da Cultura, 2011b).

Dessa forma, cada ente federado deve instituir alguns elementos no seu sistema de cultura (nos âmbitos nacional, estadual, distrital e municipal, com seus respectivos órgãos responsáveis), visando uma padronização nacional que proporcione maior eficiência na gestão dos dados, conforme Figura 3.1.

Cada esfera do poder público deverá constituir o Sistema de Cultura com tais elementos, visando alcançar todas as formas de atividades culturais a nível nacional, a partir da desagregação das mesmas nos níveis estadual, distrital e municipal, o que será de extrema importância para a construção de uma base de dados sólida, abrangente e confiável.

Vê-se, então, que o Governo Federal, através do Ministério da Cultura, está tentando mudar o quadro em que se encontra a Economia Criativa no país. À medida que é exposta a dimensão e a importância do setor criativo, os trabalhos que fazem análises sobre o mesmo vão surgindo e impulsionando cada vez mais estudos sobre o tema. O trabalho aqui exposto, através da metodologia apresentada, visa, também, contribuir para o aprofundamento das questões culturais na economia e o reconhecimento definitivo da Economia Criativa nos debates dos meios econômicos na região analisada, bem como no país como um todo.

Figura 3.1 – Elementos Constitutivos dos Sistemas de Cultura.



Fonte: Ministério da Cultura, 2011.

3.2 Dimensionamento da Cadeia da Indústria Criativa do Brasil

Partindo da definição de indústria criativa proposta pela UNCTAD em 2008, mencionada anteriormente, FIRJAN (2008) propõe uma definição para o caso brasileiro, composta por três grandes áreas, que levam em consideração a utilização da criatividade e capital intelectual como insumos primários, bem como seus ciclos de criação, produção e distribuição. Com isso, a proposta seria uma adaptação do estudo britânico, resultando, assim, na divisão das áreas constantes no Núcleo, nas Atividades Relacionadas e nas Atividades de Apoio.

A definição do núcleo inclui os segmentos Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, *Software* & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. Tem-se, então, que as atividades que compõem o núcleo são aquelas que têm na criatividade a parte principal do processo produtivo. As áreas

relacionadas, por sua vez, incluem os setores de provisão direta de bens e serviços ao núcleo, sendo geralmente compostas por indústrias fornecedoras de materiais e elementos fundamentais ao seu funcionamento. O terceiro grupo, chamado de áreas de apoio, também se enquadra como de provisão de bens e serviços ao núcleo, mas de maneira indireta, diferentemente das atividades relacionadas. O exemplo abaixo, exposto por FIRJAN (2008), sintetiza de maneira clara a divisão dos três grupos de atividades em relação à produção de gravações musicais:

O produtor musical vai adquirir instrumentos musicais para tornar real a composição. Neste processo, a criação musical será considerada como núcleo, a fabricação de instrumentos musicais e a gravação pertencem à indústria relacionada. A comercialização do CD resultante da criação musical faz parte da atividade de apoio. Desta forma, para avaliar a importância econômica da indústria criativa, é fundamental percebê-la como uma cadeia, onde se incluem os setores de provisão direta ao núcleo – denominadas atividades relacionadas – e os setores de provisão indireta – ou apoio (FIRJAN, 2008, p 13-14).

Com essa definição, os setores da CNAE 2.0 foram divididos entre os três grupos (núcleo, atividades relacionadas e atividades de apoio), conforme Apêndice. Das 673 classes da CNAE 2.0 (nível de agregação de quatro dígitos), 183 foram associadas às atividades criativas, sendo 42 pertencentes ao núcleo, 68 pertencentes às atividades relacionadas e 73 associadas às atividades de apoio.

A seguir são expostas algumas considerações sobre a dimensão da cadeia criativa no Brasil (a partir do número de estabelecimentos, vínculos empregatícios e renda).

3.2.1 Estabelecimentos

A RAIS, além de obter dados sobre os empregados formais das instituições, obtém informações sobre os estabelecimentos aos quais os mesmos estão vinculados, como tamanho, tipo de estabelecimento, quantidade de vínculos. Dessa forma, torna-se interessante observar como estão distribuídos (a nível nacional) os estabelecimentos ligados à cadeia criativa.

Em um panorama geral, temos os seguintes totais de estabelecimentos (Tabela 3.1), por grupo de atividades:

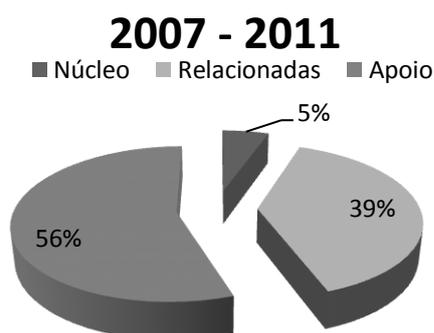
Tabela 3.1 – Estabelecimentos da Cadeia Criativa Nacional por Grupo de Atividades (2007-2011).

	2007	2008	2009	2010	2011
Núcleo	52.420	55.202	58.470	63.373	68.697
Atividades Relacionadas	377.520	400.956	421.777	453.881	485.789
Atividades de Apoio	534.864	573.111	604.092	649.336	692.705
Total	964.804	1.029.269	1.084.339	1.166.590	1.247.191
Total Economia Nacional	2.935.448	3.085.470	3.223.514	3.403.448	3.590.616

Fonte: Elaboração própria com base nos dados das RAIS 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

Em relação ao setor criativo em si, nota-se que as proporções de cada grupo em relação ao total do setor criativo permaneceram constantes durante todos os anos do período observado, conforme Figura 3.2. As atividades de apoio são responsáveis por mais da metade da cadeia criativa completa, ficando concentrado no núcleo 5% do total. Como o apoio é responsável pela provisão indireta de bens e serviços ao núcleo, o seu leque de atividades é bem maior. Citando-se o setor de distribuição/comercialização dos bens criativos (que se encaixa no apoio) como exemplo, pode-se notar que a quantidade de estabelecimentos necessários às suas atividades necessariamente serão maiores. Enquanto a produção/criação do bem do núcleo se dá em poucos estabelecimentos, a sua reprodução/comercialização se dará em uma quantidade de estabelecimentos bem maior.

Figura 3.2 – Proporção de Estabelecimentos por Grupo de Atividades da Cadeia Criativa.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Relacionando o setor criativo comparativamente à economia nacional, nos anos observados, a cadeia criativa deteve pouco mais de 30% dos estabelecimentos empregatícios totais do país (32,87% em 2007; 33,36% em 2008; 33,64% em 2009; 34,28% em 2010; 34,74% em 2011), se mantendo crescente em todo o período e destacando a importância que o

setor possui na economia nacional. Ressalte-se, entretanto, que esses dados se referem à cadeia criativa completa (núcleo, atividades relacionadas e atividades de apoio), devendo-se, então, ter bastante atenção ao tecer comentários sobre este dimensionamento.

Desagregando a observação por grupo de atividades na Tabela 3.2, observam-se os seguintes percentuais:

Tabela 3.2 – Participação dos Grupos da Cadeia Criativa Nacional na Economia Total (2007-2011).

	2007	2008	2009	2010	2011
Núcleo	1,79%	1,79%	1,81%	1,86%	1,91%
Atividades Relacionadas	12,86%	12,99%	13,08%	13,34%	13,53%
Atividades de Apoio	18,22%	18,57%	18,74%	19,08%	19,29%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados das RAIS 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

Nota-se, por exemplo, que, dos 34,74% da participação da cadeia criativa em 2011, 19,29% eram devido às atividades de apoio, 13,53% devido às atividades relacionadas e 1,91% relativos ao núcleo da indústria criativa. Contudo, vale salientar que as atividades pertencentes ao núcleo são bastante restritas, o que ocorre com menos intensidade nos demais grupos, o que deve ser levado em consideração ao se observar tais percentuais para que não se subestime a relevância dos valores encontrados para o núcleo da cadeia criativa. Contudo, evidencia-se que a cadeia criativa possui grande importância no país, principalmente se levarmos em consideração que as informações aqui apresentadas não computam os dados informais da cadeia, o que provavelmente agregaria um número relevante de estabelecimentos às observações.

3.2.2 Vínculos Empregatícios

A partir das definições anteriores, tem-se o seguinte quadro evolutivo geral do emprego da indústria criativa (Tabela 3.3) para o período a ser analisado posteriormente (2007-2011) e para os três grandes grupos:

Tabela 3.3 – Empregos da Cadeia Criativa Nacional por Grupo de Atividades (2007-2011).

	2007	2008	2009	2010	2011
Núcleo	664.368	730.795	773.745	865.881	924.907
Atividades Relacionadas	3.132.865	3.274.094	3.429.741	3.763.232	3.899.315
Atividades de Apoio	2.813.422	3.142.860	3.384.981	3.875.396	4.263.657
Total	6.610.655	7.147.749	7.588.467	8.504.509	9.087.879
Emprego Economia Nacional	37.607.430	39.441.566	41.207.546	44.068.355	46.310.631

Fonte: Elaboração própria com base nos dados das RAIS 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

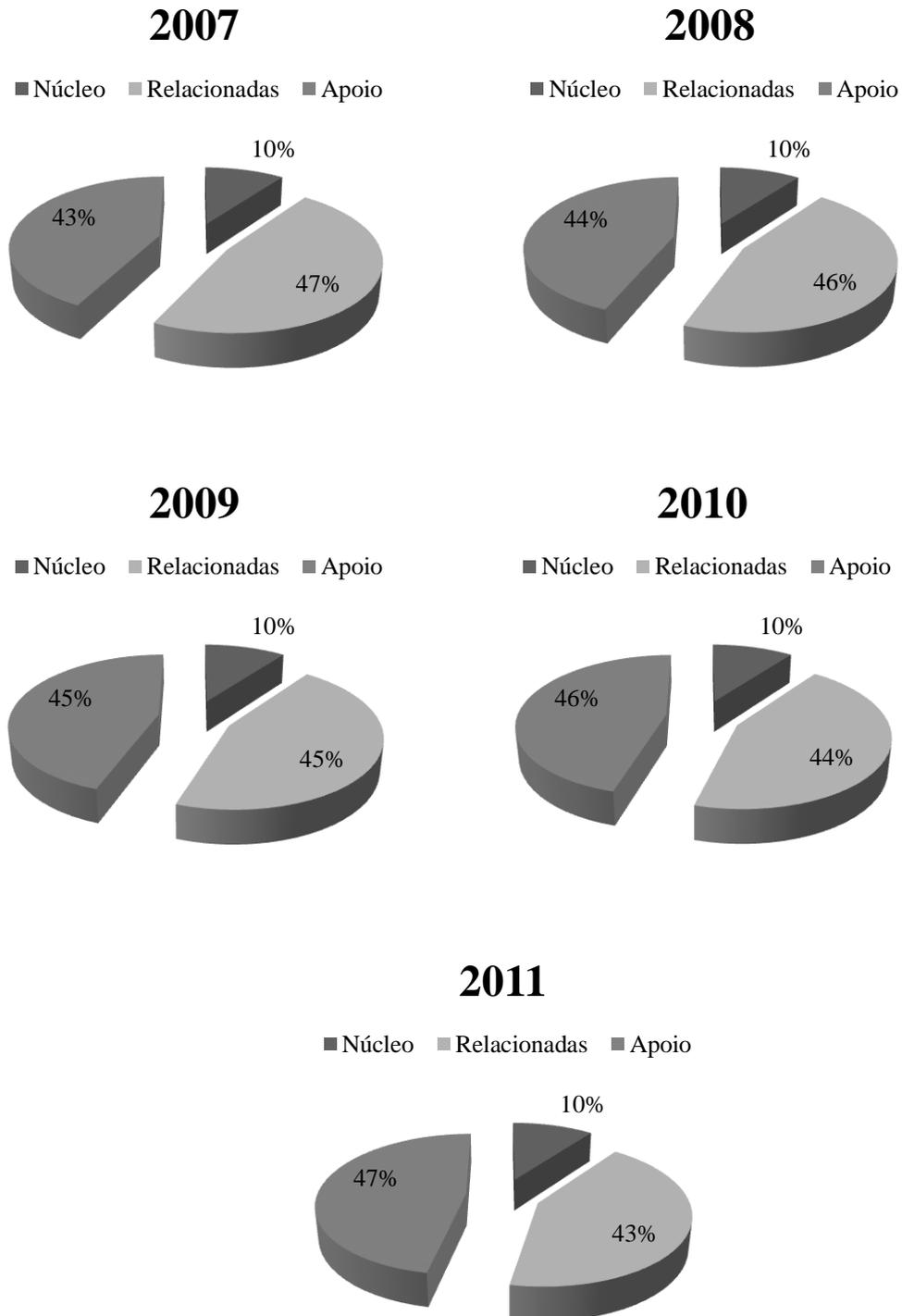
Nota-se, como já é de se esperar, que há uma grande discrepância entre a dimensão dos três grupos da cadeia criativa (dos empregos formais dos mesmos), principalmente em relação ao núcleo, até mesmo pelo fato de ser o que possui o menor número de atividades. Interessante, no entanto, tecer algumas observações a respeito dos dados apresentados.

O núcleo apresentou a menor dimensão da cadeia em todos os anos do período especificado, mas a relação das atividades relacionadas e de apoio não foi constante – entre 2007 e 2009 as relacionadas respondiam pela maior parte da cadeia, mas a partir de 2010 as atividades de apoio se tornam maiores (em termos de pessoal empregado), apesar de a sua quantidade de estabelecimentos ter se mantido maior em todos os anos observados e não apenas nos dois últimos, como pôde ser visto na seção anterior. A Figura 3.3 adiante demonstra bem essas relações.

Apesar de haver um crescimento da cadeia criativa como um todo, a proporção relativa do núcleo continua praticamente a mesma nos anos observados, sendo responsável por 10% do total. A maior participação das atividades de apoio pode ter se dado devido à difusão crescente dos bens criativos e, conseqüentemente, dos seus processos de distribuição, comercialização nos últimos anos.

Vale salientar que, apesar de ser o grupo de menor dimensão da cadeia criativa, o núcleo é o que deve ser melhor observado, pois é nele que se concentram as atividades com maior relação com a criatividade (que possui na criatividade a parte principal do processo). Com isso, o fato de ser observado como o menor grupo da cadeia é exatamente pelo fato de ser a sua essência, a sua parte principal.

Figura 3.3 - Proporção de Empregos por Grupo de Atividades da Cadeia Criativa no Brasil (2007-2011).



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Voltando-se para o dimensionamento do setor criativo em relação ao emprego nacional, sob um olhar abrangente, observa-se que a cadeia da indústria criativa (núcleo,

atividades relacionadas e de apoio) tem sido responsável por uma parcela considerável do emprego total nacional: 17,58% em 2007; 18,12% em 2008; 18,42% em 2009; 19,30% em 2010; 19,62% em 2011. Contudo, novamente é necessário ressaltar que se deve ter bastante atenção ao analisar esta abrangência, pois, como mencionado anteriormente, as atividades do núcleo é que tem na criatividade a parte principal do processo produtivo, devendo, então, ser o grupo com maior enfoque de análises para que não se corra o risco de superestimar o setor criativo, principalmente devido às atividades de apoio.

Atendo-se, então, a dimensão de cada grupo separadamente (Tabela 3.4), obtêm-se os seguintes dados:

Tabela 3.4 – Participação do Emprego da Cadeia Criativa na Economia Nacional (2007-2011).

	2007	2008	2009	2010	2011
Núcleo	1,77%	1,85%	1,88%	1,96%	2,00%
Atividades Relacionadas	8,33%	8,30%	8,32%	8,54%	8,42%
Atividades de Apoio	7,48%	7,97%	8,21%	8,79%	9,21%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Vê-se que a participação do emprego de todos os grupos da cadeia criativa em relação ao emprego total nacional tem aumentado no período (com pequenas inversões nas atividades relacionadas em 2008 e 2011, mas que também aumento no período total), o que reforça a premissa de que o setor criativo tem crescido no país, com margem para alcançar níveis de crescimento ainda maiores, conforme grande maioria dos estudos sobre o tema têm observado para o caso brasileiro, inclusive os realizados pelo Governo Federal.

Vale ressaltar que os dados acima expõem apenas as relações de emprego formal declaradas na RAIS, deixando de fora todas as atividades culturais que são praticadas de maneira informal. Como é de conhecimento comum, no Brasil é visível a quantidade de manifestações culturais informais, e de indivíduos que delas dependem, é muito grande. Caso os dados computassem também a informalidade, muito provavelmente os percentuais acima seriam maiores, principalmente das atividades do núcleo, que é o grupo que está sob o enfoque deste trabalho.

Em termos de crescimento do número de empregos formais, a cadeia criativa obteve um salto maior do que a economia nacional, conforme pôde ser observado na Tabela 3.3. Enquanto o emprego nacional total cresceu 23,14% entre 2007 e 2010, o emprego do setor criativo (os três grupos) cresceu 37,47%. Observando cada grupo da cadeia separado, a

diferença em relação ao total continua positiva: as atividades relacionadas cresceram 24,46%, as atividades de apoio tiveram uma elevação de 51,55% e o núcleo obteve um crescimento de 39,22%.

Tais dados evidenciam, então, que a indústria criativa no Brasil está em crescimento, inclusive em percentuais maiores do que a economia como um todo. Novamente, ressalte-se que os dados demonstram apenas os empregos na parte formal da cadeia criativa. No entanto, mesmo sem computar a informalidade, já se pôde observar o crescimento considerável do núcleo da cadeia criativa (bem como dos demais grupos), que deve ser observado pelos formuladores de políticas de fomento do governo.

