

## **A cadeia da indústria criativa no Brasil**

Escrito por Hidelano Delanusse Theodoro  
Qua, 25 de Julho de 2012 00:00

---

**Prof. MSc. Hidelano Delanusse Theodoro**

**(Sociólogo, Coordenador do Núcleo de Inovação Santo Arnaldo, Faculdade Arnaldo, Doutorando em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos – Engenharia UFMG)**

Lançado pela FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) em 2008 e revisado em sua edição 2011, o estudo denominado “*A cadeia da indústria criativa no Brasil*” apresenta inúmeros dados que juntos constroem um cenário de grandes possibilidades de negócios ao país deste momento em diante e que depende em sua essência de algo que o mesmo detém tradicionalmente: a capacidade de criar bens e serviços através de idéias. Cabe destacar que o termo “

*Indústrias Criativas*

” tem sua referência oficial no Reino Unido em 1998 exatamente para se mapear as possibilidades dos setores que se baseiam na perícia e talento individuais para geração de vagas de trabalho, empreendedorismo e negócios integrados via ações intelectuais.

Os dados levantados foram, em si, bastante positivos ao setor, uma vez que foi verificado que os trabalhadores da indústria criativa no país são mais bem remunerados que os demais, uma vez que conseguem agregar valor diferenciado em suas atividades, que demanda um corpo técnico mais capacitado do que comumente se vê. Nos 13 Estados pesquisados (que incluíram SP, RJ, MG e RS, os quatro grandes mercados), os valores foram em média, 45% maiores do que os empregos formais, que tiveram, para valores de 2010, remuneração em torno de R\$ 1.588,00 reais, bem distantes dos R\$ 2.296,00 da indústria criativa. São dados animadores, mas que, ao mesmo tempo, alertam para as disparidades de valores encontrados entre os próprios locais pesquisados e que remetem diretamente ao forte e tradicional eixo Rio (R\$ 3.014,00)-São Paulo (R\$ 2.775,00), que ficaram acima da média nacional. Da mesma

## A cadeia da indústria criativa no Brasil

Escrito por Hidelano Delanusse Theodoro  
Qua, 25 de Julho de 2012 00:00

---

forma, se identifica que para cada Estado em análise, um ou mais dos segmentos inseridos na indústria criativa se colocam em destaque (RJ com Televisão & Rádio e SP com Software e Computação, por exemplo) e, assim, podem ser aprimorados ou consolidados como referências para que outros itens vinculados à área possam se estabelecer em alto padrão também (como Design, Música e Artes Cênicas).

Ou seja, se tem um imenso mercado de interação a ser trabalhado pelos setores privados e públicos com vista ao incremento de troca de experiências, alocação e desenvolvimento de recursos e, principalmente, a geração de novos negócios. Números que corroboram esta perspectiva se têm bem explícitos, uma vez que o setor empregava em trono de 771 mil trabalhadores para o ano de exercício de 2010, o que representava 1,7% do total dos empregos formais do país. E quando se pensa em termos de escala, com a inclusão das atividades correlacionadas com a indústria criativa (outras indústrias, serviços e comércios) teremos um montante em torno de 11 milhões de trabalhadores vinculados com as 184 atividades verificadas. Já com base na remuneração exercida, a cadeia da indústria criativa marca sua presença com 2,5% do Produto Interno Bruto brasileiro, o que significa R\$ 92,9 bilhões de reais em negócios realizados – especificamente para RJ e SP, o percentual alcança 3,5% (R\$ 76,3 bilhões e R\$ 253,5 bilhões PIB), em comparação com os 1,7% de MG (R\$ 59 bilhões PIB) e os 1,1 do AM (R\$9,3 bilhões PIB). Melhor ainda é identificar que o crescimento do setor no período 2006-2010 foi de 29%, em torno de 4% a mais do que do setor tradicional. Isto significa claramente que a discussão e geração de estratégias para a indústria criativa e toda sua cadeia merecem ser consideradas dentro do quadro das políticas públicas e privadas atuais. A única prerrogativa para que tal aconteça de forma adequada é, justamente, o seu conceito, ou seja: criatividade.