3.2.3 Remuneração

Em relação aos níveis de renda gerados pelos grupos da cadeia criativa (Tabela 3.5), alguns números se mostram bastante interessantes e são sinteticamente destacados a seguir.

Tabela 3.5 – Remuneração Média (R\$) da Cadeia Criativa no Brasil (2007-2011)

	2007	2008	2009	2010	2011
Núcleo	R\$ 1.798,95	R\$ 1.969,72	R\$ 2.120,30	R\$ 2.293,64	R\$ 2.480,61
Atividades Relacionadas	R\$ 809,98	R\$ 885,45	R\$ 961,58	R\$ 1.051,27	R\$ 1.185,04
Atividades de Apoio	R\$ 1.012,40	R\$ 1.114,70	R\$ 1.176,86	R\$ 1.276,91	R\$ 1.413,56
Total	R\$ 1.207,11	R\$ 1.323,29	R\$ 1.419,58	R\$ 1.540,61	R\$ 1.693,07
Total Economia Nacional	R\$ 1.240,62	R\$ 1.357,33	R\$ 1.461,21	R\$ 1.588,42	R\$ 1.733,21

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Apesar da remuneração média da cadeia criativa completa se apresentar um pouco abaixo da média da economia nacional, os dados de maior destaque são os níveis de renda média dos trabalhadores do núcleo da indústria criativa que foram expressivamente maiores durante o período, apresentando níveis salariais 45% maiores, em média, em relação aos níveis nacionais. O alto valor agregado das atividades pertencentes ao núcleo, e que geralmente exigem elevado grau de instrução, podem explicar boa parte dessa diferença salarial observada.

A remuneração média das atividades relacionadas e de apoio, no entanto, se mantiveram abaixo da média da economia nacional. Um possível fato determinante para as

atividades de apoio obterem uma remuneração média maior é que elas contemplam algumas atividades da indústria de construção (fabricação de cimentos, obras de engenharia, construção de edifícios), que tem apresentado uma elevação de seus níveis de salários nos últimos anos. Em termos percentuais, os salários das atividades relacionadas foram cerca de 34% menores do que o salários médio nacional do período. As atividades de apoio, por sua vez, apresentaram níveis remuneratórios 19% (em média) menores do que o nacional, o que fez com que o salário médio anual da cadeia criativa correspondesse a cerca de 97% do salário nacional total (de todas as atividades).

Uma conclusão importante a ser tirada a partir da Tabela 3.5 é o alto valor que a indústria criativa (representada pelo núcleo) adiciona à economia, o que denota a sua importância no cenário econômico nacional.

3.2.4 A Cadeia Criativa nas Unidades Federativas

Observado o dimensionamento geral da cadeia criativa nacional, é interessante apontar, sumariamente, quais os Estados que se destacam neste cenário, em termos de participação relativa da cadeia criativa na economia estadual.

Tomando-se como base os vínculos empregatícios correspondentes ao ano de 2011², obtêm-se os números constantes na Tabela 3.6 (em termos de percentual do emprego total do estado – em relação à cadeia criativa total e às atividades do núcleo). Como pode ser notado, os resultados são significativamente diferenciados entre a cadeia criativa e apenas o seu núcleo separadamente.

Por exemplo, enquanto o Distrito Federal ocupou apenas a décima sexta posição em relação ao percentual da cadeia criativa, com um número de vínculos empregatícios correspondente a 16,44% do total de emprego de todos os setores, quando se passa a analisar apenas o emprego do núcleo criativo, a UF salta para primeira colocação, atingindo um percentual de 3% do emprego total proveniente das atividades criativas nucleares.

Vale salientar que as principais atividades do DF, que alavancaram os números referentes ao núcleo, giraram em torno da tecnologia da informação, desenvolvimento de programas de computador e atividades de publicidade.

Em relação aos estados nordestinos, observa-se o destaque de Pernambuco e do Ceará, principalmente o do estado pernambucano, que, em relação ao núcleo da indústria criativa, só

² Os resultados dos demais anos foram bastante semelhantes aos de 2011.

ficou atrás do Distrito Federal e das duas maiores economias do país (São Paulo e Rio de Janeiro), no que se refere à participação do emprego da indústria criativa no emprego total da economia do estado. O Ceará teve o segundo maior percentual de participação da indústria criativa na indústria total do próprio estado quando observada a cadeia criativa completa, no entanto, quando observado apenas o núcleo (a parte central da cadeia), ficou apenas em décimo segundo.

Tabela 3.6 - Participação do Emprego da Cadeia Criativa na Economia Total da UF (2011).

UF	Cadeia Criativa	UF	Núcleo
Roraima	8,38%	Amapá	0,61%
Tocantins	10,74%	Acre	0,69%
Amapá	11,01%	Tocantins	0,74%
Acre	11,97%	Roraima	0,79%
Mato Grosso	13,00%	Paraíba	1,01%
Alagoas	13,47%	Amazonas	1,05%
Mato Grosso do Sul	13,63%	Pará	1,06%
Pará	14,35%	Piauí	1,06%
Piauí	15,12%	Sergipe	1,15%
Maranhão	15,38%	Bahia	1,15%
Goiás	16,39%	Mato Grosso	1,21%
Distrito Federal	16,44%	Rio Grande do Norte	1,23%
Rondônia	19,00%	Mato Grosso do Sul	1,27%
Minas Gerais	19,13%	Alagoas	1,28%
Bahia	19,20%	Goiás	1,33%
Paraíba	19,26%	Ceará	1,39%
Sergipe	19,53%	Maranhão	1,44%
Paraná	19,63%	Rondônia	1,53%
Amazonas	19,68%	Minas Gerais	1,60%
Pernambuco	20,14%	Paraná	1,63%
Rio de Janeiro	20,20%	Espírito Santo	1,72%
São Paulo	20,52%	Rio Grande do Sul	1,83%
Rio Grande do Norte	20,66%	Santa Catarina	2,06%
Rio Grande do Sul	20,74%	Pernambuco	2,38%
Espírito Santo	21,17%	Rio de Janeiro	2,62%
Ceará	24,05%	São Paulo	2,64%
Santa Catarina	25,28%	Distrito Federal	3,05%
Brasil	19,62%	Brasil	2,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2011.

Voltando-se para os níveis de renda auferidos pelos trabalhadores formais da indústria criativa (Tabela 3.7), têm-se os seguintes dados (remuneração anual média em 2011):

Tabela 3.7 - Remuneração Média (R\$) da Cadeia Criativa por UF (2011).

UF	Cadeia Criativa	UF	Núcleo	UF	Economia Total
Piauí	975,24	Roraima	1190,97	Ceará	1264,39
Paraíba	998,22	Amapá	1197,30	Alagoas	1270,64
Sergipe	1036,80	Paraíba	1292,21	Paraíba	1293,41
Roraima	1053,69	Sergipe	1300,83	Maranhão	1348,66
Ceará	1079,05	Piauí	1328,83	Piauí	1359,81
Amapá	1079,18	Mato G. Sul	1373,20	Pernambuco	1397,18
Rio G. Norte	1113,03	Acre	1410,74	Rio G. Norte	1444,34
Acre	1122,12	Tocantins	1457,00	Bahia	1444,77
Tocantins	1127,81	Ceará	1509,09	Minas Gerais	1465,70
Alagoas	1137,57	Mato Grosso	1515,16	Goiás	1467,99
Mato G. Sul	1143,36	Goiás	1574,85	Pará	1512,76
Goiás	1227,34	Rio G. Norte	1593,29	Santa Catarina	1534,72
Maranhão	1246,74	Santa Catarina	1667,51	Espírito Santo	1541,70
Mato Grosso	1249,75	Maranhão	1738,47	Mato Grosso	1549,61
Bahia	1321,61	Bahia	1770,74	Mato G. Sul	1576,77
Santa Catarina	1360,92	Alagoas	1771,75	Paraná	1582,05
Pará	1365,47	Paraná	1846,75	Sergipe	1599,75
Minas Gerais	1367,97	Pará	1853,83	Rio G. Sul	1631,28
Espírito Santo	1397,62	Rio G. Sul	1900,48	Rondônia	1644,04
Pernambuco	1409,72	Amazonas	1909,79	Tocantins	1677,06
Rio G. Sul	1415,45	Minas Gerais	1935,92	Amazonas	1724,56
Paraná	1429,32	Rondônia	1989,85	Acre	1752,21
Amazonas	1523,67	Espírito Santo	2071,23	Roraima	1839,60
Rondônia	1572,20	Pernambuco	2072,86	São Paulo	1980,58
Distrito Federal	1964,95	Distrito Federal	2899,61	Rio de Janeiro	2001,77
Rio de Janeiro	2013,64	São Paulo	3030,59	Amapá	2059,61
São Paulo	2101,08	Rio de Janeiro	3136,81	Distrito Federal	3417,80
Brasil	1693,07	Brasil	2480,61	Brasil	1733,21

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2011.

Novamente os estados de São Paulo e Rio de Janeiro e o Distrito Federal se apresentam entre os primeiros em todos os casos. Os dois primeiros, como mencionado anteriormente, devido ao fato de se tratarem dos estados mais desenvolvidos economicamente e o DF por se tratar da UF com maior nível salarial médio do país.

Em relação ao Nordeste, novamente Pernambuco se destaca, quando se trata da indústria criativa, pois, apesar de possuir uma das menores médias salariais do país (em relação a todos os setores), possui a quarta maior média salarial do núcleo da indústria criativa. O salário médio do núcleo criativo pernambucano é, inclusive, cerca de 33% maior do que o salário médio total, o que pode indicar uma forte valorização do setor criativo no estado.

As análises realizadas neste capítulo servem para demonstrar a clara importância do setor criativo para o país (seja da cadeia completa ou apenas do núcleo), à medida que expõe o seu crescimento constante e o seu dimensionamento (mesmo que de maneira sucinta), pois situa a cadeia criativa no cenário nacional, bem como separadamente por estado, servindo inclusive como base para as análises a serem realizadas nos próximos capítulos para os estados (municípios) nordestinos.

CAPÍTULO IV – APLICAÇÃO DOS ÍNDICES DE ESPECIALIZAÇÃO SETORIAL À CADEIA CRIATIVA NORDESTINA

Conforme exposto anteriormente, os índices de especialização/concentração serão aplicados aos estados do Nordeste Brasileiro, com o intuito de identificar possíveis localidades com potenciais para formação de *clusters* criativos. Antes de partir para os cálculos efetivos, no entanto, se faz interessante um rápido dimensionamento da indústria criativa da região (em complementação ao apresentado para o Brasil, na seção anterior). Onde se possa ter uma noção de como está distribuída a atividade criativa entre os estados que compõem a região.

Dessa forma, o capítulo apresentado a seguir faz inicialmente uma breve exposição sobre a região Nordeste, com um dimensionamento da indústria criativa por estado, onde são apresentados alguns dados que devem ser observados antes de iniciar os cálculos dos índices de especialização, pois já podem indicar os estados que provavelmente possuem maiores pesos na indústria criativa total da região. Em seguida serão apresentados os principais resultados encontrados com a aplicação dos índices (Quociente Locacional, Índice de Participação Relativa, Índice de Hirschman-Herfindahl Modificado) para a cadeia criativa total, que complementarão, inclusive, para as análises a serem realizadas no capítulo posterior, onde o enfoque será dado ao núcleo da cadeia criativa.

4.1 Panorama Geral

Contando com nove estados (Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe) e uma população total de aproximadamente 53.081.950 habitantes (cerca de 28% da população nacional)³, o Nordeste brasileiro é tradicionalmente observado como uma região que ainda não conseguiu alcançar os níveis de desenvolvimento das regiões sulistas do país, mas que vem apresentando um crescimento contínuo e elevado nos últimos anos, inclusive acima da média nacional.

Em termos de PIB (Produto Interno Bruto), a região foi responsável pelos valores destacados na Tabela 4.1, no período 2007-2010⁴:

³ Dados do Censo Demográfico 2010 do IBGE.

⁴ O IBGE ainda não havia divulgado os dados completos de 2011.

Tabela 4.1 – PIB por Estado da Região Nordeste (2007-2010).

	2007	2008	2009	2010
Alagoas	17.793.227	19.476.861	21.234.951	24.574.808
Bahia	109.651.844	121.507.056	137.074.671	154.340.458
Ceará	50.331.383	60.098.877	65.703.761	77.865.415
Maranhão	31.606.026	38.486.010	39.854.677	45.255.942
Paraíba	22.201.750	25.696.641	28.718.598	31.947.059
Pernambuco	62.255.687	70.440.859	78.428.308	95.186.714
Piauí	14.135.870	16.760.272	19.032.665	22.060.161
Rio Grande do Norte	22.925.563	25.481.449	27.904.989	32.338.895
Sergipe	16.895.691	19.551.803	19.767.111	23.932.155
Nordeste	347.797.041	397.499.827	437.719.730	507.501.607
Brasil	2.661.344.525	3.032.203.490	3.239.404.053	3.770.084.872

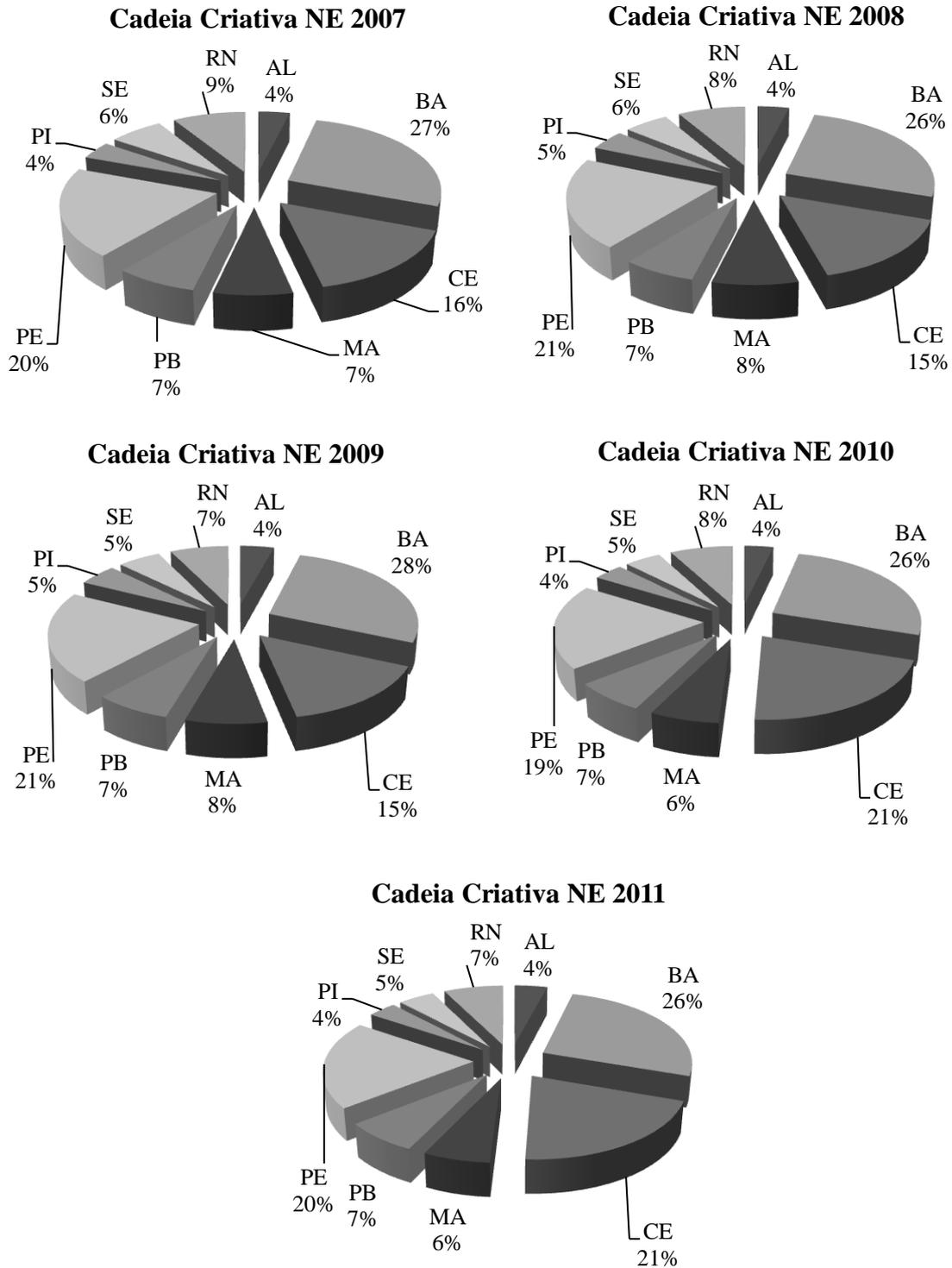
Fonte: Elaboração própria com base nos dados do IBGE.

Vê-se que o Nordeste foi responsável no período por cerca de 13% do PIB nacional, sendo destaque os valores da Bahia, Pernambuco e Ceará, com parcelas médias de 4,11%, 2,40% e 1,99% do PIB do Brasil, respectivamente. Em relação à região em si, estes três estados são responsáveis, em média, por cerca de 64% de tudo o que é produzido na região inteira, denotando a importância dos mesmos para a localidade, o que pode refletir nos resultados calculados adiante.

Voltando-se para a indústria criativa, é notável que a Região Nordeste possui um grande potencial para atividades que possuem na criatividade a sua essência, no entanto, uma boa parte das atividades culturais praticadas na região são provenientes da informalidade, principalmente as que se relacionam às manifestações culturais/artísticas, que são uma característica marcante da região como um todo. Este fato deve, então, ser levado em consideração na interpretação dos resultados aqui alcançados, pois, conforme detalhado anteriormente, os dados utilizados nesta pesquisa não captam as atividades informais, mas apenas aquelas declaradas na RAIS. Com isso, os números devem ser observados mais como um piso do que como um teto, pois omitirá toda atividade realizada na informalidade, o que, no entanto, não diminui a importância e relevância dos mesmos.

A Figura 4.1 expõe os vínculos empregatícios da cadeia criativa nordestina, no período 2007-2011, por estado, denotando a participação relativa de cada um dos nove estados no total da região.

Figura 4.1 - Proporção de Empregos por Estado da Cadeia Criativa no Nordeste (2007-2011).



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

O fato mais notável da figura acima reflete a predominância de três estados que, juntos, correspondem a mais de 60% da cadeia criativa regional: Bahia, Ceará e Pernambuco.

A observação da Figura 4.1 confirma o destaque feito no capítulo anterior, ao se analisar o dimensionamento da cadeia criativa nacional. Os três estados considerados principais da região se sobressaem (Bahia, Ceará, Pernambuco), havendo, no entanto, algumas diferenças de dimensionamento quando se parte da análise em termos de cadeia para a análise em termos de núcleo, como se verá no capítulo posterior.

Em relação à cadeia criativa, a Bahia se manteve a frente dos demais estados, com diferenças percentuais consideráveis, em todos os anos observados. Sendo a maior economia da região, é esperado que a sua produção em termos de cadeia seja relativamente maior, principalmente devido às atividades de apoio, que possuem níveis bem maiores neste estado, comparando-se a todos os demais. Na segunda colocação, entretanto, não houve uma constância semelhante, pois os estados do Ceará e de Pernambuco se revezaram no posto (Pernambuco entre 2007 e 2009 – Ceará entre 2010 e 2011), se mantendo com percentuais mais próximos.

Observando-se os salários médios constantes na Tabela 3.7 do capítulo anterior, nota-se, ainda, a continuidade do destaque de Pernambuco e da Bahia, que apresentam os maiores salários médios da cadeia criativa da região. O Ceará não continuou entre os três, mas há de se notar que o estado apresentou o pior salário médio do país, quando se tratou de todos os setores da economia.

Note-se, ainda, a pouca expressividade dos demais estados em relação à cadeia criativa, sendo que nenhum dos seis estados (Alagoas, Maranhão, Rio Grande do Norte, Paraíba, Sergipe e Piauí) conseguiu atingir a marca de 10% de participação da cadeia criativa nordestina total. Conjuntamente, os seis estados juntos não conseguiram atingir a marca de 40% de participação, o que intensifica a constatação da importância demasiada dos três estados mencionados para a região.

4.2 Resultados dos Índices de Especialização

Conforme exposto na apresentação da metodologia deste trabalho, três índices de especialização setorial serão utilizados como o objetivo de observar quais os municípios nordestinos possuem concentração de atividades criativas (em relação aos vínculos empregatícios) e, conseqüentemente, possíveis potencialidades para a formação de *clusters* criativos.

Em termos estaduais, constatou-se, pelas seções anteriores, que os estados da Bahia, Ceará e Pernambuco se destacam consideravelmente em relação às demais da região, o que

pode ser indicativo de que hajam mais municípios desses estados com concentrações de atividades criativas, em relação aos demais municípios da região.

A seguir, têm-se, então, os resultados gerais para a cadeia criativa completa (os três grupos de atividades juntos) de todos os estados nordestinos. Os três índices são calculados separadamente, mas a análise é feita de maneira conjunta para identificar os municípios que se destaquem (ênfatizando o ano mais recente, 2011), a fim de observar se as análises em relação ao núcleo da cadeia criativa, no capítulo posterior, sofrem alterações. Os resultados são expostos por estado para facilitar a visualização.

4.2.1 Alagoas

Responsável por cerca de 4,8% da cadeia criativa da região, o estado de Alagoas é composto por 102 municípios e uma população de aproximadamente 3.120.494 habitantes. Sendo uma das menores e mais atrasadas economias do Brasil, possui no setor de serviços a maior parte do seu PIB.

Em relação à concentração das atividades da cadeia criativa nos seus municípios (comparativamente à região Nordeste), a Tabela 4.2 expõe quais os municípios que apresentaram algum destaque, de acordo com os critérios impostos pelos índices de concentração utilizados⁵:

Observa-se que, dos 102 municípios alagoanos, apenas 8 apresentaram valores relevantes dos índices, o que corresponde a 7,8%, no entanto, alguns fatos ainda podem ser notados. Apenas o município Delmiro Gouveia apresentou valores relevantes em todos os anos observados: $QL > 1$ e HHM positivo (a PR se apresentou pequeno para todos os municípios). A capital Maceió, por exemplo, apresentou $QL < 1$ e HHM negativo em 2007 e 2008, porém, esses valores foram aumentando e em 2011, os índices se apresentaram relevantes, além de ter a maior PR do estado em todos os anos. Contudo, por se tratar da capital do estado, com uma economia bastante diversificada, é preciso ter bastante atenção ao tirar conclusões sobre possíveis especializações criativas no município.

⁵ Atente-se aos critérios dos índices, expostos anteriormente: para considerar a concentração o QL deve ter valor maior que 1, o Índice PR o mais próximo possível de 1 e o Índice HHM apresentar valor positivo. No caso do PR, no entanto, é provável que seus valores não se aproximem tanto de 1, devido à extensão da abrangência da região de análise (município x nordeste), por isso a sua utilização é mais como uma forma de conferência dos demais índices do que um critério de decisão.

Tabela 4.2 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Alagoas

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
AGUA BRANCA	2,61	0,00	0,00	0,07	0,00	-0,00	0,09	0,00	-0,00	0,06	0,00	-0,00	0,05	0,00	-0,00
BARRA SAO MIGUEL	1,23	0,00	0,00	0,75	0,00	-0,00	0,45	0,00	-0,00	0,23	0,00	-0,00	0,49	0,00	-0,00
DELMIRO GOUVEIA	1,19	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	2,31	0,00	0,00
JAPARATINGA	1,78	0,00	0,00	0,01	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,01	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
MACEIO	1,03	0,03	0,00	0,97	0,03	-0,00	0,95	0,03	-0,00	0,53	0,02	-0,01	0,83	0,02	-0,01
MARECHAL DEODORO	1,59	0,00	0,00	0,58	0,00	-0,00	0,42	0,00	-0,00	0,21	0,00	-0,00	0,29	0,00	-0,00
PARIPUEIRA	1,95	0,00	0,00	2,26	0,00	0,00	2,73	0,00	0,00	0,60	0,00	-0,00	1,04	0,00	0,00
SANTANA MUNDAU	2,11	0,00	0,00	0,01	0,00	-0,00	0,05	0,00	-0,00	0,04	0,00	-0,00	0,03	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Os valores da PR, observando-se todos os municípios do estado, confirmam que os municípios que se destacaram em relação ao QL e ao HHM, também possuem as maiores participações relativas, apesar de algumas exceções, como o caso de Arapiraca, que possui a segunda maior PR do estado, mas que não se enquadra nos critérios dos demais índices. No entanto, a explicação para tal ocorrência está no fato de tal município ser o segundo maior do estado, apresentando uma produção criativa maior do que a de alguns municípios, mas que não se destaca quando se observa conjuntamente a sua produção total, ou seja, possui uma produção criativa relativamente alta, mas que não pode ser considerada concentrada/especializada por não ter um grande impacto na economia total do mesmo.

4.2.2 Bahia

Responsável por cerca de 26% da cadeia criativa da região, o estado da Bahia é composto por 417 municípios e uma população de aproximadamente 14.016.906 habitantes. O maior estado da região e tem uma economia bastante diversificada, sendo uma das mais desenvolvidas do Nordeste, correspondendo a cerca de 30% do PIB nordestino.

Voltando-se para o setor criativo em cada um de seus municípios, comparativamente à região Nordeste, a Tabela 4.3 sintetiza quais são as localidades que representam algum destaque no cenário regional.

Tabela 4.3 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Bahia

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
AMARGOSA	1,29	0,00	0,00	1,31	0,00	0,00	1,41	0,00	0,00	0,74	0,00	-0,00	1,45	0,00	0,00
BRUMADO	1,14	0,00	0,00	0,88	0,00	-0,00	1,05	0,00	0,00	0,65	0,00	-0,00	1,20	0,00	0,00
CAATIBA	1,35	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	1,63	0,00	0,00	0,97	0,00	-0,00	1,65	0,00	0,00
CACHOEIRA	1,51	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	0,82	0,00	-0,00	1,42	0,00	0,00
CACULE	1,24	0,00	0,00	1,30	0,00	0,00	1,29	0,00	0,00	0,79	0,00	-0,00	1,30	0,00	0,00
CAETITE	1,32	0,00	0,00	1,57	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00
CAMACAN	1,47	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	0,80	0,00	-0,00	0,82	0,00	-0,00
CAMACARI	1,52	0,01	0,00	1,52	0,01	0,00	1,56	0,01	0,00	0,92	0,01	-0,00	1,76	0,02	0,01
CANDIBA	2,06	0,00	0,00	2,15	0,00	0,00	2,32	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	2,28	0,00	0,00
CASTRO ALVES	1,20	0,00	0,00	1,06	0,00	0,00	1,20	0,00	0,00	0,96	0,00	-0,00	1,63	0,00	0,00
CONC. DO ALMEIDA	1,48	0,00	0,00	1,05	0,00	0,00	0,51	0,00	-0,00	0,34	0,00	-0,00	2,24	0,00	0,00
CONC. DO COITE	1,96	0,00	0,00	1,96	0,00	0,00	1,92	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	1,94	0,00	0,00
DIAS D AVILA	1,54	0,00	0,00	1,68	0,00	0,00	1,03	0,00	0,00	0,84	0,00	-0,00	1,02	0,00	0,00
FEIRA DE SANTANA	1,22	0,02	0,00	1,33	0,02	0,00	1,37	0,02	0,00	0,81	0,01	-0,00	1,39	0,02	0,00
FIRMINO ALVES	2,92	0,00	0,00	3,20	0,00	0,00	3,36	0,00	0,00	2,17	0,00	0,00	3,80	0,00	0,00
GUANAMBI	1,08	0,00	0,00	1,04	0,00	0,00	0,90	0,00	-0,00	0,60	0,00	-0,00	0,98	0,00	-0,00
IBIASSUCE	1,95	0,00	0,00	1,91	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	0,76	0,00	-0,00	1,32	0,00	0,00
IBIPITANGA	2,71	0,00	0,00	0,35	0,00	-0,00	0,31	0,00	-0,00	0,18	0,00	-0,00	0,38	0,00	-0,00
IPIRA	2,03	0,00	0,00	1,84	0,00	0,00	2,08	0,00	0,00	1,35	0,00	0,00	2,54	0,00	0,00
ITABERABA	1,49	0,00	0,00	1,62	0,00	0,00	1,46	0,00	0,00	1,15	0,00	0,00	1,76	0,00	0,00
ITABUNA	1,30	0,01	0,00	1,30	0,01	0,00	1,27	0,01	0,00	0,84	0,00	-0,00	1,45	0,01	0,00
ITAJUIPE	1,64	0,00	0,00	1,70	0,00	0,00	2,02	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00
ITAMBE	1,73	0,00	0,00	1,71	0,00	0,00	1,91	0,00	0,00	1,23	0,00	0,00	2,25	0,00	0,00
ITAPETINGA	3,20	0,01	0,01	3,49	0,01	0,01	3,82	0,01	0,01	2,45	0,01	0,00	3,64	0,01	0,00
ITORORO	2,37	0,00	0,00	2,89	0,00	0,00	3,24	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00	3,20	0,00	0,00
JEQUIE	1,72	0,00	0,00	1,56	0,00	0,00	1,49	0,00	0,00	0,96	0,00	-0,00	1,57	0,00	0,00
LAURO DE FREITAS	1,01	0,01	0,00	1,08	0,01	0,00	1,06	0,01	0,00	0,68	0,01	-0,00	0,92	0,01	-0,00
MACARANI	1,72	0,00	0,00	1,89	0,00	0,00	2,17	0,00	0,00	1,32	0,00	0,00	2,39	0,00	0,00
MALHADA PEDRAS	2,50	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	0,78	0,00	-0,00	0,73	0,00	-0,00	1,41	0,00	0,00
NAZARE	1,52	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	1,36	0,00	0,00	0,79	0,00	-0,00	1,11	0,00	0,00
RETIROLANDIA	1,35	0,00	0,00	1,40	0,00	0,00	1,47	0,00	0,00	0,80	0,00	-0,00	1,36	0,00	0,00
RIACHAO JACUIPE	1,08	0,00	0,00	0,74	0,00	-0,00	0,82	0,00	-0,00	0,48	0,00	-0,00	0,57	0,00	-0,00
RUY BARBOSA	1,75	0,00	0,00	1,95	0,00	0,00	1,64	0,00	0,00	1,27	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00
SALVADOR	1,19	0,12	0,02	1,16	0,11	0,02	1,16	0,12	0,02	0,66	0,07	-0,04	1,07	0,11	0,01
SANTALUZ	1,24	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	1,01	0,00	0,00	0,57	0,00	-0,00	1,05	0,00	0,00
S. ANTONIO DE JESUS	1,20	0,00	0,00	1,36	0,00	0,00	1,30	0,00	0,00	0,81	0,00	-0,00	1,34	0,00	0,00
SANTO ESTEVAO	2,82	0,00	0,00	2,66	0,00	0,00	3,02	0,00	0,00	1,94	0,00	0,00	3,60	0,00	0,00
S. FRANCISCO CONDE	1,24	0,00	0,00	2,07	0,00	0,00	1,32	0,00	0,00	0,54	0,00	-0,00	0,41	0,00	-0,00
SENHORBONFIM	1,01	0,00	0,00	0,87	0,00	-0,00	1,02	0,00	0,00	0,73	0,00	-0,00	1,24	0,00	0,00
SERRINHA	1,39	0,00	0,00	1,39	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	0,69	0,00	-0,00	1,36	0,00	0,00
SIMÕES FILHO	1,16	0,00	0,00	1,03	0,00	0,00	1,11	0,01	0,00	0,71	0,00	-0,00	1,28	0,01	0,00
TERRA NOVA	1,84	0,00	0,00	1,80	0,00	0,00	1,47	0,00	0,00	0,87	0,00	-0,00	1,18	0,00	0,00
URANDI	1,65	0,00	0,00	2,06	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00
VALENTE	1,87	0,00	0,00	1,98	0,00	0,00	2,39	0,00	0,00	1,72	0,00	0,00	2,69	0,00	0,00
VIT. CONQUISTA	1,44	0,01	0,00	1,26	0,01	0,00	1,22	0,01	0,00	0,80	0,01	-0,00	1,35	0,01	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 417 municípios baianos, 45 se destacaram em relação à produção da cadeia criativa do nordeste, o que corresponde 10,8% dos municípios. Diferentemente do caso alagoano, boa parte dos municípios que se destacaram, apresentaram valores relevantes nos cinco anos observados. O destaque do estado é o município de Itapetinga, que apresentou os maiores valores de QL em todos os anos observados. A capital, Salvador, apenas em 2008 não apresentou valores relevantes para o quociente locacional e o índice de Hirschiman-Herfindal modificado.

Assim como o caso alagoano, os municípios que apresentaram participação relativa maiores e não estão representados na Tabela 4.3, por não apresentar altos quocientes locacionais e/ou valores positivos de HHM, possuem uma produção criativa alta (em relação a outros municípios do estado), mas que não se destaca em relação à produção total, como é o caso de Alagoinhas, que apresentou, em 2011, $PR = 0,025$, $QL = 0,9487$ e $HHM = -0,001$. Como é de esperar, a capital Salvador apresenta em todos os anos o maior do índice de participação relativa.

4.2.3 Ceará

Responsável por cerca de 16% da cadeia criativa da região, o estado do Ceará é composto por 184 municípios e uma população de cerca de 8.452.381 habitantes. Detentor da terceira maior economia do Nordeste, tem apresentando melhorias no seu desenvolvimento econômico nos últimos anos (como boa parte da região) e é responsável por cerca de 15% do PIB regional.

Atendo-se ao setor criativo em cada um de seus municípios, a Tabela 4.4 expõe quais são os destaques, em relação à região inteira.

Dos 184 municípios cearenses, 29 apresentaram indícios de especialização setorial, o que corresponde a 15,8% do total do estado. O destaque do estado se dá com o município Horizonte, que apresenta valores bastante expressivos de quociente locacional em todos os anos observados. A capital, Fortaleza, apenas passa a apresentar valores relevantes a partir de 2009, mas, ainda assim, apresenta valores de QL bem menores do que outros municípios do estado, apesar de obter a maior PR em todos os anos observados.

Os casos de municípios que possuem uma participação relativa maior do que municípios que se destacaram nos outros índices segue o mesmo raciocínio dos casos anteriores, mencionados para a Bahia e Alagoas. No caso cearense, destaca-se, nesse sentido, o município Caucaia, que em 2011 teve uma PR média de 0,003.

Tabela 4.4 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Ceará

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
ACARAPE	1,31	0,00	0,00	1,37	0,00	0,00	1,39	0,00	0,00	1,10	0,00	0,00	1,74	0,00	0,00
ALTO SANTO	1,24	0,00	0,00	1,29	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	0,78	0,00	-0,00	1,46	0,00	0,00
AQUIRAZ	1,53	0,00	0,00	1,42	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	0,76	0,00	-0,00	0,97	0,00	-0,00
BARBALHA	1,26	0,00	0,00	1,05	0,00	0,00	1,03	0,00	0,00	0,82	0,00	-0,00	1,24	0,00	0,00
CASCAVEL	1,45	0,00	0,00	1,96	0,00	0,00	1,58	0,00	0,00	1,16	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00
CRATO	1,51	0,00	0,00	1,50	0,00	0,00	1,66	0,00	0,00	0,89	0,00	-0,00	1,75	0,00	0,00
FORTALEZA	1,27	0,11	0,02	1,27	0,11	0,02	1,32	0,12	0,03	0,81	0,07	-0,02	1,38	0,12	0,03
FRECHEIRINHA	1,84	0,00	0,00	1,88	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	0,67	0,00	-0,00	1,00	0,00	0,00
HORIZONTE	3,66	0,01	0,01	3,87	0,01	0,01	4,16	0,01	0,01	2,65	0,01	0,00	4,41	0,01	0,01
IGUATU	1,75	0,00	0,00	1,74	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	0,89	0,00	-0,00	1,66	0,00	0,00
IRAUCUBA	1,35	0,00	0,00	1,30	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	0,68	0,00	-0,00	0,31	0,00	-0,00
ITAPAGE	2,56	0,00	0,00	3,02	0,00	0,00	2,92	0,00	0,00	2,26	0,00	0,00	3,90	0,00	0,00
ITAPIPOCA	1,45	0,00	0,00	1,46	0,00	0,00	1,71	0,00	0,00	1,22	0,00	0,00	1,70	0,00	0,00
JUAZEIRO DO NORTE	1,57	0,01	0,00	1,53	0,01	0,00	1,75	0,01	0,00	1,07	0,00	0,00	1,74	0,01	0,00
LIMOEIRO DO NORTE	1,21	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	0,59	0,00	-0,00	0,84	0,00	-0,00
MARACANAU	1,83	0,01	0,01	2,01	0,01	0,01	2,27	0,01	0,01	1,45	0,01	0,00	2,26	0,01	0,01
MARANGUAPE	1,86	0,00	0,00	2,08	0,00	0,00	2,28	0,00	0,00	1,35	0,00	0,00	2,46	0,00	0,00
MARCO	2,09	0,00	0,00	1,99	0,00	0,00	1,87	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	2,75	0,00	0,00
MAURITI	1,28	0,00	0,00	0,47	0,00	-0,00	0,17	0,00	-0,00	0,09	0,00	-0,00	0,13	0,00	-0,00
NOVA OLINDA	1,34	0,00	0,00	1,28	0,00	0,00	1,16	0,00	0,00	0,49	0,00	-0,00	0,57	0,00	-0,00
PACAJUS	1,79	0,00	0,00	1,53	0,00	0,00	1,60	0,00	0,00	0,98	0,00	-0,00	1,77	0,00	0,00
PACATUBA	1,99	0,00	0,00	2,04	0,00	0,00	2,61	0,00	0,00	1,85	0,00	0,00	2,71	0,00	0,00
PENTECOSTE	1,57	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	1,51	0,00	0,00	0,89	0,00	-0,00	1,17	0,00	0,00
RUSSAS	2,69	0,00	0,00	2,64	0,00	0,00	2,68	0,00	0,00	1,62	0,00	0,00	2,99	0,00	0,00
SANTA QUITERIA	1,49	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	0,95	0,00	-0,00	0,67	0,00	-0,00	1,08	0,00	0,00
SAO GONCALO AMARANTE	1,97	0,00	0,00	2,46	0,00	0,00	1,94	0,00	0,00	0,98	0,00	-0,00	1,78	0,00	0,00
SENADOR POMPEU	2,15	0,00	0,00	2,07	0,00	0,00	1,82	0,00	0,00	1,31	0,00	0,00	1,99	0,00	0,00
SOBRAL	2,70	0,01	0,01	3,02	0,02	0,01	3,57	0,02	0,01	2,00	0,01	0,00	3,54	0,02	0,01
URUBURETAMA	2,77	0,00	0,00	2,71	0,00	0,00	2,96	0,00	0,00	1,63	0,00	0,00	2,62	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

4.2.4 Maranhão

Responsável por cerca de 8% da cadeia criativa nordestina, o estado do Maranhão é composto por 217 municípios e uma população de aproximadamente 6.574.789 habitantes. Detentor de uma economia relativamente atrasada em relação à nacional (e até mesmo em nível regional), produz cerca de 9% do PIB nordestino.

Em relação à importância dos seus municípios para o setor criativo regional, os valores dos índices de concentração calculados estão expostos na Tabela 4.5 (dos municípios que tiveram algum destaque).

Tabela 4.5 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Maranhão

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
AFONSO CUNHA	4,24	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,57	0,00	-0,00	0,57	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
AGUA DOCE MARANHAO	1,20	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,10	0,00	-0,00	1,07	0,00	0,00
ALCANTARA	1,26	0,00	0,00	0,30	0,00	-0,00	0,49	0,00	-0,00	0,22	0,00	-0,00	0,05	0,00	-0,00
BACABAL	1,07	0,00	0,00	0,56	0,00	-0,00	0,67	0,00	-0,00	0,40	0,00	-0,00	0,84	0,00	-0,00
BACABEIRA	3,10	0,00	0,00	2,32	0,00	0,00	1,00	0,00	-0,00	0,56	0,00	-0,00	1,13	0,00	0,00
BARAO DE GRAJAU	1,11	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	1,36	0,00	0,00	0,65	0,00	-0,00	2,74	0,00	0,00
DAVINOPOLIS	2,94	0,00	0,00	2,20	0,00	0,00	3,42	0,00	0,00	0,88	0,00	-0,00	4,22	0,00	0,00
ESTREITO	2,49	0,00	0,00	3,38	0,00	0,00	4,13	0,01	0,00	2,56	0,00	0,00	2,55	0,00	0,00
GOV. EDISON LOBAO	1,90	0,00	0,00	1,84	0,00	0,00	1,93	0,00	0,00	1,46	0,00	0,00	2,56	0,00	0,00
IMPERATRIZ	1,10	0,01	0,00	1,10	0,01	0,00	1,10	0,01	0,00	0,67	0,00	-0,00	1,13	0,01	0,00
ITAPECURU MIRIM	1,20	0,00	0,00	1,20	0,00	0,00	1,18	0,00	0,00	0,62	0,00	-0,00	0,91	0,00	-0,00
MONTES ALTOS	3,28	0,00	0,00	3,23	0,00	0,00	0,16	0,00	-0,00	0,10	0,00	-0,00	0,10	0,00	-0,00
PACO DO LUMIAR	1,20	0,00	0,00	0,91	0,00	-0,00	0,84	0,00	-0,00	0,56	0,00	-0,00	0,81	0,00	-0,00
PASTOS BONS	1,08	0,00	0,00	0,34	0,00	-0,00	0,01	0,00	-0,00	0,06	0,00	-0,00	0,03	0,00	-0,00
ROSARIO	1,12	0,00	0,00	1,04	0,00	0,00	1,15	0,00	0,00	0,78	0,00	-0,00	1,39	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 217 municípios maranhenses, 15 apresentaram valores relevantes para os índices de concentração, o que corresponde a 6,9% dos municípios do estado. Apesar de o município Afonso Cunha apresentar o maior quociente locacional em 2011 (com um valor bastante significativo), o destaque do estado se dá com o município de Estreito, pois foi o único que apresentou valores significativos em todos os anos calculados.

Interessante observar a ausência da capital maranhense, São Luís, pois, apesar da maior participação relativa dos estados em todos os anos, somente apresentou valores significativos de QL e HHM em 2010.

4.2.5 Paraíba

Responsável por cerca de 5% da cadeia criativa da região nordeste, o estado da Paraíba é composto por 223 municípios e possui uma população de aproximadamente 3.766.528 habitantes. Detentor de cerca de 6% do PIB nordestino, tem no setor de serviços a sua principal atividade, seguido da indústria e da agropecuária.

A Tabela 4.6 mostra os valores dos índices de concentração calculados para os municípios paraibanos que obtiveram algum destaque, de acordo com os critérios já apresentados para cada índice.

Tabela 4.6 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Paraíba

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM												
ALAGOA NOVA	1,18	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	0,96	0,00	-0,00	1,99	0,00	0,00
ALHANDRA	1,75	0,00	0,00	1,84	0,00	0,00	2,14	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	2,64	0,00	0,00
BAYEUX	0,97	0,00	-0,00	1,05	0,00	0,00	1,07	0,00	0,00	0,58	0,00	-0,00	1,31	0,00	0,00
CABEDELO	1,65	0,00	0,00	1,33	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	0,83	0,00	-0,00	1,28	0,00	0,00
CAJAZEIRAS	1,12	0,00	0,00	1,32	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	0,82	0,00	-0,00	1,49	0,00	0,00
CALDAS BRANDAO	1,12	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	0,85	0,00	-0,00	1,02	0,00	0,00
CAMPINA GRANDE	1,59	0,02	0,01	1,51	0,02	0,01	1,54	0,01	0,01	1,06	0,01	0,00	1,81	0,02	0,01
CATOLE DO ROCHA	1,03	0,00	0,00	1,10	0,00	0,00	1,40	0,00	0,00	0,97	0,00	-0,00	1,52	0,00	0,00
CONDE	1,31	0,00	0,00	1,42	0,00	0,00	1,59	0,00	0,00	1,03	0,00	0,00	2,26	0,00	0,00
ESPERANCA	1,52	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	1,28	0,00	0,00	0,82	0,00	-0,00	1,47	0,00	0,00
GUARABIRA	1,52	0,00	0,00	1,59	0,00	0,00	1,61	0,00	0,00	0,99	0,00	-0,00	1,82	0,00	0,00
ITAPORANGA	2,05	0,00	0,00	1,99	0,00	0,00	2,16	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	2,44	0,00	0,00
JOAO PESSOA	1,07	0,04	0,00	1,02	0,03	0,00	1,05	0,04	0,00	0,64	0,02	-0,01	1,08	0,04	0,00
MOGEIRO	4,17	0,00	0,00	2,21	0,00	0,00	1,80	0,00	0,00	1,34	0,00	0,00	2,12	0,00	0,00
MULUNGU	1,18	0,00	0,00	0,99	0,00	-0,00	0,64	0,00	-0,00	0,87	0,00	-0,00	1,24	0,00	0,00
PATOS	1,04	0,00	0,00	1,04	0,00	0,00	1,13	0,00	0,00	0,71	0,00	-0,00	1,14	0,00	0,00
SANTA CRUZ	1,50	0,00	0,00	0,85	0,00	-0,00	0,24	0,00	-0,00	0,21	0,00	-0,00	0,44	0,00	-0,00
SANTA LUZIA	1,02	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	0,72	0,00	-0,00	0,53	0,00	-0,00	0,82	0,00	-0,00
SANTA RITA	1,14	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	1,22	0,00	0,00	0,76	0,00	-0,00	1,36	0,00	0,00
SAO BENTO	1,49	0,00	0,00	1,66	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	0,73	0,00	-0,00	1,22	0,00	0,00
SERRA REDONDA	1,91	0,00	0,00	2,07	0,00	0,00	1,97	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	2,42	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 223 municípios paraibanos, 21 obtiveram valores relevantes em relação à cadeia criativa nordestina, correspondendo a 9,4% dos municípios do estado. O município que conseguiu maior destaque foi Mogeiro, com valores significativos nos cinco anos observados e altos valores para o QL, atingindo o dobro do valor do segundo colocado (Itaporanga).

Poucos municípios apresentaram PR maior que alguns dos municípios destacados na Tabela 4.6, sendo destaque Sousa que, em 2011, apresentou um valor de 0,0007 para a participação relativa e de 0,7462 para o quociente locacional. Outro caso interessante é o de Bayeux que, apesar de não ter obtido $QL > 1$ em 2011 e 2008, possui PR elevada em todos os anos observados (média de 0,0012) e nos anos de 2007, 2009 e 2010, este município apresentou valores relevantes para o QL e o HHM, por isso foi incluído nos municípios de destaque.

4.2.6 Pernambuco

Responsável por cerca de 32% da cadeia criativa da região Nordeste, o estado de Pernambuco é composto por 185 municípios e possui uma população de aproximadamente 8.796.448 habitantes. Detentor de cerca de 19% do PIB da regional, a economia pernambucana é a segunda maior da região, sendo responsável, juntamente com a Bahia e o Ceará, por boa parte da alavancagem da mesma.

Em relação aos municípios pernambucanos que se destacam no setor criativo da região, os valores dos índices de especialização considerados relevantes estão dispostos na Tabela 4.7.

Tabela 4.7 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Pernambuco

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
ABREU E LIMA	1,11	0,00	0,00	1,22	0,00	0,00	1,46	0,00	0,00	0,90	0,00	-0,00	1,30	0,00	0,00
AGUA PRETA	1,13	0,00	0,00	0,11	0,00	-0,00	0,14	0,00	-0,00	0,09	0,00	-0,00	0,09	0,00	-0,00
ARARIPINA	1,69	0,00	0,00	1,64	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	1,82	0,00	0,00
BUENOS AIRES	1,02	0,00	0,00	1,05	0,00	0,00	1,02	0,00	0,00	0,83	0,00	-0,00	0,93	0,00	-0,00
CABO S. AGOSTINHO	1,72	0,01	0,00	1,17	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	0,88	0,00	-0,00	1,30	0,01	0,00
CARPINA	1,24	0,00	0,00	1,26	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	0,76	0,00	-0,00	1,40	0,00	0,00
CARUARU	1,55	0,01	0,00	1,65	0,01	0,00	1,75	0,01	0,01	1,15	0,01	0,00	1,89	0,01	0,01
CUPIRA	1,35	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	1,44	0,00	0,00	0,63	0,00	-0,00	0,51	0,00	-0,00
FERREIROS	1,17	0,00	0,00	1,56	0,00	0,00	1,67	0,00	0,00	1,16	0,00	0,00	1,58	0,00	0,00
GRAVATA	1,26	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	1,15	0,00	0,00	0,71	0,00	-0,00	1,25	0,00	0,00
IPOJUCA	2,60	0,02	0,01	2,45	0,01	0,01	1,44	0,01	0,00	0,79	0,00	-0,00	0,95	0,00	-0,00
IPUBI	1,27	0,00	0,00	1,33	0,00	0,00	1,02	0,00	0,00	0,59	0,00	-0,00	1,07	0,00	0,00
ITAQUITINGA	3,30	0,00	0,00	2,17	0,00	0,00	0,02	0,00	-0,00	0,01	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
JOAO ALFREDO	1,28	0,00	0,00	1,53	0,00	0,00	1,36	0,00	0,00	0,95	0,00	-0,00	1,67	0,00	0,00
PAUDALHO	1,66	0,00	0,00	1,48	0,00	0,00	1,41	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	1,96	0,00	0,00
PAULISTA	1,11	0,00	0,00	0,77	0,00	-0,00	0,83	0,00	-0,00	0,60	0,00	-0,00	0,82	0,00	-0,00
PETROLINA	1,07	0,01	0,00	1,00	0,01	0,00	1,15	0,01	0,00	0,58	0,00	-0,00	0,89	0,01	-0,00
RECIFE	1,06	0,09	0,01	1,10	0,09	0,01	1,16	0,10	0,01	0,69	0,06	-0,03	1,10	0,09	0,01
SALGUEIRO	3,23	0,00	0,00	3,67	0,01	0,00	1,54	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00
S. CRUZ CAPIBARIBE	2,90	0,00	0,00	2,91	0,00	0,00	3,27	0,00	0,00	2,07	0,00	0,00	3,46	0,00	0,00
S. LOURENCO MATA	1,53	0,00	0,00	0,66	0,00	-0,00	0,47	0,00	-0,00	0,29	0,00	-0,00	0,40	0,00	-0,00
SERRA TALHADA	1,37	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	1,64	0,00	0,00	0,97	0,00	-0,00	1,65	0,00	0,00
SERTANIA	1,17	0,00	0,00	1,60	0,00	0,00	2,80	0,00	0,00	0,38	0,00	-0,00	0,53	0,00	-0,00
SURUBIM	1,14	0,00	0,00	1,04	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	0,57	0,00	-0,00	0,99	0,00	-0,00
TACAIMBO	2,14	0,00	0,00	2,09	0,00	0,00	2,14	0,00	0,00	1,32	0,00	0,00	2,13	0,00	0,00
TAQUARITINGA NORTE	2,09	0,00	0,00	2,23	0,00	0,00	2,03	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00
TORITAMA	2,62	0,00	0,00	2,43	0,00	0,00	2,77	0,00	0,00	1,85	0,00	0,00	3,20	0,00	0,00
TRINDADE	2,79	0,00	0,00	2,78	0,00	0,00	2,86	0,00	0,00	1,77	0,00	0,00	2,80	0,00	0,00
VERTENTE DO LERIO	1,08	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	1,54	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	2,23	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 185 municípios pernambucanos, 29 se destacam na cadeia criativa nordestina, o que corresponde a 15,7% do estado. O município de Salgueiro obteve o maior destaque, juntamente com Santa Cruz do Capibaribe, pois apresentaram valores significativos em todos os anos observados, apesar de Itaquitanga apresentar o maior QL em 2011.

Em relação à participação relativa dos municípios não elencados na tabela, destaca-se o município de Jaboatão dos Guararapes, que obteve um valor médio de 0,0094, mas em nenhum dos anos apresentou QL e HHM significativos.

4.2.7 Piauí

Responsável por cerca de 4% da cadeia criativa nordestina, o estado do Piauí é composto por 224 municípios e uma população de aproximadamente 3.118.360 habitantes. Ainda atrasada industrialmente, a economia piauiense é a menor da região (ao lado de Alagoas e Sergipe), tendo uma participação de cerca de 4,3% do PIB nordestino.

Os municípios do estado que apresentam algum destaque na região estão dispostos na Tabela 4.8, bem como os valores calculados dos índices para cada ano do período analisado.

Tabela 4.8 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Piauí

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HH M	QL	PR	HH M	QL	PR	HH M	QL	PR	HH M	QL	PR	HH M
BARRO DURO	1,30	0,00	0,00	1,39	0,00	0,00	0,35	0,00	-0,00	0,20	0,00	-0,00	0,22	0,00	-0,00
CAMPO MAIOR	1,00	0,00	0,00	0,95	0,00	-0,00	1,11	0,00	0,00	0,66	0,00	-0,00	1,07	0,00	0,00
CEL JOSE DIAS	1,80	0,00	0,00	1,53	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00	3,45	0,00	0,00	1,72	0,00	0,00
FRONTEIRAS	2,42	0,00	0,00	2,46	0,00	0,00	2,82	0,00	0,00	1,83	0,00	0,00	3,16	0,00	0,00
GEMINIANO	1,12	0,00	0,00	0,58	0,00	-0,00	0,21	0,00	-0,00	0,14	0,00	-0,00	0,05	0,00	-0,00
GUADALUPE	1,01	0,00	0,00	0,29	0,00	-0,00	1,55	0,00	0,00	0,72	0,00	-0,00	0,29	0,00	-0,00
JATOBA DO PIAUI	1,18	0,00	0,00	1,37	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
LAGOA DO PIAUI	1,17	0,00	0,00	0,52	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
MIGUEL LEAO	1,52	0,00	0,00	0,14	0,00	-0,00	1,00	0,00	0,00	0,30	0,00	-0,00	0,29	0,00	-0,00
MONSENHOR GIL	1,17	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	2,08	0,00	0,00	0,67	0,00	-0,00	0,41	0,00	-0,00
NAZARIA	3,08	0,00	0,00	3,47	0,00	0,00	3,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PAULISTANA	2,66	0,00	0,00	3,16	0,00	0,00	0,30	0,00	-0,00	0,15	0,00	-0,00	0,25	0,00	-0,00
S. JOAO DO PIAUI	1,15	0,00	0,00	1,19	0,00	0,00	1,07	0,00	0,00	0,61	0,00	-0,00	0,80	0,00	-0,00
SUSSUAPARA	1,45	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	0,71	0,00	-0,00	0,54	0,00	-0,00	1,58	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 224 municípios piauienses, 14 se apresentaram com destaque em relação à cadeia criativa do Nordeste, o que corresponde a 6,3% do total do estado. O destaque do estado se dá com o município de Fronteiras que, apesar do ter um QL menor que o de Nazaria em 2011, se apresenta altos índices desde 2007 até 2011.

Dois fatos interessantes ainda podem ser destacados em relação ao Piauí: os dois municípios com maior índice de participação relativa praticamente não apresentaram QL e HHM relevantes (Parnaíba e Teresina); o segundo está exatamente na ausência da capital do estado, Teresina, dos municípios de destaque. Mesmo com a maior PR do estado, a capital não apresentou $QL > 1$ em nenhum dos anos e o seu HHM foi negativo em quatro dos cinco anos observados.

4.2.8 Rio Grande do Norte

Responsável por cerca de 7% da cadeia criativa nordestina, o estado do Rio Grande do Norte é composto por 167 municípios e uma população de aproximadamente 3.168.027 habitantes. Possuindo uma economia em processo de desenvolvimento, o estado do Rio Grande do Norte representa cerca de 6% do PIB do Nordeste.

Em relação à participação dos municípios do estado na cadeia criativa, a Tabela 4.9 traz quais os que apresentaram algum destaque em relação aos índices de concentração calculados.

Dos 167 municípios do estado, 28 se apresentaram como de destaque em relação à cadeia criativa nordestina, perfazendo 16,8% do estado. O destaque do estado fica com Itajá, que apresentou QL alto em todos os anos (média de 2,83), bem como o município de Serra Negra do Norte, com a mesma média de QL, mas com um índice PR menor (0,0002 frente a 0,0004 de Itajá).

Destaque-se, ainda o município Macaíba, que, apesar de não apresentar QL maior que 1 em 2011, apresentou-se relevante em todos os demais anos e com uma PR bastante alta (comparando-se aos demais municípios) – média de 0,0019 – sendo, por isso, incluído na listagem exposta na tabela.

Não houve municípios com PR muito distante das demais que ficaram de fora da Tabela 4.9 por não atenderem aos critérios de escolha do Quociente Locacional e do índice de Hirschman-Herfindahl Modificado.

Tabela 4.9 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Rio Grande do Norte

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM												
ACARI	1,48	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	1,66	0,00	0,00	1,10	0,00	0,00	1,85	0,00	0,00
ACU	1,16	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	1,27	0,00	0,00	0,81	0,00	-0,00	1,19	0,00	0,00
ALTO DO RODRIGUES	1,11	0,00	0,00	1,22	0,00	0,00	1,08	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00	3,05	0,00	0,00
CAICO	1,29	0,00	0,00	1,37	0,00	0,00	1,58	0,00	0,00	0,99	0,00	-0,00	1,70	0,00	0,00
CAMPO REDONDO	3,54	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	3,53	0,00	0,00
CARNAUBA DOS DANTAS	2,32	0,00	0,00	2,23	0,00	0,00	2,42	0,00	0,00	1,73	0,00	0,00	2,98	0,00	0,00
CRUZETA	1,70	0,00	0,00	1,79	0,00	0,00	1,75	0,00	0,00	1,16	0,00	0,00	2,06	0,00	0,00
PARNAMIRIM	1,18	0,01	0,00	1,21	0,01	0,00	1,08	0,00	0,00	0,75	0,00	-0,00	1,27	0,00	0,00
ITAJA	2,92	0,00	0,00	2,89	0,00	0,00	2,85	0,00	0,00	2,33	0,00	0,00	3,16	0,00	0,00
JARDIM DE PIRANHAS	1,99	0,00	0,00	2,39	0,00	0,00	2,65	0,00	0,00	1,85	0,00	0,00	3,08	0,00	0,00
JARDIM DO SERIDO	1,74	0,00	0,00	1,71	0,00	0,00	1,55	0,00	0,00	0,96	0,00	-0,00	1,39	0,00	0,00
MACAIBA	0,92	0,00	-0,00	1,55	0,00	0,00	1,52	0,00	0,00	1,13	0,00	0,00	1,95	0,00	0,00
MOSSORO	1,18	0,01	0,00	1,14	0,01	0,00	1,03	0,01	0,00	0,71	0,01	-0,00	1,06	0,01	0,00
NATAL	1,18	0,04	0,01	1,22	0,05	0,01	1,23	0,05	0,01	0,81	0,03	-0,01	1,28	0,05	0,01
OLHO D AGUA DO BORGES	1,17	0,00	0,00	1,07	0,00	0,00	0,87	0,00	-0,00	0,50	0,00	-0,00	0,27	0,00	-0,00
OURO BRANCO	1,13	0,00	0,00	0,81	0,00	-0,00	0,68	0,00	-0,00	0,89	0,00	-0,00	2,84	0,00	0,00
PARAZINHO	2,86	0,00	0,00	0,38	0,00	-0,00	0,16	0,00	-0,00	0,09	0,00	-0,00	0,08	0,00	-0,00
PARELHAS	1,73	0,00	0,00	1,80	0,00	0,00	1,86	0,00	0,00	1,16	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00
PASSA E FICA	1,42	0,00	0,00	1,11	0,00	0,00	1,38	0,00	0,00	0,96	0,00	-0,00	2,53	0,00	0,00
SANTA CRUZ	1,09	0,00	0,00	1,06	0,00	0,00	0,95	0,00	-0,00	0,52	0,00	-0,00	0,63	0,00	-0,00
SANTANA DO SERIDO	1,66	0,00	0,00	1,90	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	0,92	0,00	-0,00	1,13	0,00	0,00
S. FRANCISCO OESTE	2,03	0,00	0,00	1,68	0,00	0,00	1,91	0,00	0,00	0,91	0,00	-0,00	1,45	0,00	0,00
S. GONCALO AMARANTE	2,18	0,00	0,00	2,32	0,00	0,00	2,31	0,00	0,00	1,47	0,00	0,00	2,57	0,00	0,00
SAO JOSE DO SERIDO	2,85	0,00	0,00	2,93	0,00	0,00	3,07	0,00	0,00	1,67	0,00	0,00	2,96	0,00	0,00
SERRA DE SAO BENTO	1,02	0,00	0,00	0,44	0,00	-0,00	1,19	0,00	0,00	1,04	0,00	0,00	1,00	0,00	-0,00
SERRA NEGRA DO NORTE	2,78	0,00	0,00	3,02	0,00	0,00	2,75	0,00	0,00	2,07	0,00	0,00	3,55	0,00	0,00
TANGARA	1,10	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	1,03	0,00	0,00	0,88	0,00	-0,00	1,77	0,00	0,00
UPANEMA	1,39	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,21	0,00	-0,00	0,24	0,00	-0,00	0,06	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

4.2.9 Sergipe

Responsável por cerca de 5% da cadeia criativa da região, o estado do Sergipe é composto por 75 municípios e uma população de aproximadamente 2.068.017 habitantes. Com uma contribuição para o PIB nordestino apenas maior que a do Piauí, a economia sergipana é responsável por cerca de 4,7% de tudo o que é produzido pela região.

Voltando-se para a cadeia criativa, tem-se o exposto na Tabela 4.10 em relação aos municípios sergipanos que apresentam alguma concentração em relação à região.

Tabela 4.10 – Municípios de Destaque – Cadeia Criativa/Sergipe

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HH M												
ARACAJU	1,05	0,03	0,00	1,05	0,03	0,00	1,09	0,03	0,00	0,72	0,02	-0,01	1,11	0,03	0,00
BARRA DOS COQUEIROS	1,14	0,00	0,00	0,57	0,00	-0,00	0,86	0,00	-0,00	0,18	0,00	-0,00	0,23	0,00	-0,00
CAMPO DO BRITO	1,54	0,00	0,00	1,66	0,00	0,00	1,66	0,00	0,00	0,78	0,00	-0,00	1,40	0,00	0,00
CARIRA	1,53	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	1,44	0,00	0,00	0,94	0,00	-0,00	1,58	0,00	0,00
FREI PAULO	3,12	0,00	0,00	3,64	0,00	0,00	3,68	0,00	0,00	1,98	0,00	0,00	3,06	0,00	0,00
ITABAIANA	1,38	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	1,18	0,00	0,00	0,93	0,00	-0,00	1,47	0,00	0,00
ITABAIANINHA	2,13	0,00	0,00	1,57	0,00	0,00	1,91	0,00	0,00	1,46	0,00	0,00	2,41	0,00	0,00
NEOPOLIS	1,11	0,00	0,00	1,17	0,00	0,00	1,22	0,00	0,00	0,82	0,00	-0,00	1,30	0,00	0,00
N. SRA APARECIDA	2,03	0,00	0,00	1,68	0,00	0,00	0,01	0,00	-0,00	0,41	0,00	-0,00	0,14	0,00	-0,00
N. SRA DA GLORIA	1,37	0,00	0,00	1,18	0,00	0,00	1,09	0,00	0,00	0,64	0,00	-0,00	1,19	0,00	0,00
N. SRA DO SOCORRO	1,36	0,00	0,00	1,47	0,00	0,00	1,45	0,00	0,00	0,99	0,00	-0,00	2,23	0,00	0,00
RIACHUELO	2,25	0,00	0,00	2,49	0,00	0,00	2,83	0,00	0,00	1,75	0,00	0,00	2,95	0,00	0,00
RIBEIROPOLIS	1,82	0,00	0,00	1,93	0,00	0,00	1,97	0,00	0,00	1,33	0,00	0,00	2,14	0,00	0,00
SAO CRISTOVAO	1,42	0,00	0,00	1,33	0,00	0,00	1,05	0,00	0,00	0,63	0,00	-0,00	0,84	0,00	-0,00
SAO DOMINGOS	1,29	0,00	0,00	1,07	0,00	0,00	0,71	0,00	-0,00	0,33	0,00	-0,00	0,59	0,00	-0,00
SIMAO DIAS	2,64	0,00	0,00	2,20	0,00	0,00	1,94	0,00	0,00	1,15	0,00	0,00	2,17	0,00	0,00
SIRIRI	1,61	0,00	0,00	1,52	0,00	0,00	1,58	0,00	0,00	1,13	0,00	0,00	1,54	0,00	0,00
TOBIAS BARRETO	1,63	0,00	0,00	1,39	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	0,98	0,00	-0,00	1,37	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos 75 municípios sergipanos, 18 apresentam algum destaque na cadeia criativa do Nordeste, o que corresponde a 24% do total do estado (vale ressaltar que é o menor estado da região). Entretanto, alguns casos devem ser observados: o município Barra dos Coqueiros apenas apresentou valores relevantes no último ano das observações, 2011, e o de Nossa Senhora Aparecida apenas em 2010 e 2011; dessa forma, eles foram destacados por se apresentarem com possíveis indícios de concentração da atividade criativa no ano mais recente. Somente com observações de anos posteriores poder-se-ia concluir se se trataram de vieses ou se realmente passaram a apresentar algum nível de concentração em relação à região.

O município sergipano que apresentou o maior destaque foi Frei Paulo, que em todos os anos analisados obteve valores significativos (com QL bastante alto). A maior participação relativa, assim como nos demais estados, fica com a capital, Aracaju, e, ainda em relação a

PR, vale destacar o caso do município Lagarto, que não está na incluído na Tabela 4.10 (por não apresentar QL significativo em 2011), mas possui uma PR de 0,0011 – alta em relação a alguns municípios que foram destacados na tabela. Nos anos de 2007, 2009 e 2010 este município também se apresentou relevante em relação a todos os índices, o que pode ser um indício de que, com observações de anos posteriores, ele possa ser observado como de destaque a nível regional.

4.3 Considerações sobre os Resultados da Cadeia Criativa Nordestina

As tabelas e comentários destacados na seção anterior servem para se ter uma boa noção de quais municípios do Nordeste apresentam fortes indícios de concentração/especialização das atividades que compõem a cadeia criativa, expostas nas partes iniciais do trabalho.

Ressalte-se, no entanto, os cuidados que se deve ter ao fazer afirmações sobre os municípios destacados, devido aos fatos já mencionados: base de dados ser do tipo auto declaração e não captar as atividades informais, os índices (principalmente o QL, que é o que mais definiu as escolhas) poderem indicar apenas uma diferenciação produtiva e não uma especialização, devido às disparidades de diversificação produtiva e os tamanhos das economias locais etc.

Contudo, os valores calculados indicam os municípios que possuem características que indicam possíveis especializações produtivas, o que pode ser utilizado como um direcionamento para análises mais profundas das localidades elencadas e confirmação da concentração de atividades criativas (o que foge ao escopo deste trabalho).

Dos 1794 municípios nordestinos, 207 se apresentaram com indícios de possível concentração de atividades criativas (em relação à cadeia criativa regional), o que corresponde a 11,5% do total.

Em relação aos valores dos índices, nota-se que os indícios do capítulo anterior sobre a importância dos estados Bahia, Ceará e Pernambuco no cenário do setor criativo nordestino se confirma quando são observados todos os municípios separadamente. Os três estados juntos são responsáveis por 49,76% dos municípios que se destacaram em relação ao total da região. A Tabela 4.11 detalha tais resultados.

Tabela 4.11 – Proporção de Municípios de Destaque da Cadeia Criativa por Estado

	Qtd. Municípios	Percentual
Alagoas	8	3,86%
Bahia	45	21,74%
Ceará	29	14,01%
Maranhão	15	7,25%
Paraíba	21	10,14%
Pernambuco	29	14,01%
Piauí	14	6,76%
Rio Grande do Norte	28	13,53%
Sergipe	18	8,70%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Fazendo-se um comparativo com os resultados obtidos da Figura 4.1 (em que foi exposta participação de cada estado na cadeia criativa da região), nota-se que, apesar de com proporções diferentes, a ordem de grandeza dos estados continua praticamente a mesma quando observada a participação dos municípios de destaque: a Bahia conta com a maior participação, seguida de Pernambuco e Ceará; logo após tem-se Rio Grande do Norte e Paraíba, seguidos Sergipe e Maranhão e, por fim, aparecem o Piauí e Alagoas.

O município que obteve o maior QL médio para os cinco anos foi Horizonte/CE (com um valor médio de 3,75), seguido de Itapetinga/BA (3,32), Feri Paulo/SE (3,10), Firmino Alves/BA (3,09), Estreito/MA (3,02), Sobral/CE (2,10), Itapagé/CE (2,93) e Santa Cruz do Capibaribe/PE (2,92). Nestas dez primeiras colocações, observa-se a predominância de municípios cearenses.

Observa-se, então, como está distribuída a cadeia criativa (três grupos de atividades) entre todos os municípios da região, em termos de quantidade de vínculos empregatícios. No entanto, conforme visto em seções anteriores, há diferenças entre a distribuição da cadeia criativa e do núcleo criativo em si. Sendo este o grupo de atividades mais importante da cadeia, e que essencialmente tem na criatividade a parte primordial do processo produtivo, o capítulo a seguir trata de calcular os índices de especialização para os municípios da região em relação ao núcleo criativo para que se possa observar se há municípios que se destaquem levando em consideração apenas o núcleo da cadeia criativa.

CAPÍTULO V – APLICAÇÃO DOS ÍNDICES DE ESPECIALIZAÇÃO SETORIAL AO NÚCLEO CRIATIVO NORDESTINO

O capítulo anterior expôs os resultados dos cálculos dos índices de especialização/concentração do setor criativo para todos os 1794 municípios do Nordeste, sendo destacados os 207 que obtiveram valores significativos para tais índices, apresentando, então, indícios de possíveis concentrações das atividades criativas da região. No entanto, os valores se referiram à cadeia criativa completa (núcleo, atividades relacionadas e atividades de apoio), o que engloba todas as 183 atividades CNAE (agregação de quatro dígitos) verificadas como participantes da cadeia.

As seções que aqui se seguem expõem, também, resultados dos índices mencionados, no entanto, voltados apenas para o núcleo criativo, com 42 atividades da cadeia e composto pelas atividades que possuem na criatividade a parte principal do processo produtivo, sendo, portanto, o grupo mais importante de ser observado da cadeia.

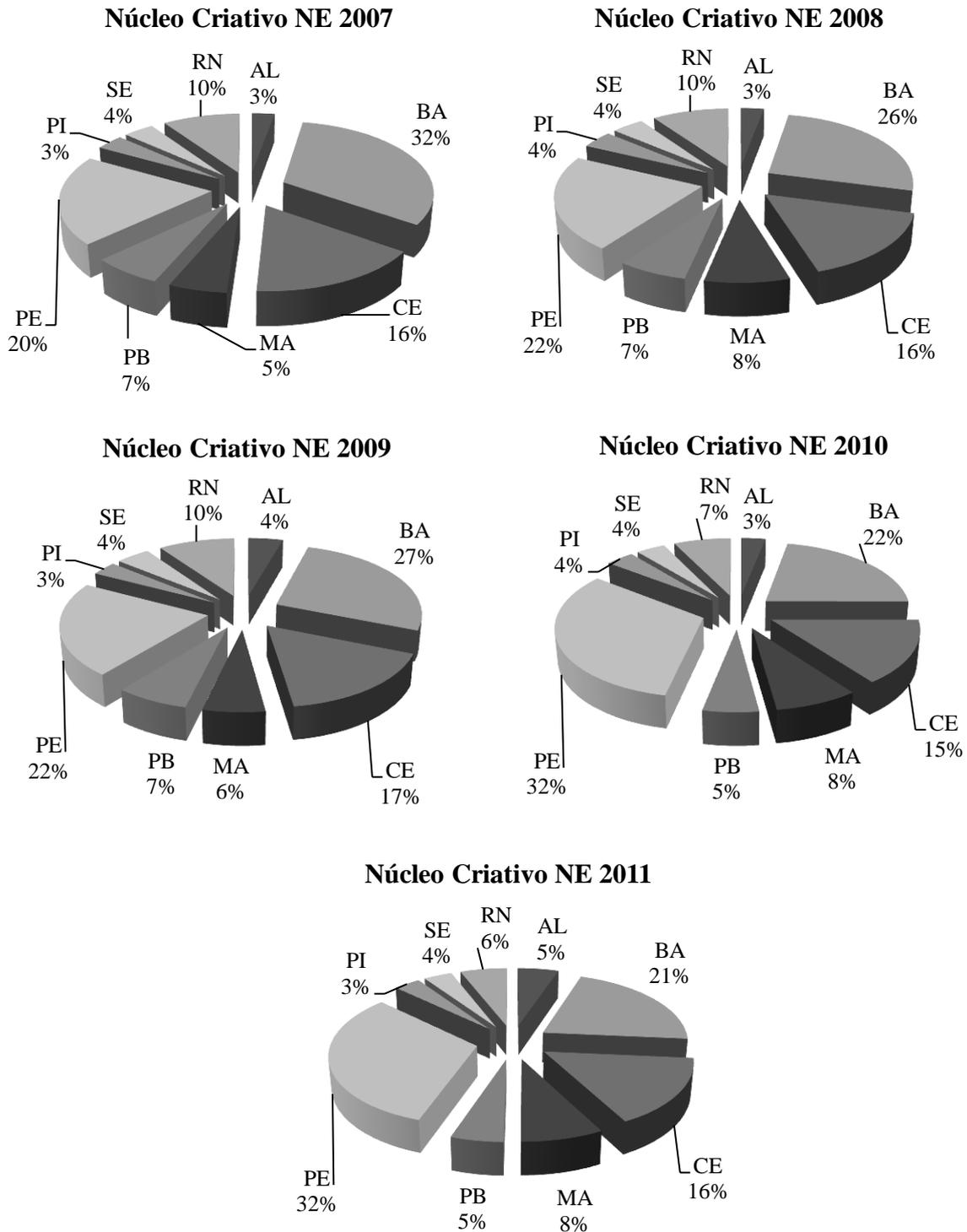
Dessa forma, serão observados quais municípios se destacam com relação ao núcleo criativo, observando, inclusive, se eles também se destacaram em relação à cadeia completa. Inicialmente são feitas algumas breves considerações sobre a distribuição do emprego deste grupo da cadeia criativa nos estados da região para, em seguida, serem expostos os resultados dos índices.

5.1 Panorama Geral

Tem-se dos capítulos anteriores que três estados se destacam na cadeia criativa nordestina total (Bahia, Ceará e Pernambuco), tanto pela quantidade de empregos dos estados, como pela quantidade de municípios que se destacam a nível regional, quando analisados os municípios separadamente.

Em relação ao núcleo da cadeia, essa predominância dos três estados continua, alterando-se apenas as posições: enquanto em termos de cadeia, a Bahia se sobressai em todos os anos, quando se observa apenas o núcleo, Pernambuco apresenta uma evolução considerável nos cinco anos analisados e ultrapassa a Bahia em 2010 e 2011. A Figura 5.1 demonstra a participação relativa do núcleo criativo de cada estado no total da região Nordeste.

Figura 5.1 – Participação Relativa do Emprego do Núcleo Criativo por Estado do Nordeste (2007-2011).



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Em termos percentuais médios dos cinco anos observados, tem-se a Bahia e Pernambuco à frente com 25,6%, seguidos do Ceará com 16%, Rio Grande do Norte com

8,6%, Maranhão com 7%, Paraíba com 6,2%, Sergipe com 4%, Alagoas com 3,6% e Piauí com 3,4%. Bahia, Pernambuco e Ceará juntos correspondem a cerca de 67% do núcleo criativo total do Nordeste, o que confirma a importância dos mesmos para a indústria criativa da região.

A próxima seção, por sua vez, traz os principais resultados dos índices de especialização do núcleo criativo para todos os municípios da região.

5.2 Resultados dos Índices de Especialização para o Núcleo Criativo

Sendo o grupo de atividades que efetivamente representa a essência da indústria criativa, é interessante analisar o núcleo de maneira separada, observando, inclusive se há divergências em relação aos resultados obtidos para a cadeia completa.

Dessa forma, esta seção trata de expor os resultados dos índices de concentração para os municípios da região, em relação ao núcleo criativo, destacando os municípios que apresentaram valores significativos. Os resultados são dispostos novamente por estado para facilitar a visualização

5.2.1 Alagoas

O estado alagoano, responsável por cerca de 3% das atividades que compõem o núcleo criativo nordestino, praticamente não apresenta municípios que se destaquem no cenário regional, levando-se em consideração apenas as atividades do núcleo. Apenas 2 municípios podem ser destacados (1,96% do total) e, ainda assim, com algumas observações a serem feitas, conforme Tabela 5.1.

Tabela 5.1 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Alagoas

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
MARECHAL DEODORO	17,69	0,02	0,02	3,37	0,00	0,00	0,35	0,00	-0,00	0,08	0,00	-0,00	0,34	0,00	-0,00
MESSIAS	0,95	0,00	-0,00	1,02	0,00	0,00	1,32	0,00	0,00	0,72	0,00	-0,00	1,70	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

O município de Marechal Deodoro apenas obteve significância em 2010 e 2011 e com um salto extremamente alto de um ano para outro. A atividade responsável pelo alto valor do QL em 2011 foi a de construção de obras de arte especiais (CNAE 2.0), que, sozinha,

representou praticamente todo o emprego do núcleo criativo do município (99,4%), o que pode indicar que as atividades mais vinculadas à construção civil sejam responsáveis pelo alto valor.

Em relação ao município de Messias, ele aparece na tabela devido ao fato de ter se apresentado com valores relevantes em 2007, 2009 e 2010 e um valor muito próximo em 2011, o que talvez seja um indício de possível concentração. A principal atividade do núcleo criativo foi a de atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia.

Nota-se, ainda, que, em comparação aos municípios de destaque da cadeia, apenas Marechal Deodoro se manteve destacado nos dois casos (a capital, Maceió, não se destaca em relação ao núcleo). No entanto, para uma confirmação precisa da concentração da atividade em ambos os municípios se faz necessário um estudo mais aprofundado dos mesmos.

5.2.2 Bahia

Novamente o estado da Bahia é o que apresenta o maior número de municípios de destaque, assim como foi com a cadeia criativa. Responsável por cerca de 21% do núcleo criativo em 2011, apresenta 14 municípios (3,36% do total do estado) com destaque no cenário regional do núcleo criativo, conforme Tabela 5.2.

Tabela 5.2 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Bahia

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM									
BARRA	1,38	0,00	0,00	1,57	0,00	0,00	2,06	0,00	0,00	0,81	0,00	-0,00	1,70	0,00	0,00
BARREIRAS	1,38	0,00	0,00	1,59	0,00	0,00	2,65	0,01	0,00	0,59	0,00	-0,00	1,43	0,00	0,00
CAMACARI	0,94	0,01	-0,00	2,36	0,02	0,01	2,09	0,02	0,01	1,19	0,01	0,00	3,41	0,03	0,02
CATU	2,42	0,00	0,00	3,08	0,00	0,00	4,61	0,00	0,00	1,58	0,00	0,00	2,62	0,00	0,00
CONC. COITE	1,70	0,00	0,00	1,92	0,00	0,00	0,74	0,00	-0,00	0,32	0,00	-0,00	0,66	0,00	-0,00
GUANAMBI	1,21	0,00	0,00	2,60	0,00	0,00	0,66	0,00	-0,00	0,82	0,00	-0,00	0,52	0,00	-0,00
LAURO DE FREITAS	1,35	0,02	0,00	1,28	0,02	0,00	1,37	0,02	0,00	0,69	0,01	-0,00	1,13	0,01	0,00
MURITIBA	3,02	0,00	0,00	2,66	0,00	0,00	3,29	0,00	0,00	0,22	0,00	-0,00	2,82	0,00	0,00
PIRITIBA	1,04	0,00	0,00	0,99	0,00	-0,00	0,75	0,00	-0,00	0,29	0,00	-0,00	10,38	0,00	0,00
SALVADOR	1,30	0,13	0,03	1,27	0,13	0,03	1,52	0,16	0,05	0,71	0,07	-0,03	1,85	0,19	0,09
SANTA MARIA DA VITORIA	2,10	0,00	0,00	1,70	0,00	0,00	1,48	0,00	0,00	0,30	0,00	-0,00	0,69	0,00	-0,00
S. SEBASTIAO DO PASSE	8,58	0,01	0,01	0,46	0,00	-0,00	0,52	0,00	-0,00	0,42	0,00	-0,00	2,52	0,00	0,00
TANHAÇU	1,73	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Alguns casos, no entanto, devem ser observados. O município de Camaçari não apresentou valor de QL significativo em 2011, no entanto, nos quatro demais anos os valores foram relevantes (inclusive bastante significativos). Observa-se, ainda, que a sua participação também foi alta em 2011, se comparada aos demais municípios destacados. O município de Tanhaçu consta na tabela acima devido ao fato de ter apresentado valor significativo em 2011, no entanto, em nenhum dos anos anteriores os valores dos índices foram relevantes. O município de Catu apresenta-se com maior destaque, obtendo valores significativos em todos os anos do período observado.

Ao contrário do caso alagoano, a capital da Bahia, Salvador, se destaca com indícios de concentração tanto na cadeia criativa como no seu núcleo. Os demais municípios que se destacam em ambos os casos são Camaçari, Conceição do Coite, Guanambi e Lauro de Freitas.

Em relação às atividades principais (do núcleo) dos municípios destacados, as que possuem o maior número de vínculos empregatícios, tem-se o seguinte: Barra e Guanambi – atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; Barreiras – atividades paisagísticas; Camaçari, Conceição do Coite e Tanhaçu – construções de obras de artes especiais; Catu, Lauro de Freitas, Muritiba, Piritiba e São Sebastião do Passe – atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia; Salvador – desenvolvimento de programas de computador sob encomenda; Santa Maria da Vitória – atividades de publicidade não especificadas anteriormente.

5.2.3 Ceará

Responsável por cerca de 16% do núcleo criativo regional, o estado do Ceará se mantém entre os mais importantes da indústria criativa nordestina, tanto em relação à cadeia como em relação ao núcleo isolado. A Tabela 5.3 mostra que 7 municípios do estado (3,8%) se destacam no núcleo criativo nordestino.

O destaque do estado fica com o município de Aquiraz que apresentou valores de QL significativos nos cinco anos das observações e bastante altos em 2010 e 2011, com PR também significativas. O município de Missão Velha foi elencado na tabela devido ao alto valor de QL no ano mais recente da observação, no entanto, nos demais anos não se apresentou com significância suficiente. Dos municípios que se destacaram na cadeia criativa apenas Aquiraz e Fortaleza também se destacam em relação ao núcleo.

Tabela 5.3 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Ceará

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
AQUIRAZ	6,92	0,01	0,01	6,37	0,01	0,01	4,53	0,01	0,01	2,10	0,00	0,00	3,33	0,01	0,00
AURORA	1,52	0,00	0,00	2,72	0,00	0,00	1,50	0,00	0,00	0,58	0,00	-0,00	1,02	0,00	0,00
BAIXIO	1,60	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
EUSEBIO	1,39	0,01	0,00	1,70	0,01	0,00	2,25	0,01	0,01	1,05	0,00	0,00	2,56	0,01	0,01
FORTALEZA	1,31	0,12	0,03	1,23	0,11	0,02	1,44	0,13	0,04	0,66	0,06	-0,03	1,48	0,13	0,04
MISSAO VELHA	8,78	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,04	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
REDENCAO	1,86	0,00	0,00	2,08	0,00	0,00	1,18	0,00	0,00	0,06	0,00	-0,00	0,06	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Em relação às atividades com maiores números de empregos tem-se: Aquiraz – parques de diversão e parques temáticos; Aurora e Baixio – atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; Eusébio e Missão Velha – construção de obras de artes especiais; Fortaleza – suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação; Redenção – atividades de publicidade não especificadas anteriormente.

5.2.4 Maranhão

Apesar de ser responsável por cerca de 8% do núcleo criativo regional, o estado do Maranhão praticamente não apresenta municípios que se destaque separadamente, pois, dos 4 municípios (1,84% do total do estado) listados na Tabela 5.4, apenas a capital São Luís se manteve com valores relevantes em mais de dois anos (2009, 2010 e 2011). Os demais foram destacados por apresentarem valores significativos de QL no último ano das observações.

Tabela 5.4 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Maranhão

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
ALCANTARA	1,46	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,11	0,00	-0,00	0,06	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
ARARI	1,08	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
SAO LUIS	1,64	0,07	0,03	1,64	0,07	0,03	1,20	0,04	0,01	0,71	0,03	-0,01	0,95	0,03	-0,00
TIMON	1,47	0,00	0,00	1,25	0,00	0,00	0,48	0,00	-0,00	0,65	0,00	-0,00	0,33	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Dos municípios de destaque da cadeia criativa, apenas Alcântara permanece no núcleo. Vale ressaltar que, em relação à cadeia, este município também somente se apresentou

significativo em 2011. Já a capital do estado, apenas configura significância quando analisados os índices do núcleo separadamente.

As atividades responsáveis pelo maior número de empregos dos municípios listados acima foram: Alcântara e São Luís – construção de obras de arte especiais; Arari – atividades de organizações associativas ligadas à arte e à cultura; Timon – atividades de televisão aberta.

5.2.5 Paraíba

Dos 223 municípios paraibanos, 7 apresentaram valores significantes para os índices calculados (em 2011), o que corresponde a cerca de 3,14% do total do estado. No entanto, nem todos mantiveram a relevância nos anos anteriores, como mostra a Tabela 5.5 exposta abaixo.

Tabela 5.5 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Paraíba

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
CAJAZEIRAS	1,02	0,00	0,00	1,43	0,00	0,00	1,21	0,00	0,00	0,69	0,00	-0,00	1,51	0,00	0,00
CAMPINA GRANDE	1,09	0,01	0,00	0,90	0,01	-0,00	1,03	0,01	0,00	0,42	0,00	-0,01	0,95	0,01	-0,00
JOAO PESSOA	1,01	0,03	0,00	1,13	0,04	0,00	1,58	0,05	0,02	0,69	0,02	-0,01	1,45	0,05	0,01
MONTEIRO	1,41	0,00	0,00	1,71	0,00	0,00	2,09	0,00	0,00	0,77	0,00	-0,00	1,51	0,00	0,00
SERRA BRANCA	1,58	0,00	0,00	1,69	0,00	0,00	2,14	0,00	0,00	1,06	0,00	0,00	2,24	0,00	0,00
SOSSEGO	1,39	0,00	0,00	0,71	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
UIRAUNA	1,18	0,00	0,00	0,24	0,00	-0,00	0,28	0,00	-0,00	0,17	0,00	-0,00	0,36	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

O destaque do estado fica com o município de Serra Branca que se apresentou relevante no cenário regional em todos os anos, com valores de QL maiores que 1, apesar de participação menor do que João Pessoa e Campina Grande, os dois maiores municípios do estado. Os municípios de Cajazeiras, Campina Grande e João Pessoa foram os únicos que se destacaram tanto em nível de cadeia como em nível de núcleo da indústria criativa.

Em relação às principais atividades do núcleo criativo dos municípios listados acima se tem: Cajazeiras e Serra Branca – atividades de rádio; Campina Grande – suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação; João Pessoa – atividades de televisão aberta; Monteiro e Uiraúna – artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Sossego – atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte.

5.2.6 Pernambuco

Destacando-se como principal estado do Nordeste, em relação às atividades do núcleo criativo, juntamente com a Bahia, o estado pernambucano se destacou pelo crescimento da sua participação no total da região, como visto na seção anterior. Sendo responsável por cerca de 32% dos vínculos empregatícios de tais atividades no cenário regional, 7 de seus municípios se destacam isoladamente (3,78% do total), como mostra a Tabela 5.6.

Tabela 5.6 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Pernambuco

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
CONDADO	1,93	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
IPOJUCA	13,93	0,10	0,09	17,31	0,10	0,10	7,91	0,03	0,03	3,55	0,01	0,01	5,51	0,02	0,02
OROBO	1,38	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
RECIFE	1,33	0,11	0,03	1,33	0,11	0,03	1,70	0,14	0,06	0,79	0,07	-0,02	1,65	0,14	0,05
SALGUEIRO	35,69	0,05	0,05	41,23	0,07	0,07	0,57	0,00	-0,00	0,33	0,00	-0,00	1,22	0,00	0,00
SAO JOAO	1,91	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,58	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
S LOURENCO DA MATA	11,87	0,01	0,01	0,58	0,00	-0,00	0,96	0,00	-0,00	0,11	0,00	-0,00	0,30	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

O destaque do estado fica com Ipojuca, que apresenta QL bastante significativos em todos os anos observados e uma PR elevada, chegando a quase se igualar ao valor da PR da capital do estado, Recife. Os municípios que se destacaram na cadeia criativa e no núcleo criativo foram apenas Ipojuca, Recife, Salgueiro e São Lourenço da Mata.

Alguns pontos devem ser destacados: o município de Condado apresentou valores significantes em 2011, assim como Orobó e São João, inclusive com valores muito próximos; São Lourenço da Mata também só apresentou relevantes em 2011, diferenciando-se dos três anteriores pela expressividade do QL neste ano (11,87); o município de Salgueiro apresentou indícios de concentração em 2007, 2010 e 2011, chamando a atenção os valores dos dois últimos anos, que foram extremamente altos (35,69 em 2011 e 41,23 em 2010), devido à expressividade do núcleo no total da cadeia criativa do município.

Somente uma análise detalhada poderia indicar os motivos de tais valores para o município de Salgueiro, no entanto, observa-se que a atividade de construção de obras de artes especiais foi responsável por 98,9% do total do emprego do município. Sabendo-se que as obras da Ferrovia Transnordestina passam pela cidade e que, nos anos em questão (2010 e 2011) avançaram consideravelmente, pode-se ter um indício de que o alto valor do índice se deu devido à influência da construção civil, mais especificamente das obras de construção da ferrovia.

Em relação às atividades com maior número de vínculos empregatícios do núcleo criativo dos municípios destacados (em 2011), tem-se: Condado, São João e São Lourenço da Mata: - atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia; Ipojuca e Salgueiro – construção de obras de arte especiais; Orobó – atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; Recife – consultoria e tecnologia da informação.

5.2.7 Piauí

O estado com menor participação no núcleo da cadeia criativa do Nordeste, responsável por cerca de 3% do total, apresenta 3 municípios com possíveis indícios de concentração, em termos da região (o que representa 1,34% do total de municípios do estado). A Tabela 5.7 expõe os valores dos índices para os mesmos.

Tabela 5.7 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Piauí

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
GUADALUPE	7,33	0,00	0,00	2,86	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,77	0,00	-0,00
PAULISTANA	33,94	0,01	0,01	40,83	0,01	0,01	1,16	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
SAO RAIMUNDO NONATO	3,48	0,00	0,00	3,31	0,00	0,00	5,88	0,00	0,00	1,35	0,00	0,00	4,40	0,00	0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Apesar de ser o município com menor QL em 2011 dos três destacados, São Raimundo Nonato foi o único que apresentou valores significativos nos cinco anos analisados e o único que não se destacou quando a análise foi feita para a cadeia criativa. Guadalupe apresentou-se significativa nos dois últimos anos observados, com um QL relativamente alto em 2011.

O município de Paulistana, por sua vez, se apresenta em situação semelhante ao município pernambucano de Salgueiro, destacado anteriormente. Os valores do QL em 2010 e 2011 foram extremamente altos, o que não ocorreu nos anos anteriores, devido à expressividade do emprego das atividades do núcleo nestes anos. Assim como no caso anterior, somente com uma análise detalhada da economia do município pode-se confirmar os motivos desse salto no valor do índice.

Em relação às atividades de destaque, obtêm-se: Guadalupe e Paulistana – construção de obras de artes especiais; São Raimundo Nonato – atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares.

5.2.8 Rio Grande do Norte

Responsável por cerca de 6% dos vínculos empregatícios do núcleo criativo nordestino em 2011, conta com 7 municípios (cerca de 4,19% do total do estado) se destacando em relação ao cenário regional, conforme Tabela 5.8.

Apesar de sete municípios estarem listados na tabela, apenas o município de Caraúbas apresentou índices significativos em todos os anos pesquisados e dois municípios não se apresentaram relevantes em 2011.

O município Alto do Rodrigues não obteve valores relevantes em 2011, mas obteve em todos os demais anos, com um valor de QL bastante expressivo em 2007 (19,52). Guamaré não se apresentou relevante apenas em 2007 e 2011 e obteve valores relativamente altos nos demais anos, sendo, por isso, listado na tabela. Já o município de Serra do Mel, consta na tabela, deve ser mencionado devido aos altos QL obtidos em 2008 (21,85) e 2009 (45,17), assemelhando-se aos casos dos dois estados anteriores; contudo, em 2010 e 2011 os seus valores foram zerados.

Tabela 5.8 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Rio Grande do Norte

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
ALTO DO RODRIGUES	0,86	0,00	-0,00	1,34	0,00	0,00	2,01	0,00	0,00	2,25	0,00	0,00	19,52	0,01	0,01
CARAUBAS	1,02	0,00	0,00	1,50	0,00	0,00	1,96	0,00	0,00	1,81	0,00	0,00	3,35	0,00	0,00
GUAMARE	0,77	0,00	-0,00	4,55	0,00	0,00	3,86	0,00	0,00	2,36	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00
LAGOA SALGADA	2,64	0,00	0,00	0,79	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00
MOSSORO	1,66	0,01	0,00	2,22	0,02	0,01	1,34	0,01	0,00	0,65	0,00	-0,00	1,69	0,01	0,01
NATAL	1,09	0,04	0,00	1,24	0,05	0,01	1,79	0,07	0,03	0,75	0,03	-0,01	1,49	0,06	0,02
UPANEMA	10,17	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

As atividades do núcleo criativo com maior número de vínculos empregatícios em 2011 para os municípios destacados foram: Alto do Rodrigues, Mossoró, Natal e Upanema – construção de obras de artes especiais; Caraúbas e Lagoa Salgada – artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; Guamaré – atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia.

5.2.9 Sergipe

Responsável por cerca de 4% do núcleo criativo nordestino, o estado sergipano apresenta 4 municípios (cerca de 5,33% do total do estado) com algum destaque no cenário regional, conforme exposto na Tabela 5.9.

Nenhum dos quatro municípios destacados apresentou valores relevantes nos cinco anos observados, sendo destaque do estado, então, o município de Barra dos Coqueiros, que apresentou os maiores valores de QL dentre os mesmos, inclusive em 2011. O município de Macambira apenas apresentou QL significativo no último ano, sendo por isso listado na tabela.

Tabela 5.9 – Municípios de Destaque – Núcleo Criativo/Sergipe

	2011			2010			2009			2008			2007		
	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM	QL	PR	HHM
ARACAJU	1,17	0,03	0,00	1,17	0,03	0,00	1,40	0,04	0,01	0,63	0,02	-0,01	1,11	0,03	0,00
BARRA DOS COQUEIROS	2,31	0,00	0,00	2,11	0,00	0,00	1,76	0,00	0,00	0,92	0,00	-0,00	2,62	0,00	0,00
ITABAIANA	1,10	0,00	0,00	1,00	0,00	-0,00	1,08	0,00	0,00	0,56	0,00	-0,00	1,41	0,00	0,00
MACAMBIRA	1,19	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,00	0,20	0,00	-0,00	0,17	0,00	-0,00	0,38	0,00	-0,00

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Em relação às atividades do núcleo criativo com maior número de vínculos empregatícios, tem-se: Aracaju – tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet; Barra dos Coqueiros – atividades de rádio; Itabaiana – parques de diversão e parques temáticos; Macambira – atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão.

5.3 Considerações sobre os Resultados do Núcleo Criativo Nordestino

A seção anterior aponta que, dos 1794 municípios nordestinos, 54 apresentam indícios de concentração das atividades do núcleo criativo da região, o que corresponde a 3,01% do total. O estado com maior número de municípios de destaque foi a Bahia, seguido de Ceará, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte, conforme Tabela 5.10.

Os municípios com maior QL médio entre os cinco anos foram Salgueiro/PE (15,81) e Paulistana/PI (15,18), no entanto, como vistos anteriormente, tais municípios apresentaram valores extremamente altos em apenas dois anos, com uma disparidade enorme para os demais, o que causa esse elevado QL médio. Tirando-se esses dois casos atípicos, tem-se: Ipojuca/PE (9,64), seguido de Alto do Rodrigues/RN (5,20), Aquiraz/CE (4,65), Marechal

Deodoro/AL (4,37 – caso parecido com o de Salgueiro/PE e Paulistana/PI), São Raimundo Nonato/PI (3,68), Catu/BA (2,68), São Lourenço da Mata/PE (2,76), Piritiba/BA (2,69), São Sebastião do Passé/BA (2,50).

Tabela 5.10 – Proporção de Municípios de Destaque do Núcleo Criativa por Estado

	Qtd. Municípios	Percentual
Alagoas	2	3,70%
Bahia	13	24,07%
Ceará	7	12,96%
Maranhão	4	7,40%
Paraíba	7	12,96%
Pernambuco	7	12,96%
Piauí	3	5,55%
Rio Grande do Norte	7	12,96%
Sergipe	4	7,40%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011.

Observa-se, nestas primeiras colocações, mais uma vez a predominância dos estados da Bahia e de Pernambuco, o que se soma às conclusões de seções e capítulos anteriores que demonstraram que, juntamente com o Ceará, estes dois estados são os que possuem a maior concentração da indústria criativa do Nordeste, tanto da cadeia com os três grupos de atividades, como do núcleo separado.

Em relação às atividades dos municípios destacados, observa-se que 15 atividades distintas se apresentaram como as principais atividades do núcleo criativo dos municípios mencionados: construção de obras de arte especiais; atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia; atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte; artes cênicas, espetáculos e atividades complementares; atividades de rádio; atividades de publicidade não especificadas anteriormente; parque de diversão e parques temáticos; atividades de televisão aberta; atividades de suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação; atividades paisagísticas; desenvolvimento de programas de computador sob encomenda; consultoria em tecnologia da informação; atividades de museu e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares; tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet; atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão.

Nota-se que há certa diversificação de atividades, destacando-se a construção de obras de arte especiais, as atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia, as atividades

de organizações associativas ligadas à cultura e à arte e as artes cênicas, denotando a importância das atividades de construção e das belas artes para o setor criativo da região. As atividades de tecnologia da informação também aparecem entre as principais, sendo mais constantes nos municípios mais desenvolvidos, como é o caso das principais capitais de estado (Salvador, Recife e Fortaleza).

Os valores elencados servem para se ter uma boa noção de como está distribuída a atividade criativa entre os estados (e municípios) do Nordeste, apontando localidades que podem ser alvos de estudos que possam aprofundar as análises e observar detalhadamente as características das atividades desenvolvidas.

Novamente, vale ressaltar que a interpretação dos resultados encontrados no capítulo devem ser realizadas com muito cuidado, levando-se em consideração às características dos índices utilizados, bem como da base de dados, conforme já mencionado anteriormente. No entanto, para os propósitos deste trabalho, tais resultados são bastante válidos e importantes para o dimensionamento efetivo da indústria criativa, ao apresentar municípios que possuem fortes indícios de concentração de suas atividades.

CAPÍTULO VI - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos objetivos do trabalho apresentado foi o de caracterização das produções culturais e criativas, sob um aspecto generalista. Para tanto, fez-se uma análise descritiva dos pontos mais discutidos sobre a forma como a literatura econômica tratou a cultura ao longo dos anos de evolução do pensamento econômico para, só então, analisar as principais características da Economia da Cultura, ramo da ciência econômica ainda em evolução e constante discussão na literatura econômica.

Como pôde ser visto, os fenômenos culturais somente passaram a ser tratados como fenômenos econômicos propriamente ditos após o trabalho de Baumol e Bowen, há cerca de 50 anos, a partir de onde se data o surgimento de fato da Economia da Cultura. Antes disso, as considerações feitas pelos autores econômicos eram, em sua maioria, de cunho crítico, impedindo a sistematização de estudos relacionassem os possíveis aspectos econômicos dos bens culturais/criativos.

Ao longo dos anos a Economia da Cultura vai sendo aceita pela literatura econômica (mas, ainda não de maneira unânime) e a discussão passa a ser centralizada em como se daria a sua delimitação. Surgem, então, os termos Indústria Cultural e, posteriormente, Indústria Criativa, que incorporam os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam como insumos primários a criatividade e o capital intelectual, desvinculando-se, então, da visão restrita de bens culturais sendo apenas aqueles tradicionalmente chamados de “belas artes”. Origina-se, também, o termo Economia Criativa, que passa a ser utilizado com a mesma finalidade de Economia da Cultura.

Contudo, mesmo após uma definição de Economia Criativa (ou Economia da Cultura) que tem se tornado bastante comum e aceita nos trabalhos sobre o tema, surgem diversas questões metodológicas que dificultam a delimitação desta área da ciência econômica. Por ser um setor extremamente dinâmico, geralmente se encontra certa dificuldade em delimitar as atividades que realmente possuem na criatividade a sua essência, daquelas que servem como apoio ou que são dependentes das primeiras.

Como foi discutido ao longo o trabalho, há diversas propostas metodológicas para a delimitação da Economia Criativa, das atividades que a compõe, não havendo, ainda, um consenso de qual delas melhor se adequa. No entanto, algumas se sobressaem sobre outras dependendo da análise a ser feita, bem como da localidade objeto de estudo. Para o caso brasileiro, alguns estudos apontam o modelo proposto pela UNCTAD como uma dos mais

aplicáveis, sendo o modelo usado ao longo deste trabalho, com as modificações propostas por Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, que divide a indústria criativa em treze setores que formam uma cadeia, composta por atividades divididas em Núcleo, Atividades Relacionadas e Atividades de Apoio, dependendo do grau de relacionamento da atividade com os aspectos criativos e intelectuais, conforme detalhado anteriormente.

Encerrando-se a discussão sobre a delimitação da Economia Criativa, outro ponto de extrema importância para a caracterização das atividades criativas foi abordado no trabalho: as particularidades microeconômicas dos bens criativos. Notou-se que estes bens geralmente apresentam características de bens públicos, como não rivalidade e não exclusividade, não obediência à lei das utilidades marginais decrescentes, propiciam externalidades positivas e dão margem ao surgimento de monopólios e são extremamente difíceis de valorar. Com isso, ficou clara a importância do setor público como agente regulador e fomentador do setor criativo/cultural, como uma forma de preservar as atividades culturais.

Feita a devida discussão da caracterização do setor criativo, foi proposta uma breve análise da Economia Criativa no Brasil, histórica e de dimensionamento. Notou-se que, seguindo a tendência mundial, mas um pouco mais vagarosamente, a indústria criativa brasileira praticamente inexistiu até meados do século XX, sendo raros os trabalhos nacionais que se dedicassem a explorar o tema, inclusive nos dias atuais ainda não são muito comuns. Contudo, aos poucos os trabalhos vão surgindo e o Governo Federal tem implantado medidas que facilitam e impulsionam tal surgimento, até mesmo com a criação de sistemas de informações sobre a cadeia criativa nacional que servirão como uma excelente base de dados para estudos posteriores.

Em relação às dimensões da cadeia criativa brasileira, observou-se que ela possui grande importância para a economia nacional, sendo responsável por cerca de 30% dos estabelecimentos empregatícios e 18% dos vínculos empregatícios totais do país no período analisado (2007-2011). O núcleo criativo teve análises separadas, por ser o principal grupo de atividades da cadeia criativa completa, tendo os seus resultados demonstrado que, apesar de ainda relativamente pequeno no país, comparado à cadeia, sua representatividade tem crescido constantemente ao longo dos anos, em termos de estabelecimentos e vínculos empregatícios, conseguindo até obter uma remuneração média anual bem maior do que a cadeia criativa e do que a média da economia nacional.

Ainda em relação ao dimensionamento das atividades criativas no país, viu-se que alguns estados da nação se sobressaem em relação aos demais e que há diferenças consideráveis quando as análises são realizadas considerando-se a cadeia criativa completa e

apenas o seu núcleo. Contudo, estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e o Distrito Federal se destacam no país.

Voltando-se para a região Nordeste, área geográfica de foco de estudo do trabalho, os resultados do dimensionamento apontam para a importância destacada e constante dos estados da Bahia, Ceará e Pernambuco. Os três estados juntos são responsáveis por mais de 60% da cadeia criativa da região, bem como do seu núcleo isolado.

Outro objetivo destacado no trabalho foi de apontar os municípios nordestinos que apresentam indícios de especialização do setor criativo da região, a partir do cálculo de índices de especialização (quociente locacional, índice de participação relativa e índice de Hirschman-Herfindhal). Os índices foram calculados separadamente para a cadeia completa e para o núcleo criativo isolado de todos os 1794 municípios da região, apontando alguns resultados em comum.

Confirmou-se a importância da Bahia, do Ceará e de Pernambuco para o setor criativo da região, sendo os estados que possuem mais municípios com indícios de concentração da indústria criativa regional. Observou-se quais os principais municípios de cada estado para a indústria da região, bem como os casos que apresentam particularidades significativas para os índices calculados. Os resultados expostos por estado possibilitaram a continuação das análises dos capítulos anteriores, evidenciando as diferenças de valores entre cada um dos nove estados nordestinos, o que é de grande importância para o direcionamento de estudos posteriores, bem como de políticas de incentivo.

Conforme mencionado na metodologia do trabalho, os resultados encontrados no mesmo devem ser analisados com bastante atenção, devido às limitações dos índices utilizados, bem como da base de dados. Tais resultados devem ser analisados como indícios de concentração das atividades destacadas (da cadeia ou do núcleo criativo), principalmente para os casos de municípios mais desenvolvidos, que apresentam uma indústria bastante diversificada, dificultando a identificação de especializações, como é o caso das capitais dos estados, bem como para os casos de municípios menores e pouco desenvolvidos, que podem apresentar altos valores para os índices devido a uma única unidade produtiva.

Porém, apesar das limitações (expostas ao longo do trabalho), as conclusões a que se chegou são bastante significativas, indicando localidades com possibilidades de concentração criativa e que podem ter estudos aprofundados para a confirmação de tal concentração através da análise detalhada da economia do município, bem como da região por inteiro.

Os resultados encontrados servem como uma boa base para estudos futuros aprofundados, bem como para o direcionamento de análises do setor público, à medida que

destacam localidades de destaque na região Nordeste inteira, um universo de dimensão considerável.

A caracterização da cadeia criativa continua em debate constante na literatura econômica, tanto nacional quanto mundial, e expõe uma série de possibilidades de estudos que visem padronizar a classificação das atividades que se configurem como criativas, bem como a análise aprofundada e comparativa das definições existentes, aplicadas a diferentes países, a partir da característica de cada um, na tentativa de se aproximar de um possível consenso para nações com características comuns.

A partir da definição de indústria criativa aqui utilizada e dos resultados encontrados, é possível que o presente estudo possa ser estendido e aprofundado em trabalhos posteriores. Os municípios destacados com indícios de concentração da atividade criativa podem ser analisados separadamente, *in loco*, para a confirmação da especialização criativa, através do estudo da economia local ao longo dos anos e suas perspectivas, bem como das ações locais que impulsionaram a manutenção da atividade criativa na localidade, identificando possíveis características e ações em comum nos municípios mencionados e que possam ser adotadas/aperfeiçoadas nos demais municípios da região.

Como a iniciativa estatal se mostrou de fundamental importância para a manutenção do setor criativo, é bastante interessante obter subsídios como os que foram aqui expostos. Dessa forma, evidencia-se que para que haja o desenvolvimento do setor criativo na região (bem como no país inteiro), se faz necessária uma atuação direta e contínua do governo (federal, estadual, municipal, distrital) com políticas que visem à manutenção do mesmo, como isenção de impostos ao setor, incentivos para criação de cursos de aperfeiçoamento, políticas de restrição à criação de monopólios, criação e manutenção de centros culturais, escoamento da produção criativa e tantas outras formas possíveis de fomentar a indústria.

Sabendo-se dessa importância que o setor público possui para a manutenção de várias atividades criativas, assim como para a regulamentação e correção das falhas de mercado ocasionadas pelas particularidades mencionadas dos bens criativos, é importante salientar que o Brasil ainda precisa evoluir muito nesta questão. Apesar de apontar mudanças em relação à forma de tratamento da indústria criativa, inclusive com a implantação do Sistema Nacional de Cultura, um país com tamanha diversidade cultural e elevado potencial criativo poderia melhor aproveitar as condições favoráveis que possui e explorar de maneira consciente as atividades culturais/criativas, com as respectivas ações de fomento do Estado.

REFERÊNCIAS

- BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- BRANT, Leonardo. **O Poder da Cultura**. Peirópolis, São Paulo: Editora Peirópolis, 2009.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília, DF, 2011. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em 12 jun. 2012. (a)
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Estrutura, Institucionalização e Implementação do Sistema Nacional de Cultura**. Brasília, DF, 2011. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em 12 set. 2012. (b)
- BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais**. Disponível em <<http://www.rais.gov.br>>. Acesso em 10 mai. 2012.
- BRITTO, Jorge; ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta. **Estrutura e dinamismo de clusters industriais na economia brasileira: uma análise comparativa exploratória**. Artigo submetido à Comissão Científica do IV Encontro de Economistas de Língua Portuguesa, universidade de Évora, Portugal, 2001. Disponível em <<http://www.cedeplar.ufmg.br>>. Acesso em 03 mai. 2012.
- BUAINAIN, Antônio Márcio; MENDES, Cássia Isabel Costa; SILVA, Antônio Braz de Oliveira; CARVALHO, Sérgio Medeiros Paulino. **Indústria criativa: direitos de autor e acesso à cultura**. Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Laboratório Interdisciplinar sobre Informação e Conhecimento, Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.7, n.2, setembro, 2011, p. 510-537. Disponível em <<http://www.ibict.br/liinc>>. Acesso em 23 de out. 2012.
- CROCCO, Marco Aurélio *et al.* **Metodologia de Identificação de Arranjos Produtivos Locais Potenciais**. UFMG/Cedeplar, Texto para Discussão n. 212, Minas Gerais, 2003. Disponível em <<http://www.cedeplar.ufmg.br/publicacoes/trabalhos/textos-para-discussao/8.php>>. Acesso em 10 mai. 2012.
- DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Relatório Técnico, Fundação das Indústrias do Rio de Janeiro, n. 2, maio 2008.
- GATTO, Maria Fernanda Freire; LIMA-JÚNIOR, Jailson Araújo; LEITE, André; LIMA, João Policarpo. Mapeando atividades criativas em Pernambuco: dimensionando os potenciais de expansão dos segmentos de maior destaque. In: II Encontro de Economia do Espírito Santo, 2011, Vila Velha. **Anais...** II Encontro de Economia do Espírito Santo. Vila Velha, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Classificação Nacional das Atividades Econômicas 2.0. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 10 mai. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2010. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 10 jun 2012.

LATOEIRA, Cristina. **Indústrias Criativas: Mapeamento, Organização e Estudos de Caso.** Departamento de Prospectiva e Planejamento e Relações Internacionais (MAOTDR), Prospectiva e Planejamento, vol. 14. Lisboa, Portugal, 2007. Disponível em: <<http://www.dpp.pt>>. Acesso em 10/11/2012

LIMA, Carmen Lucia C.; FRANCA, César de Oliveira; MATTA, João Paulo R. Notas sobre economia da cultura. In: ENCONTRO DA ULEPICC-BRASIL, 2006, Niterói. **Anais...** Niterói, IACS, 2006.

LIMA JÚNIOR, Jailson Araújo; GATTO, Maria Fernanda Freire, LEITE, André. **Classificação da Indústria Criativa Brasileira: Uma Proposta Metodológica.** UFPE, Recife/PE. 2011.

REIS, Ana Carla F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura.** Barueri, São Paulo: Editora Manole, 2007.

SUZIGAN, Wilson; GARCIA, Renato; FURTADO, João. Sistemas Locais de Produção/Inovação: Metodologia para identificação, estudos de casos e sugestões de políticas. In: DINIZ, Célio Diniz; LEMOS, Mauro Borges (Org.). **Economia e Território.** Belo Horizonte: Editora OFMG, 2005. cap 9.

THORSBY, David. **Economics and culture.** 1ª edição. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 224 p.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: Problemas, hipóteses, pistas.** São Paulo: Iluminuras Itaú Cultural, 2007.

UNCTAD. United Nations. **Creative Economy Report 2008.** Geneva: United Nations, 2008.

VALIATI, Leandro. **Economia da cultura em uma perspectiva conceitual.** Fórum sobre Capacitação de Mercados Criativos para a Copa do Mundo de 2014. Brasília, 2011. Disponível em <<http://www.mercadoscriativos.com.br>>. Acesso em: 11 de jun. 2012.

VIDIGAL, Vinicius G.; CAMPOS, Antônio C.; ROCHA, Cláudia B. **Especialização produtiva nos arranjos produtivos locais (APL) de calçados do Brasil, 1995 2006.** Estudos do CEPE (UNISC), v. 30, p. 30-53, 2009.

**ANEXO –
CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS DA CADEIA
CRIATIVA, SEGUNDO A CNAE 2.0**

Núcleo da Indústria Criativa	
Código	Atividade Econômica
32205	Fabricação de instrumentos musicais
42120	Construção de obras de arte especiais
58115	Edição de livros
58123	Edição de jornais
58131	Edição de revistas
58191	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos
58212	Edição integrada à impressão de livros
58221	Edição integrada à impressão de jornais
58239	Edição integrada à impressão de revistas
58298	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59138	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
59146	Atividades de exibição cinematográfica
59201	Atividades de gravação de som e de edição de música
60101	Atividades de rádio
60217	Atividades de televisão aberta
60225	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
62015	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
62023	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
62031	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
62040	Consultoria em tecnologia da informação
62091	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
63119	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
71111	Serviços de arquitetura
71197	Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia
73114	Agências de publicidade
73122	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
73190	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente
73203	Pesquisas de mercado e de opinião pública
74102	Design e decoração de interiores
74200	Atividades fotográficas e similares
81303	Atividades paisagísticas
85929	Ensino de arte e cultura
90019	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
90027	Criação artística
90035	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
91015	Atividades de bibliotecas e arquivos

Núcleo da Indústria Criativa

Código	Atividade Econômica
91023	Ativ.de museus e exploração, restauração artística e conserv.de lugares e prédios hist.e atrações similares
93212	Parques de diversão e parques temáticos
94936	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte

Atividades Relacionadas da Indústria Criativa

Código	Atividade Econômica
13308	Fabricação de tecidos de malha
13405	Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário
13511	Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico
13529	Fabricação de artefatos de tapeçaria
13537	Fabricação de artefatos de cordoaria
13545	Fabricação de tecidos especiais, inclusive artefatos
13596	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente
14118	Confecção de roupas íntimas
14126	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
14134	Confecção de roupas profissionais
14142	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção
14215	Fabricação de meias
14223	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias
15106	Curtimento e outras preparações de couro
15211	Fabricação de artigos para viagem, bolsas e semelhantes de qualquer material
15297	Fabricação de artefatos de couro não especificados anteriormente
15319	Fabricação de calçados de couro
15327	Fabricação de tênis de qualquer material
15335	Fabricação de calçados de material sintético
15394	Fabricação de calçados de materiais não especificados anteriormente
15408	Fabricação de partes para calçados, de qualquer material
16234	Fabricação de artefatos de tanoaria e de embalagens de madeira
18113	Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas
18121	Impressão de material de segurança
18130	Impressão de materiais para outros usos
18211	Serviços de pré-impressão
18229	Serviços de acabamentos gráficos
18300	Reprodução de materiais gravados em qualquer suporte
20631	Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
22226	Fabricação de embalagens de material plástico
23125	Fabricação de embalagens de vidro
24423	Metalurgia dos metais preciosos
25918	Fabricação de embalagens metálicas
26213	Fabricação de equipamentos de informática
26221	Fabricação de periféricos para equipamentos de informática

Atividades Relacionadas da Indústria Criativa

Código	Atividade Econômica
26311	Fabricação de equipamentos transmissores de comunicação
26329	Fabricação de aparelhos telefônicos e de outros equipamentos de comunicação
26400	Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo
26523	Fabricação de cronômetros e relógios
26701	Fabricação de equipamentos e instrumentos ópticos, fotográficos e cinematográficos
26809	Fabricação de mídias virgens, magnéticas e ópticas
30920	Fabricação de bicicletas e triciclos não-motorizados
31012	Fabricação de móveis com predominância de madeira
31021	Fabricação de móveis com predominância de metal
31039	Fabricação de móveis de outros materiais, exceto madeira e metal
32116	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
32124	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
42138	Obras de urbanização - ruas, praças e calçadas
43304	Obras de acabamento
46427	Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios
46435	Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem
46460	Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
46478	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações
47563	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
47610	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
47725	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
47741	Comércio varejista de artigos de óptica
47814	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
47822	Comércio varejista de calçados e artigos de viagem
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
61426	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
63917	Agências de notícias
71120	Serviços de engenharia
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
82300	Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos
96025	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza

Atividades de Apoio da Indústria Criativa

Código	Atividade Econômica
13111	Preparação e fiação de fibras de algodão
13120	Preparação e fiação de fibras têxteis naturais, exceto algodão
13138	Fiação de fibras artificiais e sintéticas
13146	Fabricação de linhas para costurar e bordar
13219	Tecelagem de fios de algodão
13227	Tecelagem de fios de fibras têxteis naturais, exceto algodão
13235	Tecelagem de fios de fibras artificiais e sintéticas
17311	Fabricação de embalagens de papel
17320	Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão
23206	Fabricação de cimento
23303	Fabricação de artefatos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes
23419	Fabricação de produtos cerâmicos refratários
23427	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários para uso estrutural na construção
23494	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente
23915	Aparelhamento e outros trabalhos em pedras
23923	Fabricação de cal e gesso
26108	Fabricação de componentes eletrônicos
28631	Fabricação de máquinas e equipamentos para a indústria têxtil
28640	Fabricação de máquinas e equipamentos para as indústrias do vestuário, do couro e de calçados
33121	Manutenção e reparação de equipamentos eletrônicos e ópticos
41107	Incorporação de empreendimentos imobiliários
41204	Construção de edifícios
42219	Obras para geração e distribuição de energia elétrica e para telecomunicações
42227	Construção de redes de abastecimento de água, coleta de esgoto e construções correlatas
42235	Construção de redes de transportes por dutos, exceto para água e esgoto
42910	Obras portuárias, marítimas e fluviais
42928	Montagem de instalações industriais e de estruturas metálicas
42995	Obras de engenharia civil não especificadas anteriormente
43118	Demolição e preparação de canteiros de obras
43126	Perfurações e sondagens
43134	Obras de terraplenagem
43193	Serviços de preparação do terreno não especificados anteriormente
43215	Instalações elétricas
43223	Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração
43291	Obras de instalações em construções não especificadas anteriormente
43916	Obras de fundações
43991	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente
46133	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
46150	Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico
46168	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem
46419	Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho
46516	Comércio atacadista de computadores, periféricos e suprimentos de informática

Atividades de Apoio da Indústria Criativa

Código	Atividade Econômica
46524	Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação
46621	Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças
46711	Comércio atacadista de madeira e produtos derivados
46729	Comércio atacadista de ferragens e ferramentas
46737	Comércio atacadista de material elétrico
46745	Comércio atacadista de cimento
46796	Comércio atacadista de tintas, vernizes e similares
46869	Comércio atacadista de papel e papelão em bruto
47415	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura
47423	Comércio varejista de material elétrico
47431	Comércio varejista de vidros
47440	Comércio varejista de ferragens e ferramentas
47512	Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática (DESATIVADA)
47521	Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação
47539	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo
47547	Comércio varejista de móveis
47555	Comércio varejista de tecidos
47571	Comércio varejista de peças e acessórios p/ ap. eletroeletrônicos de domésticos, exc. info e comunicação
47831	Comércio varejista de joias e relógios
61108	Serviços de telefonia fixa comutada – STFC
61205	Telefonia móvel celular
61302	Telecomunicações por satélite
61906	Outras atividades de telecomunicações
68102	Compra e venda de imóveis próprios
68218	Corretagem na compra e venda e avaliação de imóveis
68226	Gestão e administração da propriedade imobiliária
77233	Aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios
77322	Aluguel de máquinas e equipamentos para construção sem operador, exceto andaimes
81117	Serviços combinados para apoio a edifícios, exceto condomínios prediais
81125	Condomínios prediais
95118	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos