



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

MICHEL DA SILVA ALMEIDA

**ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE COMPARATIVA COM
OUTROS SETORES ECONÔMICOS DURANTE O TRIÊNIO
2018-2020**

Londrina
2024

MICHEL DA SILVA ALMEIDA

**ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE COMPARATIVA COM
OUTROS SETORES ECONÔMICOS DURANTE O TRIÊNIO
2018-2020**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia Regional da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Emerson Guzzi Zuan Esteves
Coorientador: Prof. Umberto Antonio Sesso Filho

Londrina
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

ALMEIDA, MICHEL DA SILVA

ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE COMPARATIVA COM OUTROS SETORES ECONÔMICOS DURANTE O TRIÊNIO 2018-2020 / MICHEL DA SILVA ALMEIDA. - Londrina, 2024.

72 f. : il.

Orientador: EMERSON GUZZI ZUAN ESTEVES.

Dissertação (Mestrado em Economia Regional) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Economia Regional, 2024.

Inclui bibliografia.

1. Economia Criativa; Desenvolvimento Econômico; Pandemia de COVID-19; Tabela de Insumo-Produto; Impacto Setorial. - Tese. I. ESTEVES, EMERSON GUZZI ZUAN . II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Estudos Sociais Aplicados. Programa de Pós-Graduação em Economia Regional. III. Título.

CDU 33

MICHEL DA SILVA ALMEIDA

ECONOMIA CRIATIVA: ANÁLISE COMPARATIVA COM OUTROS SETORES ECONÔMICOS DURANTE O TRIÊNIO 2018-2020

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia Regional da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Orientador: Prof. Dr. EMERSON
GUZZI ZUAN ESTEVES
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. UMBERTO ANTONIO SESSO
FILHO
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profa. Dra. PATRICIA POMPERMAYER
SESSO
IDR-Paraná – Instituto de Desenvolvimento
Rural

Londrina, 26 de março de 2024

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Emerson Guzzi Zuan Esteves, orientador a quem expresso minha gratidão por aceitar assumir a orientação deste trabalho, dedicando um tempo considerável, mesmo sem um conhecimento prévio sobre mim como aluno. Sob sua tutela solícita, o Professor Emerson ofereceu orientação exemplar durante a fase conclusiva deste curso, demonstrando notável maestria e excelência. Aspirando a seguir o exemplo de compreensão e dedicação profissional que ele tão gentilmente demonstrou para comigo.

Meus sinceros agradecimentos ao Prof. Umberto Antônio Sesso Filho, pela sua orientação valiosa, apoio e dedicação exemplar ao longo deste processo acadêmico. Sua expertise, orientação cuidadosa e perspicácia foram fundamentais para o desenvolvimento e aprimoramento do meu trabalho de pesquisa. Agradeço sinceramente pela generosidade, paciência e comprometimento demonstrados em cada etapa desta jornada acadêmica, contribuindo significativamente para o meu crescimento profissional e pessoal.

À Profa. Patrícia Pompermayer Sesso agradeço pela generosidade e orientação valiosa durante a qualificação de minha dissertação de mestrado. Seus conselhos perspicazes e expertise foram fundamentais para aprimorar meu trabalho e aprofundar minha compreensão do tema em questão. Sua dedicação e comprometimento em fornecer feedback construtivo contribuíram significativamente para o desenvolvimento do meu trabalho acadêmico.

Minha mais profunda gratidão à minha família, cujo amor, apoio e sacrifícios tornaram possível a minha jornada até este momento. Vindo de uma família humilde, a contribuição foi significativa para o meu crescimento pessoal. Sua luta constante pela sobrevivência foi fonte de encorajamento e me moldou em quem sou hoje. Gratidão por serem minha fonte de força e esperança. Este trabalho não apenas representa minha dedicação e esforço, mas também é uma homenagem ao amor e apoio da minha família, que no cerne de sua simplicidade não sabem da grandeza que é conseguir tal título em uma universidade pública. Sou eternamente grato por tudo que vocês fizeram por mim.

Para minha querida Tina, minha companheira leal e anjo protetor, a quem sou imensamente grato por zelar pelo meu maior tesouro. Presente em todos os momentos, foi um apoio constante nos momentos cruciais da minha jornada, sempre

disposta a me auxiliar com carinho e dedicação. Sua presença é um conforto constante e uma bênção em minha vida, e por isso, expresso minha profunda gratidão e admiração por tudo que você faz por mim.

**“Educação é uma descoberta progressiva
de nossa própria ignorância.” (Voltaire)**

..

ALMEIDA, Michel da Silva. **Economia Criativa: Análise Comparativa com Outros Setores Econômicos durante o Triênio 2018-2020**. 2024. 72 f. Dissertação (Mestrado em Economia Regional) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2024.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo principal analisar o comportamento das atividades criativas no Brasil durante o triênio 2018-2020, comparando-as com outros setores da economia. Utilizando a tabela de insumo-produto, a análise se concentra nos fluxos de mercadorias e serviços nos setores da economia criativa, destacando períodos prévio, durante e pós a pandemia de COVID-19 e análise dos indicadores: multiplicadores de produção, emprego e renda. A abordagem teórica destaca a importância da economia criativa na geração de conhecimento e inovação, enquanto a abordagem empírica analisa dados específicos do Brasil, incluindo a participação no PIB, crescimento do emprego e a resiliência do setor durante a pandemia. Os resultados e discussões revelam insights sobre a dinâmica da economia criativa brasileira, apontando para áreas de destaque e desafios a serem considerados para otimizar seu potencial transformador. Tomando como base a média dos indicadores de produção, emprego e renda (2018 a 2020), respectivamente temos: Economia Criativa: $\approx 1,65 - 1,87 - 1,68$. Setor primário: $\approx 1,90 - 6,96 - 2,42$. Setor secundário: $\approx 2,04 - 7,75 - 2,90$. Setor terciário: $\approx 1,59 - 1,89 - 1,55$. A principal conclusão é a queda da produção, emprego e renda devido ao ano pandêmico de 2020 e a falta de incentivo governamental, principalmente para os setores da economia criativa.

Palavras-chave: Economia Criativa; Desenvolvimento Econômico; Pandemia de COVID-19; Tabela de Insumo-Produto; Impacto Setorial.

ALMEIDA, Michel da Silva. **Creative Economy: Comparative Analysis with Other Economic Sectors during the 2018-2020 Triennium**. 2023. 72 pp. Dissertation (Master's degree in Economics) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2024.

ABSTRACT

This research's main objective is to analyze the behavior of creative activities in Brazil during the 2018-2020 period, comparing them with other sectors of the economy. Using the input-output table, the analysis focuses on the flows of goods and services in the creative economy sectors, highlighting periods before, during and after the COVID-19 pandemic and analysis of indicators: production, employment and income multipliers. The theoretical approach highlights the importance of the creative economy in generating knowledge and innovation, while the empirical approach analyzes data specific to Brazil, including participation in GDP, employment growth and the sector's resilience during the pandemic. The results and discussions reveal insights into the dynamics of the Brazilian creative economy, pointing to prominent areas and challenges to be considered to optimize its transformative potential. On the basis of the average of production, employment and income indicators (2018 to 2020), respectively, we have: Creative Economy: $\approx 1.65 - 1.87 - 1.68$. Primary sector: $\approx 1.90 - 6.96 - 2.42$. Secondary sector: $\approx 2.04 - 7.75 - 2.90$. Tertiary sector: $\approx 1.59 - 1.89 - 1.55$. The main conclusion is the decrease of production, employment and income due to the pandemic year 2020 and the lack of government incentives, especially for the creative economy sectors.

Key-words: Creative Economy; Economic Development; COVID-19 Pandemic; Input-Output Table; Sectoral Impact.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Classificação da Unctad para as Indústrias Criativas.....	18
---	-----------

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2020	29
Gráfico 2 – Taxa de crescimento real anual do PIB Criativo e PIB brasileiro	30
Gráfico 3 – Evolução do total de empresas e empresas criativas	31
Gráfico 4 – Lucro bruto e receita bruta – empresas criativas	32
Gráfico 5 – Distribuição das empresas criativas por região brasileira (2010-2019).....	33
Gráfico 6 – Proporção de funcionários culturais e criativos com ensino superior em 2020	38
Gráfico 7 – Despesa total por aluno equivalente a tempo integral por nível de ensino (2019)	39
Gráfico 8 – Multiplicador de produção de 2018	51
Gráfico 9 – Multiplicador de produção de 2019	52
Gráfico 10 – Multiplicador de produção de 2020	53
Gráfico 11 – Multiplicador de produção dos setores de economia criativa de 2018, 2019 e 2020.	54
Gráfico 12 – Variação do emprego dos setores de economia criativa de 2018, 2019 e 2020.	58
Gráfico 13 – Multiplicador de renda de 2018, 2019 e 2020.	64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais resultados do segmento criativo e não criativo no Brasil - 2º trimestre de 2019	34
Tabela 2 - Resultados dos multiplicadores de produção de 2018, 2019 e 2020.....	49
Tabela 3 - Resultados dos multiplicadores de emprego do Brasil de 2018, 2019 e 2020.	55
Tabela 4 - Variação total do emprego dos setores da economia em percentuais (2018 a 2020).....	59
Tabela 5 - Resultados dos multiplicadores de Renda do Brasil de 2018, 2019 e 2020.	61

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese da revisão de literatura sobre Economia Criativa	22
Quadro 2 – Relações entre as demandas intermediárias, demanda final e o valor bruto de produção.	41
Quadro 3 – Relações de Insumo-Produto em um sistema nacional (economia com três setores).	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
UEL	Universidade Estadual de Londrina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E EMPÍRICA	17
2.1	ABORDAGEM TEÓRICA	17
2.2	ABORDAGEM EMPÍRICA	26
2.2.1	Economia Criativa no Mundo.....	26
2.2.2	Economia Criativa no Brasil.....	29
2.2.3	Economia Criativa e Educação.....	36
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	40
3.1	BASE DE DADOS	40
3.2	SISTEMA DE INSUMO-PRODUTO NACIONAL	40
3.3	ÍNDICES DE RASMUSSEN-HIRSCHIMAN (RH)	46
3.4	MULTIPLICADORES	47
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	48
4.1	ANÁLISE DOS MULTIPLICADORES DE PRODUÇÃO.....	48
4.2	ANÁLISE DOS MULTIPLICADORES DE EMPREGO.....	55
4.3	ANÁLISE DOS MULTIPLICADORES DE RENDA	61
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS	68

1 INTRODUÇÃO

A interseção entre economia, criatividade e transformação socioeconômica tem sido objeto de crescente atenção, especialmente diante do dinamismo observado nos setores da Economia Criativa. Este trabalho propõe uma investigação aprofundada sobre a contribuição desses setores para a economia brasileira, abordando não apenas os aspectos teóricos que definem a Economia Criativa, mas também os impactos empíricos, com ênfase nos anos que englobam o período prévio, durante e pós a pandemia de COVID-19 (2018, 2019 e 2020).

A hipótese central deste estudo sustenta que os multiplicadores de produção, emprego e renda evidenciarão a contribuição significativa dos setores criativos para a economia brasileira no período de 2018 a 2020. Argumenta-se que, mesmo em meio aos desafios impostos pela pandemia, esses setores demonstrarão resiliência e potencial transformador. Essa hipótese reforça a necessidade de investimentos e políticas estratégicas para otimizar o impacto positivo desses setores na economia nacional.

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, cada um contribuindo para uma compreensão mais abrangente da Economia Criativa e seus desdobramentos. O capítulo 1 compreende a introdução do trabalho. O Capítulo 2 aborda a fundamentação teórica e empírica, dividindo-se entre uma análise conceitual da Economia Criativa e uma revisão dos aspectos empíricos, com foco nas dinâmicas globais e nacionais desses setores, bem como a interseção entre Economia Criativa e Educação. O Capítulo 3 detalha os procedimentos metodológicos, incluindo a base de dados, o sistema de insumo-produto nacional e os índices utilizados na análise.

Os resultados e discussões são apresentados no Capítulo 4, divididos em seções que exploram os multiplicadores de produção, emprego e renda. Cada seção oferece uma análise aprofundada, destacando os setores mais impactados e suas contribuições específicas para a economia brasileira. O Capítulo 5, por fim, encerra o texto com as considerações finais, resumindo os principais achados da pesquisa, destacando a relevância da Economia Criativa e delineando possíveis direções para futuras pesquisas e políticas.

Ao longo deste texto, a busca é proporcionar uma análise abrangente, tanto teórica quanto empírica, que contribua para a compreensão do papel fundamental desempenhado pelos setores criativos na economia brasileira e, por

consequente, inspire ações estratégicas e investimentos voltados para o potencial transformador desses setores.

Os objetivos específicos deste estudo abrangem a aplicação da tabela de insumo-produto para analisar os fluxos de mercadorias e serviços nos setores da economia criativa, a investigação do comportamento desses setores nos anos críticos da pandemia e a identificação dos encadeamentos mais pronunciados nesses segmentos. Sobre o objetivo geral do presente trabalho, a pesquisa se concentra em trazer uma compreensão aprofundada sobre o papel desses setores na economia nacional, utilizando ferramentas como a análise de multiplicadores de produção, emprego e renda.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E EMPÍRICA

A presente seção desempenha um papel fundamental no desenvolvimento desta dissertação, uma vez que oferece um arcabouço teórico consistente para compreender, contextualizar e explorar as questões e fenômenos investigados sobre a Economia Criativa. Ao examinar diversas abordagens teóricas, modelos explicativos e estudos empíricos relacionados ao tema, busca-se construir uma base sólida para as análises e conclusões subsequentes, aprofundando o entendimento dos fenômenos observados e contribuindo para o avanço do conhecimento no setor da Economia Criativa.

2.1 ABORDAGEM TEÓRICA

A economia criativa é um conceito relativamente novo que se refere ao conjunto de atividades econômicas que envolvem a criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) (2012), a economia criativa é definida como “um conjunto de atividades econômicas que envolvem a geração ou a exploração de conhecimento e informação com valor econômico”.

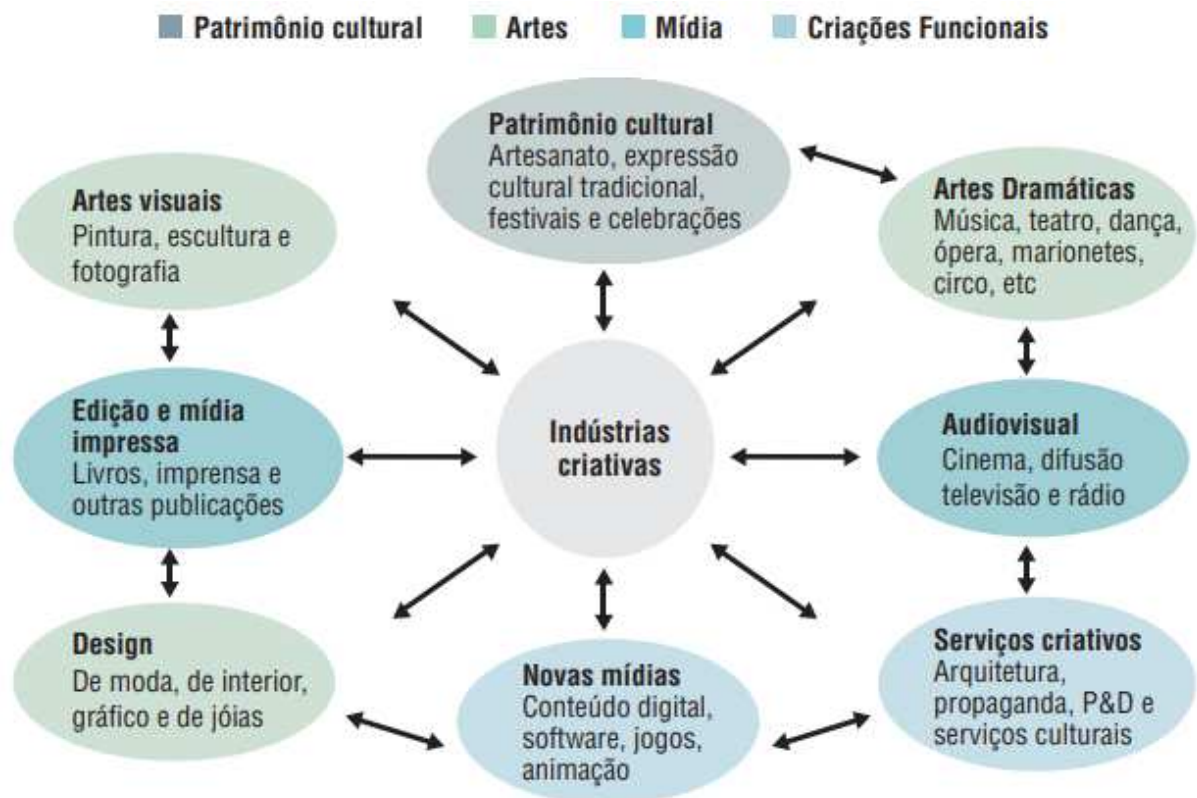
Segundo uma pesquisa do Instituto Jones dos Santos Neves, realizada em 2016, com o aumento da discussão acerca da Economia Criativa e seu impacto no mercado global, diversas organizações internacionais, incluindo a Organização das Nações Unidas (ONU) e suas agências como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad) e a Organização Mundial para a Propriedade Intelectual (Wipo), têm se dedicado a investigar e debater esse tema (IJSN, 2016).

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) (2018), a Economia Criativa engloba um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, com foco nas artes, que têm potencial para gerar receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual. Esses produtos e serviços podem ser tangíveis ou intangíveis, com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado. A Economia Criativa encontra-se na interseção entre os

setores artísticos, de serviços e industriais, e representa um novo setor dinâmico no comércio mundial.

A estratégia adotada pela UNCTAD em relação às indústrias criativas, que pode ser vista na Figura 1, tem sido amplamente reconhecida como um modelo de referência primordial. Esta abordagem estabelece uma estrutura que agrupa os setores de forma abrangente e garante uma consistência no que diz respeito aos produtos, serviços e mercados aos quais se destinam, evitando uma mera enumeração de setores desconectados entre si.

Figura 1 – Classificação da Unctad para as Indústrias Criativas



Fonte: UNCTAD (2013)

O capital intelectual é outro elemento fundamental da economia criativa. Ele inclui o conhecimento, as habilidades e as competências dos indivíduos, bem como as patentes, marcas e outros ativos intangíveis das empresas. Segundo o livro “Capital Intelectual”, de Thomas Stewart, “o capital intelectual é a soma do conhecimento, das habilidades, da experiência, da criatividade e da inovação que pode ser utilizada para criar riqueza”.

Nesse sentido, vale destacar o papel que o “conhecimento” desenvolve no desenvolvimento econômico a longo prazo. De acordo com a teoria do crescimento

endógeno, o crescimento econômico é impulsionado pela acumulação de capital físico, bem como pela geração, difusão e aplicação de conhecimento tecnológico (Romer, 1990). O conhecimento é considerado uma variável endógena, ou seja, pode ser criado e aprimorado através de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, educação e capacitação dos trabalhadores (Aghion; Howitt, 1992). Dessa forma, a teoria do crescimento endógeno destaca a importância das políticas e investimentos voltados para a geração e disseminação de conhecimento como um fator chave para o crescimento econômico sustentável.

Indo de encontro com a teoria do crescimento endógeno, nos deparamos com a “Economia do Conhecimento”, que se refere a uma abordagem econômica centrada na criação, disseminação e aplicação do conhecimento como um recurso fundamental para o desenvolvimento econômico e social. Nesse contexto, o conhecimento é considerado um dos principais impulsionadores da produtividade, da inovação e da competitividade das nações e das empresas.

A economia do conhecimento representa uma mudança fundamental na forma como a riqueza é criada e distribuída. Ela enfatiza a importância do conhecimento como um recurso estratégico e coloca a inovação e a educação no centro das estratégias de desenvolvimento econômico. À medida que a economia global continua a evoluir, compreender e aproveitar o poder do conhecimento se torna cada vez mais essencial para indivíduos, organizações e nações como um todo.

A diferença entre a economia do conhecimento das economias tradicionais é que as economias tradicionais são baseadas em recursos naturais ou trabalho intensivo, uma vez que coloca maior ênfase na geração de valor por meio de atividades baseadas em conhecimento, como pesquisa e desenvolvimento, tecnologia da informação, educação, serviços criativos e culturais, entre outros. A rápida evolução das tecnologias de informação e comunicação tem desempenhado um papel fundamental no impulso dessa transformação econômica.

E para ratificar sobre o que foi dito sobre inovação, o relatório da Unesco (2013) sobre a Economia Criativa de 2021, afirmar que “a tecnologia é um grande facilitador da economia criativa, permitindo o acesso a mercados globais, a distribuição de conteúdo e a criação de novos modelos de negócio”.

Tanto a Economia Criativa quanto a Economia do Conhecimento têm em comum o fato de se basearem na criatividade, no talento e no conhecimento como fontes de valor econômico. Ambos enfatizam a importância da inovação, da

propriedade intelectual e do capital humano qualificado como impulsionadores do crescimento econômico e da competitividade (Howkins, 2013; Lundvall; Johnson, 1994).

Todavia, a Economia Criativa e a Economia do conhecimento não são a mesma coisa, Economia do Conhecimento é o paradigma produtivo atual em todos os setores da economia, enquanto a Economia Criativa é um conjunto específico de atividades econômicas que operam dentro desse novo paradigma, como é dito no Mapeamento da Economia Criativa (Firjan, 2022).

Outros termos que frequentemente geram perplexidade ou ambiguidade em relação ao seu significado, é a economia criativa em relação a economia cultural. São dois conceitos relacionados, mas distintos. A economia criativa engloba setores como a publicidade, design, arquitetura e software, enquanto a economia cultural se concentra em atividades artísticas, patrimônio cultural e turismo cultural.

Embora ambos os campos envolvam a criação e o uso de bens culturais, a economia criativa tem uma ênfase maior na inovação e na exploração comercial desses bens, enquanto a economia cultural tem uma ênfase maior na preservação e no valor intrínseco desses bens, cada qual com sua importância para o desenvolvimento econômico e social.

Na esfera acadêmica, a economia criativa é considerada um campo emergente de investigação. Miguez (2007) destaca a importância de os estudiosos da economia explorarem essa temática e aponta para a crítica de Richard Caves. Em seu livro intitulado “Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce”, Caves lamenta a escassa atenção dedicada pelos pesquisadores da economia às questões relacionadas à economia criativa (MIGUEZ, 2007, p. 99).

Ao contextualizar a economia criativa no tempo/espaço, observa-se sua ascensão em duas décadas distintas e com objetivos diferentes, Cohen *et al.* (2008) menciona que em 1979 surgem estudos sobre a indústria da arte em espaços urbanos em grandes centros metropolitanos dos EUA, outro marco temporal apresentou-se na Europa em 1983 onde estudiosos e políticos se dedicou em fomentar os espaços culturais com o objetivo de reverter as externalidades negativas da desindustrialização de cidades centrais.

De acordo com John Newbigin (2010, p. 13) a origem da economia criativa se deu a partir do momento que “as antigas tradições de trabalho cultural e industrial

começaram a ter ligação com as atividades produtivas modernas, publicidade, design, mídia, tendo uma maior abrangência com o poder da tecnologia digital”.

Para alguns pesquisadores, o marco da Economia Criativa se dá em 1994 na Austrália, a partir da política nacional de cultura chamada *Creative Nation*, que visava fortalecer e promover a indústria cultural do país, bem como sua identidade e diversidade cultural. A *Creative Nation* representou um marco significativo na política cultural australiana, já que pela primeira vez o governo federal se comprometeu a investir em uma política de cultura que visava o desenvolvimento econômico, social e cultural do país.

Depois que a Austrália se destacou ao adotar a criatividade como recurso econômico, o Reino Unido seguiu o exemplo e colocou em prática as primeiras políticas específicas para a Economia Criativa, criando o conceito de Indústria Criativa e, mais tarde, incorporando o conceito de Economia Criativa. Em 1997, pouco depois da eleição de Tony Blair como primeiro-ministro, o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) foi criado para gerir as políticas públicas relacionadas ao setor cultural, à mídia em todas as suas formas (imprensa, rádio, televisão e internet) e ao esporte.

John Howkins definiu o conceito de Economia Criativa em seu livro *The Creative Economy: How people make money from ideas*, publicado em 2001. Ele destacou o potencial de gerar direitos de propriedade intelectual e expandir sua abrangência para incluir desenhos industriais, marcas registradas e patentes como um divisor de águas na Economia Criativa. Howkins argumentou que a relação entre criatividade e economia não é nova, mas a natureza e a extensão dessa relação é o que cria valor e riqueza extraordinários.

A fim de ter visão panorâmica das principais teorias, conceitos e estudos relacionados ao tema em análise, foi construído um quadro síntese por meio de uma revisão abrangente da literatura acadêmica e apresenta de forma organizada e concisa as principais contribuições de pesquisadores e estudiosos nacionais e internacionais no campo da Economia criativa.

Quadro 1 – Síntese da revisão de literatura sobre Economia Criativa

Autores	Título	Objetivo	Metodologia	Resultados
Howkins, J. (2013).	The creative economy: How people make money from ideas.	analisar e explicar a crescente importância da economia criativa e como as pessoas podem ganhar dinheiro com ideias.	Revisão bibliográfica e pesquisa exploratória.	Os resultados do artigo foram significativos para ajudar a lançar a ideia de que a criatividade é um importante motor econômico, e para chamar a atenção para a importância dos setores criativos na economia global.
Florida, R. (2002).	The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life.	Descrever e analisar o surgimento de uma nova classe de trabalhadores criativos e como eles estão transformando o trabalho, o lazer, a comunidade e a vida cotidiana em todo o mundo.	Qualitativa e quantitativa.	Demonstra que a classe criativa, composta por profissionais das áreas de ciência, tecnologia, artes e entretenimento, está se tornando cada vez mais importante para a economia global e para a transformação da vida cotidiana.
Pratt, A. C., & Hutton, T. A. (2013).	Reconceptualizing the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis.	Analisar as implicações da crise financeira global de 2008 na relação entre a economia criativa e a cidade, e como isso pode afetar a política urbana.	Revisão bibliográfica	Os resultados do artigo destacam que a crise financeira global mudou a dinâmica entre a economia criativa e a cidade, com as políticas urbanas passando a ter maior foco na atração de investimentos e na criação de empregos em vez de simplesmente enfatizar a criatividade.
Ash Amin e Nigel Thrift (2014)	Cultural-economy and cities	Analisar a relação entre a economia criativa e as cidades, com foco na teoria da economia cultural.	Revisão bibliográfica	Indicação que a economia criativa tem um papel importante na revitalização das cidades e na geração de empregos e renda.
Greg Hearn e Ruth Bridgstock (2013)	Education for the Creative Economy: Innovation, Transdisciplinarity and network	Analisar como a educação pode contribuir para a economia criativa, que se caracteriza pela geração de valor a partir da criação e uso de conhecimentos e habilidades criativas.	Análise de dados e estudos de caso	Os resultados do livro apontam para a necessidade de uma mudança de paradigma na educação, que deve se concentrar não apenas na transmissão de conhecimentos, mas também no desenvolvimento de habilidades criativas e na capacitação para o trabalho em equipes multidisciplinares.
Caroline Chapain e Roberta Comunian (2009)	Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England	Analisar o papel das dimensões locais e regionais na economia criativa da Inglaterra.	Revisão bibliográfica	Os resultados indicam que o ambiente local e regional pode influenciar significativamente o desenvolvimento da economia criativa, através de políticas públicas, redes de colaboração entre empresas, instituições de ensino e órgãos governamentais, e pelo acesso a recursos financeiros e sociais.

Armando Dalla Costa, Elson Rodrigo de Souza-Santos (2011)	Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual	O objeto do texto é analisar o papel e o funcionamento da economia criativa ou economia cultural, que é um ramo de estudo que ganhou força nas últimas duas décadas.	Revisão bibliográfica e análise de dados	A economia criativa é uma área em ascensão impulsionada pelo avanço das tecnologias da informação e comunicação. Para aproveitar seu potencial, é necessário investir na educação da população, tanto na formação inicial quanto na capacitação contínua. No Brasil, embora existam cidades e empresas com bom desempenho, ainda há muito a ser feito tanto pelo setor público quanto pelo privado.
João Maria de Oliveira, Bruno Cesar, Pino Oliveira de Araujo e Leandro Valério Silva (2017)	Panorama da economia criativa no Brasil.	Uma análise para ampliar o papel do Estado na garantia de um crescimento sustentável, levando em consideração a riqueza e diversidade cultural do Brasil, que são elementos fundamentais para a atividade criativa.	Revisão bibliográfica e análise de dados	Destacar a importância da economia criativa e sugere que o Estado intervenha de maneira adequada para promover seu desenvolvimento sustentável, considerando as características culturais do país.
Abdul Shaban e Filip Vermeylen (2017)	Comércio no Setor Criativo: Comparando Índia com China, Brasil e Reino Unido	analisar o papel da economia criativa no desenvolvimento econômico comparando 4 países diferentes.	Revisão bibliográfica e análise de dados	As indústrias culturais (ICs) ocupam uma posição central dentro das economias criativas e têm apresentado um crescimento constante, mesmo durante um período de redução da atividade econômica. Houve um aumento contínuo da participação das ICs nas exportações globais, e países em desenvolvimento como China e Índia se destacaram como atores importantes nesse cenário.
Paulo Miguez (2007)	Economia criativa: uma discussão preliminar	O artigo tem como objetivo levantar dados teóricos sobre a ascensão e o desenvolvimento da economia criativa.	Revisão bibliográfica	Os resultados indicam que as ações realizadas em Salvador, na Bahia, são destacadas por sua importância para fortalecer a cidade e o estado como possível sede do Centro Internacional de Economia Criativa, impulsionando o debate sobre as indústrias criativas e a economia criativa no Brasil.

Fonte: O autor

O quadro síntese permite identificar lacunas na literatura que discorra mais a fundo como a educação desempenha um papel fundamental na estruturação e desenvolvimento da economia criativa. Segundo a Unesco, a educação desempenha um papel crítico na promoção da economia criativa, pois oferece oportunidades para desenvolver as capacidades criativas dos indivíduos, estimula a inovação e cria uma

base sólida para o desenvolvimento de indústrias criativas sustentáveis (Unesco, 2013).

Os achados da revisão bibliográfica igualmente evidenciam a presença de diversas limitações que possivelmente acarretam entraves significativos ao desenvolvimento pleno da economia criativa, abrangendo, entre elas, a insuficiência de infraestrutura adequada, a carência de políticas públicas eficazes voltadas ao progresso do referido setor e a escassez de investimentos e recursos financeiros destinados à sua consolidação.

Considerando que esta seção se dedica a abordar a ascensão, marco histórico e caracterização dos setores da economia criativa em escala global, torna-se pertinente proporcionar uma contextualização acerca do desenvolvimento da Economia Criativa no contexto brasileiro. Segundo a literatura, o debate sobre a economia criativa no Brasil ganhou destaque a partir da XI reunião ministerial da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), em 2004.

A partir deste evento, ocorreram diversas iniciativas, tais como o I Fórum Internacional de Indústrias Criativas, organizado em 2005 pelo Embaixador Rubens Ricupero e pelo então Ministro da Cultura Gilberto Gil, em Salvador, e a inclusão de um módulo de Economia Criativa de três dias no Fórum Cultural Mundial do Rio de Janeiro em 2006. Além disso, ocorreram dois seminários internacionais em dezembro de 2007 no Ceará e em São Paulo, bem como conferências promovidas pela Bovespa e BNDES (Melgarejo, 2012).

A Secretaria de Economia Criativa (SEC), estabelecida em 2011 e subordinada ao Ministério da Cultura. Nesse contexto, a SEC, alinhada com a classificação estabelecida pela Unesco em 2009, enumerou seis segmentos da economia criativa: Patrimônio Natural e Cultural, Espetáculos e Celebrações, Artes Visuais e Plásticas, Livros e Periódicos, Audiovisual e Mídias Interativas, bem como Design e Serviços Criativos.

Dentro do plano da secretaria de economia criativa, o qual foi desenvolvido para os anos 2011-2014, a prioridade está pautada na diversidade cultural brasileira: “Onde a diversidade é um recurso social que mobiliza a participação inclusiva, promove a solidariedade e gera movimento cultural híbrido e singular. ” E “Onde a diversidade é um recurso econômico, capaz de construir alternativas e soluções para

novos empreendimentos, novos postos de trabalho e, finalmente, novas maneiras de geração de riqueza” (Brasil, 2011).

Entretanto, o Ministério da Cultura (MinC) foi extinto em 2016, durante o governo do presidente Michel Temer, como parte de uma reforma ministerial. Após a extinção do Ministério da Cultura em 2016, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) foi mantida e incorporada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). No governo do presidente Jair Bolsonaro, foi criada a Secretaria Especial da Cultura, que foi responsável pela gestão das políticas culturais do país.

Em 2019, durante o governo do presidente Jair Bolsonaro, a Secretaria foi extinta e suas atribuições foram incorporadas à Secretaria Especial da Cultura. No entanto, em junho de 2020, a Secretaria da Economia Criativa foi recriada como uma unidade dentro do Ministério do Turismo, com o objetivo de promover a economia criativa no Brasil. E, em 2023, sob o governo do presidente Lula Inácio da Silva, o ministério da cultura é recriado com seis secretarias, sendo uma delas a secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural.

Embora seja geralmente vista como uma área promissora, com potencial de gerar empregos e impulsionar o desenvolvimento econômico, existem críticas e debates sobre a sua efetividade e impacto no Brasil. “A economia criativa no Brasil ainda enfrenta muitos desafios, como a falta de políticas públicas adequadas, a ausência de infraestrutura e de investimentos, a informalidade e a precariedade do trabalho, e a exclusão social de muitos trabalhadores do setor” (Pereira *et al.*, 2017, p. 2).

Para Silva (2019), a economia criativa no Brasil é frequentemente apontada como elitista, excludente e desigual, reproduzindo desigualdades históricas e beneficiando apenas uma pequena parcela da população. Além disso, é marcada por contradições e desafios, como a tensão entre a lógica do mercado e a valorização da diversidade cultural, a falta de reconhecimento e valorização do trabalho criativo, bem como a concentração de poder e recursos nas mãos de poucos agentes dominantes (Farias; Campos, 2018).

Outra crítica relaciona-se à concentração de recursos e oportunidades nas grandes cidades, especialmente no eixo Rio de Janeiro-São Paulo. Essa centralização pode resultar em desigualdades regionais e limitar o acesso de profissionais e empreendedores de outras localidades às oportunidades oferecidas pela economia criativa.

Além disso, há discussões sobre a precarização do trabalho na economia criativa, com a falta de garantias trabalhistas, baixos salários e instabilidade contratual sendo problemas frequentemente mencionados. Essas questões podem afetar a qualidade de vida e a sustentabilidade dos profissionais envolvidos nesse setor. Esses aspectos evidenciam a necessidade de políticas e ações educacionais que promovam a inclusão, a equidade e o acesso igualitário às oportunidades oferecidas pela economia criativa no país.

2.2 ABORDAGEM EMPÍRICA

2.2.1 Economia Criativa no Mundo

A economia criativa tem ganhado destaque no mundo todo nas últimas décadas. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), a economia criativa é definida como “um conjunto de atividades econômicas que envolvem a criação, produção e comercialização de bens e serviços criativos, baseados no conhecimento, na criatividade e no talento individual e coletivo” (Unesco, 2013).

De acordo com o relatório “Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries”, publicado pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) em 2018, a economia criativa é um dos setores que mais crescem no mundo, com um aumento médio anual de 7,4% entre 2002 e 2015 (UNCTAD, 2018).

Além disso, o relatório da UNCTAD aponta que as exportações de produtos criativos cresceram de US\$ 208 bilhões em 2002 para US\$ 509 bilhões em 2015, representando cerca de 3% do comércio mundial de bens e serviços. Entre os setores mais relevantes da economia criativa estão a música, o cinema, a televisão, a publicidade, os jogos digitais, a moda, o design e a arquitetura.

Um estudo mais recente, publicado pela Oxford Economics em 2021, estima que a economia criativa emprega atualmente cerca de 29,5 milhões de pessoas em todo o mundo e gera um valor agregado de US\$ 2,25 trilhões, o que representa 3% do PIB global (Oxford Economics, 2021) e emprega mais de 29,5 milhões de pessoas em todo o mundo.

Na Europa, a economia criativa representa cerca de 4,2% do PIB da região e emprega cerca de 8,7 milhões de pessoas, de acordo com a Comissão Europeia. No Reino Unido, por exemplo, a economia criativa representa cerca de 11% do PIB e emprega mais de 2 milhões de pessoas.

Na Ásia, a economia criativa está em crescimento acelerado, com países como China, Índia e Coréia do Sul liderando o caminho. Segundo um relatório da Unesco, a China é a segunda maior economia criativa do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, com uma participação de cerca de 7% na economia criativa global.

Na África, a economia criativa é vista como uma forma de diversificar a economia e promover o desenvolvimento sustentável. Segundo um relatório da Unesco, a economia criativa na África tem potencial para criar empregos e aumentar a renda em áreas urbanas e rurais. A Nigéria, por exemplo, é considerada a maior economia criativa da África, com setores como cinema, música e moda em ascensão.

No entanto, é importante ressaltar que a economia criativa ainda enfrenta desafios em muitos países, como a falta de infraestrutura, a baixa qualificação dos trabalhadores e a falta de políticas públicas voltadas para o setor. Para superar esses obstáculos, é necessário um compromisso firme dos governos e da sociedade como um todo em apoiar a economia criativa e seus profissionais.

As atividades nas quais a criatividade e a habilidade individual são os principais insumos e que geram valor econômico e social através da criação, produção e distribuição de bens e serviços” (UNCTAD, 2018). Abaixo, apresentamos uma visão geral da situação de alguns setores da economia criativa em diferentes regiões do mundo:

1. Setor de Artesanato

O setor de artesanato é um dos mais antigos da economia criativa e tem sido um importante gerador de emprego e renda em muitos países. De acordo com a OMC (2018), o comércio global de artesanato movimentou cerca de US\$ 500 bilhões em 2016. Na África, o artesanato representa 15% das exportações totais e emprega cerca de 20 milhões de pessoas (UNCTAD, 2018).

2. Setor de Mídia e Entretenimento

O setor de mídia e entretenimento é um dos mais dinâmicos da economia criativa e tem crescido significativamente nas últimas décadas, impulsionado pelo avanço tecnológico e pela popularização da internet. Em 2019, o mercado global de mídia e entretenimento foi estimado em US\$ 2,2 trilhões e deve crescer a uma taxa anual composta de 4,4% até 2024 (PwC, 2020). Na América Latina, o setor de mídia e entretenimento teve um crescimento de 6,3% em 2019, impulsionado pela expansão da internet e pelo aumento do consumo de conteúdo digital (PWC, 2020).

As mídias digitais também incluem atividades como jogos eletrônicos, produção de conteúdo digital e publicidade online. Segundo a OCDE (2019), as indústrias criativas digitais são responsáveis por mais de 6% do emprego total na OCDE e geram receita de mais de US\$ 500 bilhões por ano.

Além disso, a indústria de jogos eletrônicos tem crescido rapidamente, com uma receita global de US\$ 152,1 bilhões em 2019 (Wijman, 2018). A publicidade online também é um setor em crescimento, com um aumento de 17,6% nos gastos globais em 2019 em relação ao ano anterior (GONDIN, 2019).

3. Setor de Design

O setor de design tem ganhado importância na economia criativa, contribuindo para o desenvolvimento de produtos e serviços mais atraentes e funcionais. Segundo a UNCTAD (2018), o comércio global de serviços de design movimentou cerca de US\$ 50 bilhões em 2015.

4. Artes Visuais e Cênicas

O setor de Artes Visuais e Cênicas inclui atividades como teatro, dança, música, artes plásticas e cinema. De acordo com um relatório da Unesco (2013), esse setor emprega cerca de 29,5 milhões de pessoas em todo o mundo e gera receita anual de US\$ 2,25 trilhões.

Além disso, a indústria cinematográfica tem crescido significativamente, O mercado global de entretenimento atingiu US\$ 101 bilhões em 2019, ultrapassando pela primeira vez a marca dos US\$ 100 bilhões, de acordo com a Motion Picture

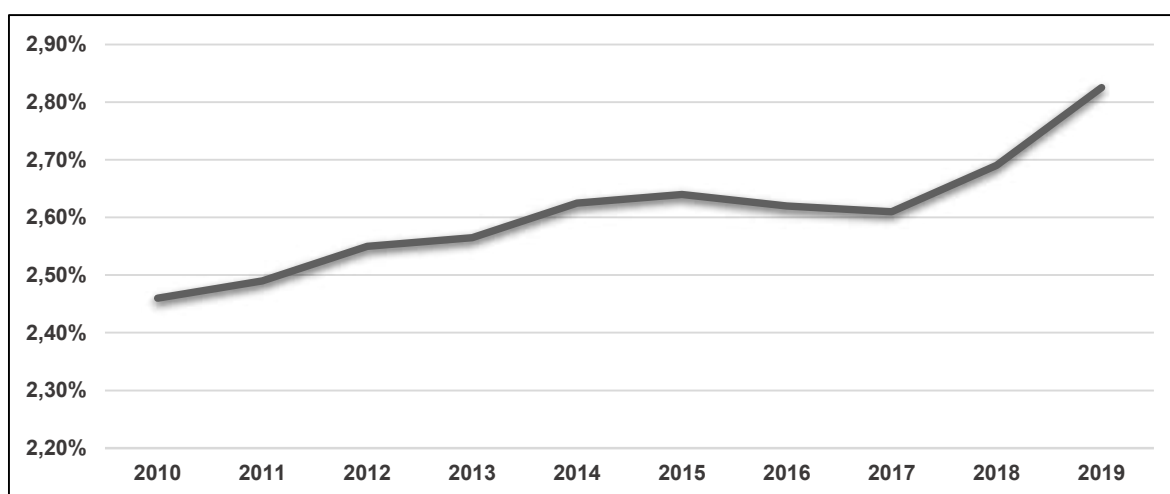
Association. A bilheteria internacional também registrou um marco histórico, ultrapassando US\$ 30 bilhões. O setor de entretenimento doméstico/móvel global teve um crescimento explosivo, alcançando US\$ 58,8 bilhões (MPA, 2020). O setor de música também apresenta um forte crescimento, com um aumento de 9,7% na receita global em 2018 em relação ao ano anterior (MM, 2019).

2.2.2 Economia Criativa no Brasil

As empresas criativas são, em sua maioria, de pequeno e médio porte, no entanto, as grandes empresas fazem uso intenso de tecnologia para produzir bens e serviços culturais, nesse sentido, Dalla Costa e Souza-Santos (2011) relembram duas empresas criadas na década de 80 que produziram produtos e serviços à base da criatividade, Apple e Microsoft.

No Brasil, o setor produtivo criativo tem ganhado cada vez mais destaque no nas últimas décadas, impulsionado pelo crescimento de setores como audiovisual, música, design, moda, publicidade, games e artesanato, artes visuais e digitais, entre outros. De acordo com mapeamento da Economia Criativa da Firjan (2022), esse setor representou cerca de 2,83% do PIB brasileiro no ano de 2019, a representação gráfica abaixo mostra uma série de 2010 a 2019 da participação do setor da Economia criativa no PIB brasileiro.

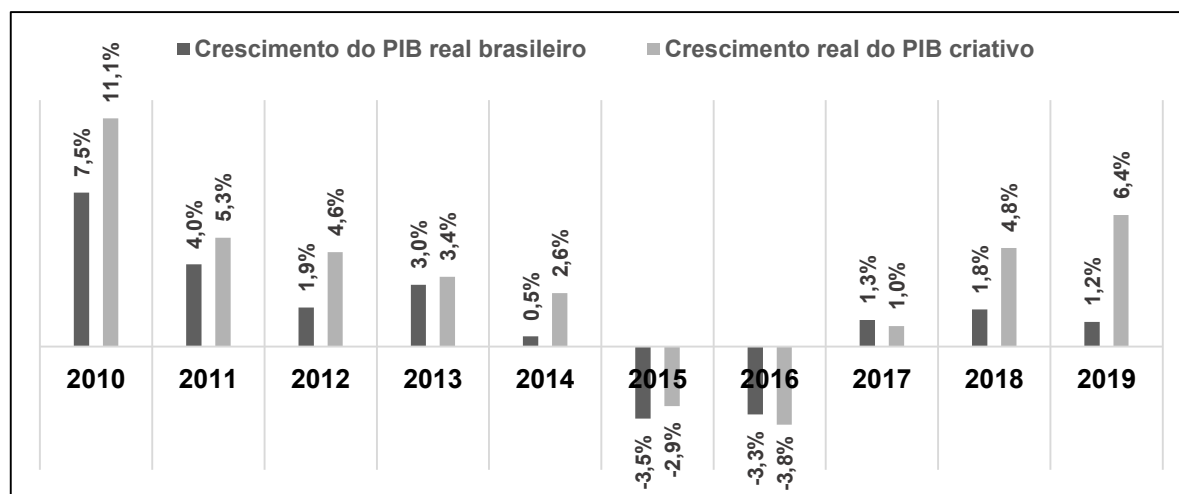
Gráfico 1 – Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2020



Fonte: Adaptado da Firjan (2022)

O documento da Firjan (2022) denota que é comum que a Indústria Criativa tenha taxas de crescimento mais elevadas em comparação às da economia em geral, o que é esperado devido ao aumento da participação do PIB criativo no PIB brasileiro. Na segunda década dos anos 2000, exceto no ano de 2015, quando a economia global enfrentou uma crise profunda, tendo impactado significativamente a economia mundial, fazendo o PIB real brasileiro e o PIB criativo ficar negativo nos anos 2015 e 2016, como pode ser visto no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Taxa de crescimento real anual do PIB Criativo e PIB brasileiro



Fonte: Adaptado da Firjan (2022)

Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2017, a economia criativa brasileira gerou R\$ 171,5 bilhões em receita e empregou cerca de 837 mil pessoas em todo o país. Entre 2010 e 2019, o mercado de trabalho no setor de Economia Criativa no Brasil apresentou um crescimento significativo. De acordo com dados do estudo “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, realizado pela Firjan, o setor teve um aumento de 69% no número de empregos formais, chegando a mais de 1,1 milhão de postos de trabalho em 2018 (Firjan, 2019).

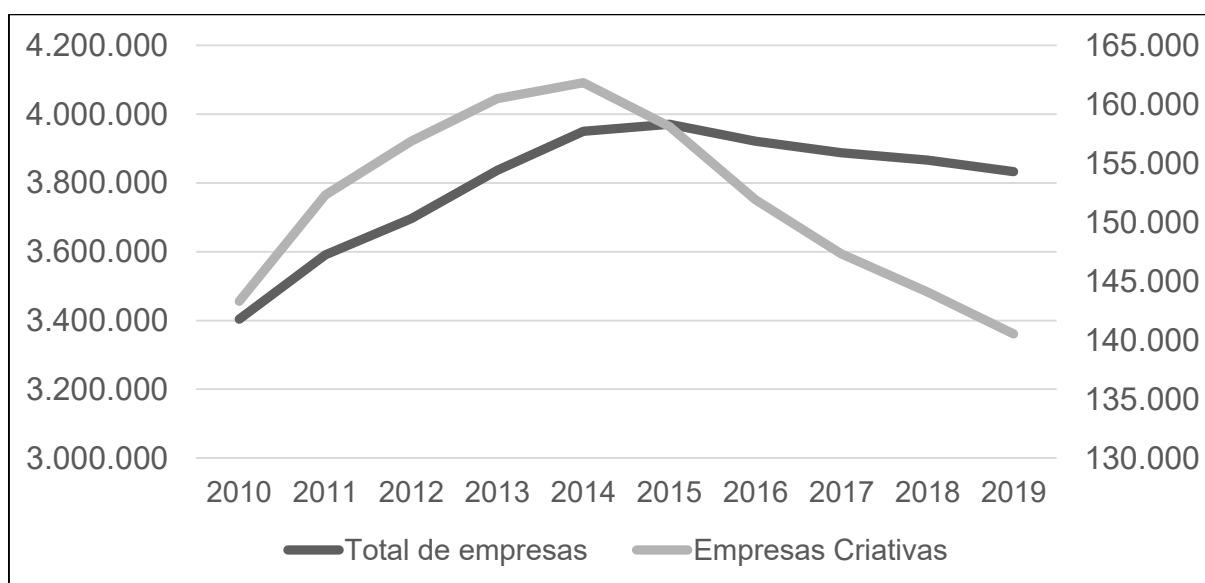
Além disso, o estudo destaca a importância do setor de Economia Criativa para a geração de empregos em áreas consideradas mais vulneráveis economicamente, como as periferias urbanas e as regiões Norte e Nordeste do Brasil. Segundo o estudo, o setor tem o potencial de contribuir para a redução das desigualdades sociais e econômicas no país (Firjan, 2019).

A região Sudeste concentra a maior parte dos empregos no setor de Economia Criativa, com destaque para o estado de São Paulo. Além disso, o setor de audiovisual foi o que apresentou maior crescimento no período analisado, com um

aumento de 93,7% no número de empresas e 78,8% no número de empregos formais (Firjan, 2019).

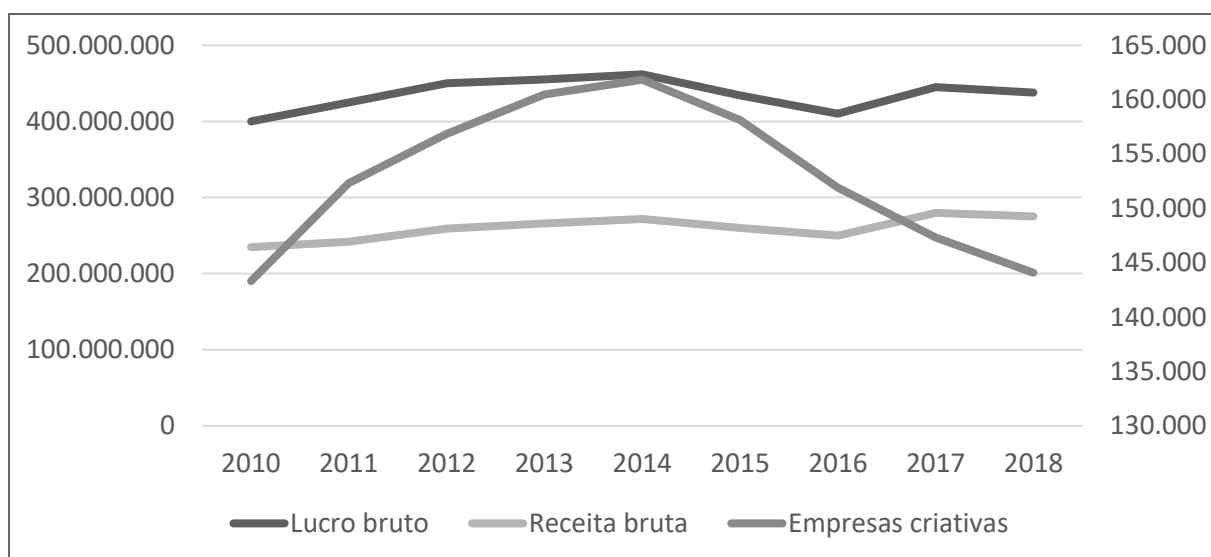
No que tange as empresas criativas, o painel de dados do Observatório do Itaú Cultural (2021), mostra que durante o intervalo de 2010 a 2019, a proporção de organizações com orientação criativa dentro do conjunto de empresas brasileiras permaneceu aproximadamente em 4%. Ao longo desse período, houve uma redução gradual na discrepância de participação. No entanto, observa-se que o declínio no número de empresas no setor criativo é mais acentuado em comparação com o declínio geral no número de empresas. Ao examinar a série histórica, constata-se que em 2019 o número de empresas criativas é inferior ao registrado em 2010, enquanto o total de empresas no Brasil em 2019 se aproxima do total de 2013, como pode ser visto no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Evolução do total de empresas e empresas criativas



Fonte: Adaptado do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2021)

O Observatório Itaú Cultural (2021) constatou que, apesar da diminuição do número de empresas criativas no período, houve um aumento constante tanto na receita bruta quanto no lucro bruto dessas empresas. Esse movimento segue a tendência da economia em geral, que tende a manter taxas de lucro e receita brutas constantes, independentemente do número total de empresas, como mostra o Gráfico 4.

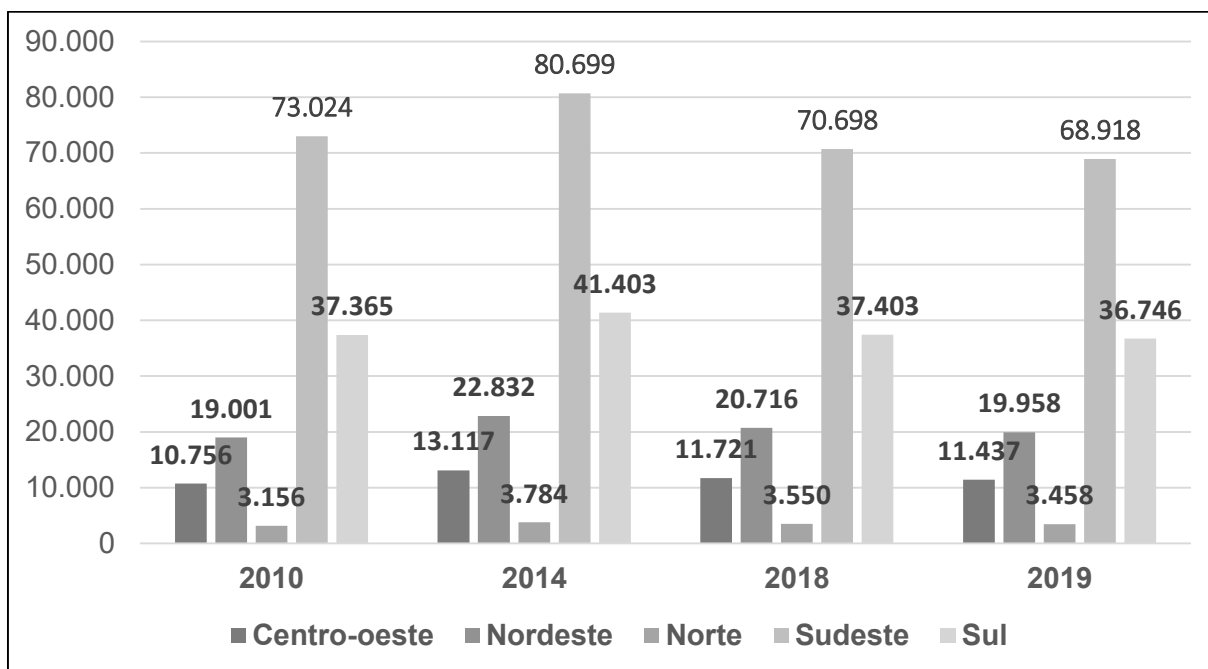
Gráfico 4 – Lucro bruto e receita bruta – empresas criativas

Fonte: Adaptado do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2021). Valores corrigidos pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)

A explicação para essa manutenção das taxas, apesar da queda no número de empresas criativas, deve-se, em grande parte, à composição predominante de micro e pequenas empresas no setor, que oscilam em quantidade, mas não afetam significativamente a receita e o lucro brutos. De fato, o setor é composto em média por cerca de 97% de micro e pequenas empresas, com pouca variação nesse sentido entre 2010 e 2019.

Debruçando sobre análise do Observatório Itaú cultural (2021), constata-se que a distribuição geográfica das empresas criativas tem mantido uma relativa estabilidade ao longo dos anos. Ao comparar os períodos de 2010 e 2019, observa-se variações mínimas, inferiores a 1%. Desse modo, proporcionalmente, a região Sudeste se destaca como a detentora do maior contingente de empresas criativas, representando aproximadamente 50% do total, enquanto a região Norte apresenta a menor participação, situada entre 2,2% e 2,5%.

O relatório do observatório identificou que o ano com maior quantidade de empresas criativas no Brasil foi 2014. Além disso, em 2018 as regiões Norte, Nordeste e Sul ainda registraram um número total de empresas criativas superior ao de 2010. Entretanto, todas as regiões sofreram perdas de 2018 para 2019, sendo que apenas as regiões Sudeste e Nordeste apresentaram números inferiores aos de 2010.

Gráfico 5 – Distribuição das empresas criativas por região brasileira (2010-2019)

Fonte: Adaptado do Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2021)

A economia criativa no Brasil abrange uma diversidade de setores que se destacam pela sua capacidade de gerar valor a partir da criatividade e do conhecimento. É válido destacar alguns dados empíricos sobre os setores que vem crescendo com na cadeia produtiva nacional. O setor de publicidade é um dos destaques da economia criativa brasileira. Em 2019, o mercado publicitário movimentou R\$ 17,6 bilhões no país, segundo dados da Kantar IBOPE Media.

O setor audiovisual é um dos mais importantes da economia criativa no Brasil. Segundo a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), a indústria cinematográfica e audiovisual brasileira movimentou R\$ 16,5 bilhões em 2019, gerando mais de 325 mil empregos diretos e indiretos (Ancine, 2020). Além disso, a produção audiovisual brasileira tem conquistado cada vez mais espaço no mercado internacional, com filmes e séries premiados em festivais como Cannes, Berlim e Sundance.

O setor da moda também é bastante relevante na economia criativa brasileira. Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), O setor têxtil e de confecção registrou uma movimentação financeira de R\$ 185,7 bilhões em 2019, evidenciando um crescimento percentual de 5% em relação ao período precedente, gerando cerca de 1,5 milhão de empregos diretos e indiretos (Fusati, 2022). Além disso, a moda brasileira tem ganhado destaque internacional, com

marcas como Osklen, Alexandre Herchcovitch e Animale sendo reconhecidas em desfiles de moda em Paris, Nova York e Milão.

Embora ainda seja um setor em desenvolvimento no Brasil, os jogos eletrônicos têm grande potencial na economia criativa. Segundo a ABragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos), o mercado de jogos eletrônicos no Brasil movimentou cerca de R\$ 5,6 bilhões em 2020, com um crescimento de 12,5% em relação ao ano anterior (ABragames, 2021). Além disso, o país tem se destacado no mercado internacional de jogos, com jogos como “Horizon Chase” e “Dandara” sendo premiados em festivais internacionais.

De acordo com o Boletim Economia Criativa no Espírito Santo - 2º trimestre de 2019, embora o rendimento real do trabalho principal no setor criativo no Brasil tenha reduzido em -4,0%, o número de pessoas ocupadas nesse setor aumentou no segundo trimestre de 2019 em comparação com o mesmo período de 2018, com variações de +4,4% e +4,3% para o Sudeste e Brasil, respectivamente (Tabela 1).

Tabela 1 – Principais resultados do segmento criativo e não criativo no Brasil - 2º trimestre de 2019

Brasil					
Pessoas ocupadas	93.341.826	91.863.045	90.941.034	1,6	2,6
Criativa	8.612.874	8.604.676	8.258.412	0,1	4,3
Não Criativa	84.728.952	83.258.369	82.682.622	1,8	2,5
Rendimento médio real - trabalho principal (R\$)	2.214,40	2.245,74	2.221,38	-1,4	-0,3
Criativa	2.085,76	2.172,42	2.227,42	-4,0	-6,4
Não Criativa	2.227,39	2.253,27	2.220,78	-1,1	0,3
Massa de rendimentos real (R\$ milhões)	201.518,99	201.216,32	197.036,14	0,2	2,3
Criativa	17.404,02	18.120,42	17.765,44	-4,0	-2,0
Não Criativa	184.114,97	183.095,91	179.270,71	0,6	2,7

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua – IBGE. Elaboração: Coordenação de Estudos Econômicos - CEE/IJSN (Espírito Santo, 2019)

As informações do Boletim Economia Criativa no Espírito Santo - 2º trimestre de 2019, ainda mostra que em relação ao ranking de Unidades da Federação, o estado de São Paulo liderava o ranking, com 11,2% das pessoas atuando neste setor, seguido pelo Rio de Janeiro, com 10,4% das pessoas ocupadas em atividades criativas (ESPÍRITO SANTO, 2019).

Em suma, os dados e estudos citados indicam que o mercado de trabalho no setor de Economia Criativa no Brasil apresentou um crescimento expressivo entre 2010 e 2019, com destaque para o setor audiovisual e a região Sudeste. Além disso,

o setor tem o potencial de contribuir para a geração de empregos em áreas mais vulneráveis e para a redução das desigualdades sociais e econômicas no país.

No ano de 2020, com a pandemia do Covid 19, a maioria das indústrias ficaram impossibilitadas de fornecer bens e serviços para a população, e no Brasil não foi diferente. Com base no relatório de impactos econômicos da Covid-19 desenvolvido pela FGV em 2020, observa-se que o setor de Economia Criativa foi fortemente atingido pela crise. A maioria das empresas e profissionais autônomos, especialmente na área cultural, são de pequeno porte e não possuem capital de giro suficiente para suportar longos períodos sem faturamento. Isso resulta na paralisação de atividades e na dificuldade de retomada após a crise.

A pesquisa da FGV revelou que 88,6% dos entrevistados tiveram uma queda no faturamento. Os impactos variam entre os diferentes segmentos do setor, as atividades que demandam presença física e contato pessoal são as mais afetadas. Cerca de 63,4% dos entrevistados afirmaram a impossibilidade de realizar suas atividades enquanto as medidas de restrição estivessem em vigor. As demissões ocorreram principalmente em empresas de pequeno porte, com destaque para o segmento de publicidade e mídia impressa. Além disso, medidas como suspensão de contratos, redução de salários e jornada de trabalho foram adotadas devido à deterioração financeira das empresas.

Como medida emergencial para o setor criativo, o governo já tinha feito um repasse de R\$ 2 bilhões por meio da Lei Aldir Blanc¹ em apoio à cultura para 25 estados e 905 municípios até meados de setembro de 2020. O valor repassado para faz parte do montante de R\$ 3 bilhões que está amparada pela Lei 14.017, mais conhecida como Lei Aldir Blanc, com o objetivo de apoiar o setor cultural durante o período pandêmico.

O governo federal, em 2020, anunciou medidas de apoio à cultura durante a pandemia. Estas incluem um pagamento mensal de renda emergencial de R\$ 600 por três meses para trabalhadores da cultura. Além disso, há um subsídio mensal para manutenção de espaços artísticos e culturais, variando de R\$ 3 mil a R\$ 10 mil. Também estão previstas iniciativas de fomento cultural, como editais, chamadas

¹ **LEI Nº 14.017, DE 29 DE JUNHO DE 2020:** Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020.

públicas, prêmios e aquisição de bens e serviços culturais. Um percentual mínimo de 20%, equivalente a R\$ 600 milhões, foi definido para essas ações de fomento.

2.2.3 Economia Criativa e Educação

De acordo com uma análise sobre o desenvolvimento da economia criativa, é essencial reconhecer que a criatividade por si só não é suficiente para impulsionar seu crescimento. Elementos-chave, como governança eficiente, infraestrutura tecnológica e de comunicação abrangente, juntamente com uma educação com perfil diferenciado, são fundamentais para sustentar um processo de desenvolvimento ancorado na economia criativa (Observatório Itaú Cultural, 2021).

É pertinente observar como a educação agrega positivamente o processo criativo e o quão importante é o impacto dessa relação (criatividade e educação) no desenvolvimento socioeconômico. Alguns estudos destacam a importância da educação para o desenvolvimento e fortalecimento dos setores criativos. Por exemplo, segundo Hagoort (2010), a educação desempenha um papel fundamental ao fornecer habilidades, conhecimentos e capacidades criativas necessárias para impulsionar a inovação e a produtividade nos setores criativos.

Outros estudos ressaltam a necessidade de uma abordagem educacional voltada para a promoção da criatividade e do pensamento crítico. Segundo Pratt (2008), a educação criativa é essencial para o desenvolvimento de uma sociedade criativa, na qual a capacidade de pensar de forma original e gerar novas ideias é valorizada e incentivada.

Além disso, a literatura acadêmica também destaca a importância da educação na formação de profissionais qualificados para atuarem nos setores criativos. De acordo com Santos e Gonçalves (2017), a formação adequada e especializada é essencial para que os profissionais da economia criativa possam enfrentar os desafios do mercado e contribuir para o desenvolvimento sustentável desses setores. E, um desses desafios é a educação para competências criativas (Brasil, 2011). Dalla Costa e Souza-Santos refletem sobre como o baixo investimento em capacitação dos agentes atuantes nas cadeias produtivas destes setores, agentes cuja atuação exige visão de mercado, capacidade de gestão e conhecimentos técnicos e artísticos (Dalla Costa; Souza-Santos, 2011, p. 155).

É importante salientar que o conceito de capital criativo está intimamente relacionado ao capital humano, tal como tradicionalmente medido por meio de indicadores de escolaridade, visto que a maioria dos membros da classe criativa possui formação qualificada e elevado grau de educação. Dessa maneira, o autor argumenta que a inclusão de medidas da classe criativa em um modelo de crescimento que já leva em consideração o efeito do capital humano, expresso pela educação, não proporciona benefícios adicionais (GLAESER, 2004).

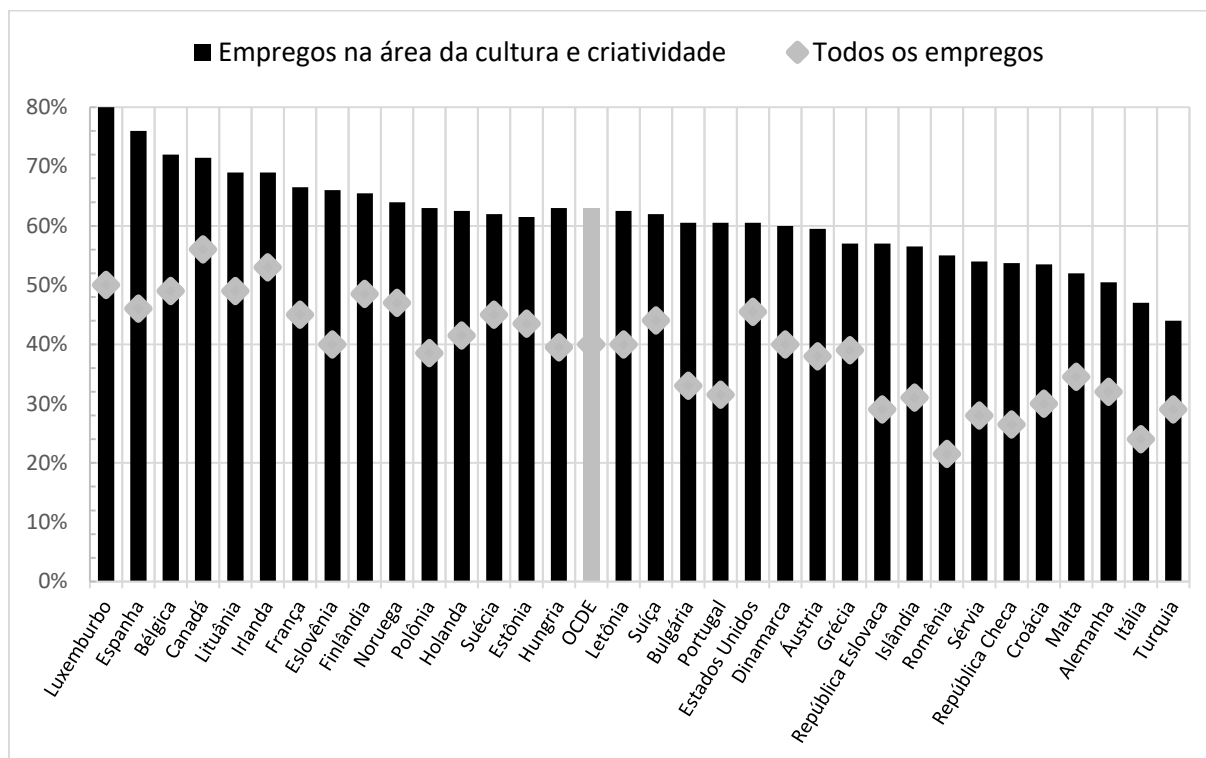
De acordo com Boschma e Fritsch (2009), a pesquisa mais recente realizada por Knudsen, Florida, Gates e Stolarick (2007) ressaltou a relevância dos fluxos de conhecimento para o desenvolvimento regional. Ao combinar o argumento sobre o impacto da classe criativa com a teoria do crescimento endógeno, os autores fundamentaram sua análise. A teoria do crescimento endógeno, baseada na ideia de que o capital humano e o conhecimento se acumulam nas áreas urbanas devido às interações íntimas entre muitos indivíduos altamente educados e qualificados, resulta no aumento do conhecimento tanto individual quanto coletivo (Lucas, 1988 *apud* Boschma; Fritsch, 2009).

Corroborando com as afirmativas acima, o relatório² lançado pela OECD (2022), aponta que os profissionais atuantes nos domínios culturais e criativos geralmente apresentam um nível elevado de formação acadêmica e competências especializadas, em contraste com a média da população empregada. Nos países membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), cerca de 62% dos trabalhadores envolvidos nas áreas culturais e criativas possuem diploma de ensino superior, enquanto esse índice corresponde a 40% da força de trabalho em geral, como pode ser visto do Gráfico 6.

Adicionalmente, aqueles que desempenham atividades nos setores culturais e criativos também apresentam proficiência superior em habilidades de leitura e cálculo, em comparação com a média geral, conforme apontado pelos resultados da Pesquisa de Habilidades de Adultos (PIAAC) conduzida pela OCDE.

² Local Economic and Employment Development (LEED); The Culture Fix - Creative People, Places and Industries.

Gráfico 6 – Proporção de funcionários culturais e criativos com ensino superior em 2020

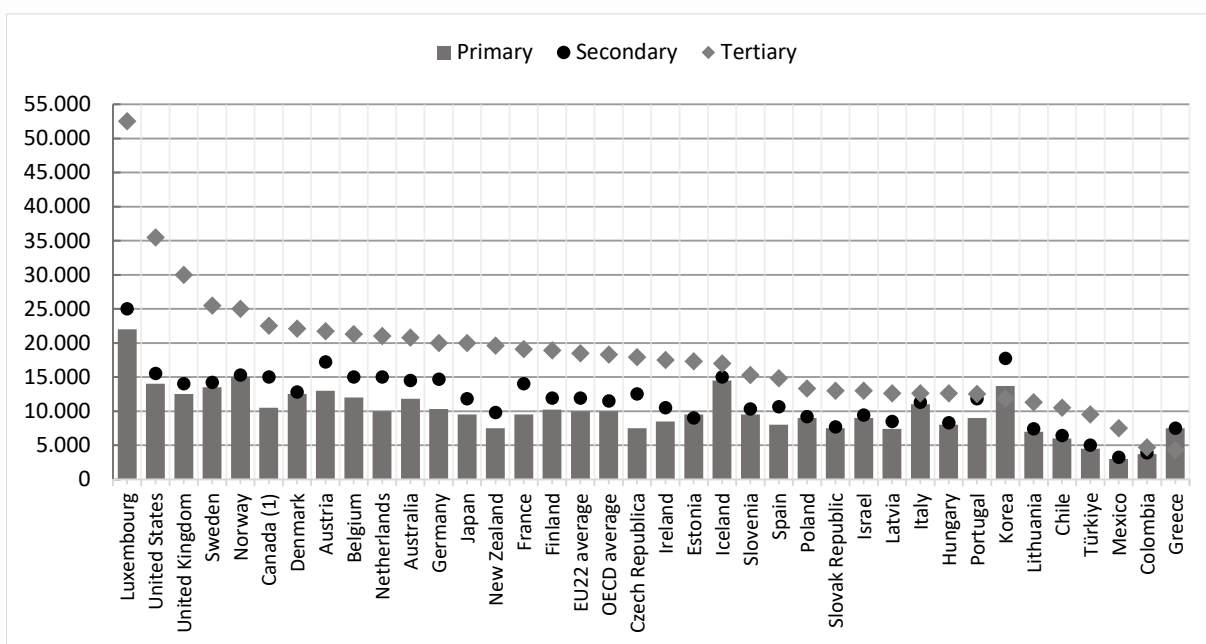


Fonte: Adaptado de OECD (2022)

De acordo com a OCDE, a educação desempenha um papel crucial ao proporcionar às pessoas o conhecimento, as habilidades e as competências essenciais para uma participação efetiva na sociedade e economia. Alguns países, como Canadá, Estônia, Finlândia e Irlanda, são exemplos de sistemas educacionais que conseguem oferecer uma educação de alta qualidade a todos os alunos, independentemente de sua classe social (OCDE, [ca. 2019]).

Ao observarmos que os países que apresentam os níveis mais elevados de educação entre os profissionais que atuam nos setores da Economia Criativa, constatamos que alguns desses países figuram entre os que mais investem em educação. De acordo com a OECD (2022), os países membros gastaram uma média de US\$ 17.560 por aluno anualmente no ensino superior. No entanto, essa média é influenciada por valores mais altos em alguns países, como Luxemburgo, Noruega, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos, que ultrapassam US\$ 25.000, como pode ser visto no Gráfico 7 dos países citados acima.

Gráfico 7 – Despesa total por aluno equivalente a tempo integral por nível de ensino (2019)



Fonte: Adaptado de OECD (2022), Table C1.1

Em média, cerca de 63% dos gastos totais em instituições de ensino superior nos países da OCDE são direcionados para serviços básicos, como salários de professores, infraestrutura escolar, materiais didáticos e administração, enquanto 33% são destinados a atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), e 4% a serviços auxiliares, como refeições e transporte. No período de 2012 a 2019, houve um crescimento médio anual de 1,4% nos gastos com o ensino superior, em termos reais, nos países da OCDE, ao passo que o número de alunos aumentou apenas 0,3% ao ano. Isso resultou em um aumento médio de 1,0% ao ano no gasto por aluno no ensino superior.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia utilizada para obter os indicadores selecionados, e, portanto, compreender a posição da economia criativa no Brasil. Para isso, são localizadas as bases de dados que permitirão a coleta de dados, além de uma exposição da metodologia de análise da matriz insumo-produto. Ao fim, a demonstração dos indicadores Rasmussen-Hirschman (RH), os quais permitem identificar setores chave de uma economia.

3.1 BASE DE DADOS

As matrizes de insumo-produto empregadas neste estudo foram estimadas por meio da metodologia desenvolvida por Guilhoto e Sesso Filho (2005) e Guilhoto e Sesso Filho (2010), sob a coordenação do Núcleo de Economia Regional e Urbana da Universidade Estadual de São Paulo (NEREUS) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), contemplando 68 setores econômicos. Estas matrizes foram elaboradas com base nos dados preliminares das contas nacionais. No âmbito deste trabalho, foram adotadas as matrizes de Insumo-Produto referentes aos exercícios de 2018, 2019 e 2020.

3.2 SISTEMA DE INSUMO-PRODUTO NACIONAL

A pesquisa buscou estimar a participação da Economia Criativa no processo de geração de renda e produto na economia brasileira (?) através do método matriz insumo-produto (MIP), aperfeiçoado por Wassily Leontief³ (1906-1999). Leontief (1986, p. 73) relata que “O método de insumo-produto é uma adaptação da teoria neoclássica do equilíbrio geral para o estudo empírico da interdependência quantitativa entre atividades econômicas inter-relacionadas”. Para o autor, a matriz insumo-produto serve como uma ferramenta analítica que representa as relações econômicas entre os setores produtivos de um país. Essa matriz é uma representação

³ Anteriormente, na Escola Fisiocrata, François Quesnay esquematizou o precedente Tableau Economique, o qual demonstrara a interdependência setorial.

quantitativa que relaciona o consumo e a produção de bens e serviços entre os diferentes setores da economia. Portanto, a escolha pela MIP justifica-se pela sua capacidade de demonstrar a importância de um setor em relação ao outro, e, principalmente, chamar a atenção para a definição de políticas setoriais e de planejamento (BRAGA; PAULANI, 2020).

De acordo com Leontief (1986), a MIP demonstra como os insumos de um setor são utilizados como *inputs* na produção de outros setores, revelando uma complexa rede interior de interdependências econômicas. Por exemplo, é possível compreender como o funcionamento industrial depende de setores como a agricultura e o comércio – ambos ocupando diferentes posições na cadeia produtiva. A MIP é obtida através das informações da Tabela de Recursos e Usos (TRU) – dados das unidades produtivas. Ela permite a análise das interações econômicas, identificando os encadeamentos produtivos e os efeitos multiplicadores na economia.

A relação fundamental pode ser observada no quadro 1 abaixo, e integral no quadro 2, para três segmentos (setor primário, setor secundário e setor terciário).

Quadro 2 – Relações entre as demandas intermediárias, demanda final e o valor bruto de produção

Demandas Intermediárias (Intersectoriais)				Demanda Final (Consumo + Investimento + Gasto do Governo + Exportações)	Valor Bruto de Produção
Z_{11}	Z_{12}	...	Z_{1n}	Y_1	X_1
Z_{21}	Z_{22}	...	Z_{2n}	Y_2	X_2
...
Z_{n1}	Z_{n2}	...	Z_{nn}	Y_n	X_n

Fonte: Adaptado de Lopes e Vasconcellos (2008, p. 54)

No quadro 1, podemos observar que as variáveis Y_i , x_i e Z_{ij} possuem significados distintos. A variável Y_i representa a demanda final do setor i , enquanto X_i corresponde ao valor bruto de produção desse mesmo setor e, por fim, Z_{ij} representa a demanda por insumo do setor i proveniente do setor j . Dito de outra forma, temos que o primeiro quadrante (?) representa a demanda intermediária – isto é, insumos que são utilizados na produção de um bem ou serviço. Na sequência, temos o valor da produção de cada setor que se destina à demanda final – ou seja, o governo (G) pode adquirir os produtos finais da agricultura e destiná-los à merenda escolar; ou, as

empresas podem adquirir máquinas e ampliar seu investimento (I). Por último, temos o valor bruto da produção (VBP), o qual é formado a partir da soma das demandas intermediária e final. Abaixo, vejamos no quadro 2 o que representa cada elemento presente na construção da MIP.

Quadro 3 – Relações de Insumo-Produto em um sistema nacional (economia com três setores)

Origem da Produção (Venda) \ Destino da Produção (Compra)	Demandas Intermediárias (ou Intersetoriais)			Demanda Final (C + I + G + X)	Valor Bruto de Produção
	Agricultura (Setor 1)	Indústria (Setor 2)	Serviços (Setor 3)		
Agricultura (Setor 1)	Z ₁₁	Z ₁₂	Z ₁₃	y ₁	X ₁
Indústria (Setor 2)	Z ₂₁	Z ₂₂	Z ₂₃	y ₂	X ₂
Serviços (Setor 3)	Z ₃₁	Z ₃₂	Z ₃₃	y ₃	X ₃
Importações (M)	m ₁	m ₂	m ₃		
Imposto Indireto Líquido (IIL)	iil ₁	iil ₂	iil ₃		
Valor Adicionado (salários+juros+aluguéis+lucros)	va ₁	va ₂	va ₃		
Valor Bruto de Produção	X ₁	X ₂	X ₃		
Emprego Total	ET ₁	ET ₂	ET ₃		

Fonte: Adaptado de Lopes e Vasconcellos (2008, p. 54)

Do quadro 2 acima, a região do consumo intermediário indica, por exemplo, que z_{21} representa a venda de insumos do setor industrial (2) para a agricultura (1) – também interpretado como as compras do setor agrícola de insumos da indústria. Registram-se, portanto, as compras e vendas intersetoriais revelando uma interdependência⁴.

Com base nos Quadros 1 e 2, recorre-se à álgebra linear com a utilização do método de matriz para alcançar a análise insumo-produto proposta por Leontief nos seguintes passos: matriz dos coeficientes técnicos; aplicar as operações identidade e inversa; por fim, obtém-se a matriz que leva seu nome, dada por $L = (I-A)^{-1}$.

Chiang e Wainwright (2006, p. 110), explana que a versão estática, na qual esta pesquisa se fundamenta, do modelo de Leontief apresenta uma problemática de pesquisa específica: "Qual é o nível de produção que cada uma das n indústrias de uma economia deve alcançar para atender exatamente à demanda total por determinado produto?" De acordo com os autores, para produzir uma unidade de determinado bem j, é necessário um coeficiente fixo de insumo da mercadoria i, chamado de coeficiente técnico (1):

⁴ A MIP ajuda a refletir sobre diferentes choques exógenos, como um advindo de incentivos à exportação agrícola, a ampliação da produção estaria condicionada – *ceteris paribus* – à compra de insumos adicionais da indústria, a qual veria sua produção aumentar para atender tal demanda. Posteriormente, outros setores irão sentir o choque inicial.

A representação matricial do sistema consiste em:

$$\begin{bmatrix} (1-a_{11}) & -a_{12} & \dots & -a_{1n} \\ -a_{21} & (1-a_{22}) & \dots & -a_{23} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ -a_{31} & -a_{32} & \dots & (1-a_{33}) \end{bmatrix} * \begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \dots \\ x_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \dots \\ y_n \end{bmatrix} \quad (4)$$

Reorganizando (4) para obter: :

$$\left\{ \begin{bmatrix} 1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & 1 & \dots & 0 \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 0 & 0 & \dots & 1 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} -a_{11} & -a_{12} & \dots & -a_{1n} \\ -a_{21} & -a_{22} & \dots & -a_{23} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ -a_{31} & -a_{32} & \dots & -a_{33} \end{bmatrix} \right\} * \begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \dots \\ x_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \dots \\ y_n \end{bmatrix} \quad (5)$$

Com base na relação (5), obtém-se:

$$(I - A) * X = Y \quad (6)$$

Isolando X, obtém-se:

$$X = (I - A)^{-1} * Y \quad (7)$$

A equação 7 acima captura efeitos diretos e indiretos causados, por exemplo, por uma mudança autônoma nos componentes da demanda final. De um lado, a matriz de coeficientes técnicos captura os efeitos diretos, isto é, o aumento do gasto do governo implicará na maior demanda de insumos de um setor em relação ao outro. Por outro lado, $(I - A)^{-1}$ representa a matriz de Leontief, a qual captura os efeitos indiretos: o aumento do gasto também implica que para aumentar a produção os setores deverão demandar máquinas, emprego e recursos dos outros, que por sua vez, contratam mais bens e serviços.

A análise de insumo-produto tem a capacidade de fornecer uma visão abrangente sobre o comportamento das economias nacionais, como foi mostrado relação (7)). Essa abordagem destaca a relação entre a demanda final (Y) e o valor da produção (X), evidenciando como alterações na demanda final podem impactar outras variáveis, como emprego, salário, importação, impostos, entre outros.

3.3 ÍNDICES DE RASMUSSEN-HIRSCHMAN (RH)

Os elementos mais pertinentes derivados das Matrizes Insumo x Produto (MIP) reside no cálculo dos coeficientes de conexão, os quais se dividem em dois grupos distintos: os coeficientes de conexão direta (i) e os coeficientes de conexão indireta (ii). Conforme destacado por Rasmussen (1956) e Hirschman (1958), o primeiro indica o ponto em que um setor é demandado pela economia, ao passo que o segundo indica o ponto em que um setor demanda insumos da economia. Quando esses coeficientes atingem valores iguais ou superiores a 1, em qualquer um dos grupos, diz-se que o setor em questão é de importância-chave.

Segundo Guilhoto (2011), ao considerar as contribuições de Rasmussen (1956) e Hirschman (1958), é possível empregar o modelo básico de Leontief para identificar os setores com maior capacidade de encadeamento na economia. Nesse sentido, pode-se calcular os índices de ligações para trás, que indicam a demanda desse setor por outros setores, e os índices de ligações para frente, que revelam a quantidade de produtos demandados por outros setores em relação ao setor em análise. O autor propõe que, ao estabelecer b_{ij} como um componente da matriz inversa de Leontief B , B^* como a média de todos os elementos de B , e B_j e B_i como a soma de uma coluna e linha típica de B , os índices seriam definidos da seguinte forma.

Índices de ligações para trás (poder da dispersão):

$$U_j = [B_{*j} / n] / B^* \quad (8.1)$$

Índices de ligações para frente (sensibilidade da dispersão):

$$U_j = [B_{j*} / n] B^* \quad (8.2)$$

De acordo com Guilhoto e Sesso Filho (2005, p. 7), os coeficientes são fundamentados na equação $L = (I-DB)^{-1}$, em que cada elemento l_{ij} representa um elemento da matriz L . Para obter L^* , que corresponde à média de todos os elementos de L , bem como calcular L_{*j} e L_{i*} , que constituem as somas dos elementos de uma coluna e de uma linha típica de L e n , utiliza-se a referida equação. Além disso, é importante mencionar n , que representa o número total de setores na economia. Sesso Filho *et al.* (2021) também ressaltam a relevância do campo de influência, o qual visa resolver ou minimizar os problemas apresentados pelos coeficientes de

conexão de Rasmussen-Hirschman, que possibilitam avaliar a importância dos impactos de cada setor sobre a economia.

3.4 MULTIPLICADORES

Os multiplicadores de produção são obtidos a partir dos modelos de insumo-produto aberto e fechado. O modelo aberto é aplicado para calcular o Multiplicador Simples de Produção, o qual é utilizado para avaliar o impacto do aumento de uma unidade monetária na demanda final. Já o modelo fechado é utilizado para calcular o Multiplicador Total de Produção, que indica tanto os impactos diretos quanto os indiretos decorrentes do aumento de uma unidade monetária na demanda final, incluindo o efeito induzido (Almeida, 2022).

De acordo com Takasago e Mollo (2010), os índices conhecidos como geradores englobam os efeitos diretos e indiretos resultantes do aumento da demanda e, conseqüentemente, da produção de um setor, com o objetivo de mensurar os impactos desses aumentos na economia. Guilhoto (2011) ressalta que a quantidade de emprego gerada tanto de forma direta quanto indireta, o impacto nas importações, os impostos arrecadados, os salários pagos e o valor adicionado para cada unidade monetária produzida destinada à demanda final são obtidos mediante a aplicação da seguinte equação:

$$GV_j = \sum_{i=1}^n b_{ij} v_i$$

onde:

GV_j é o impacto total, direto e indireto, sobre a variável em questão;

b_{ij} é o ij -ésimo elemento da matriz inversa de Leontief e

V_i é o coeficiente direto da variável em questão.

Em suma, a matriz insumo produto revela-se uma ferramenta metodológica essencial para compreender as interdependências econômicas entre os diferentes setores de uma economia. A matriz insumo produto, assim, desempenha um papel

fundamental na formulação de políticas públicas, no planejamento econômico e na compreensão dos fluxos de interação no tecido econômico de uma nação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A relevância da tabela de insumo-produto está associada à investigação dos fluxos de mercadorias e serviços presentes em todos os segmentos da atividade econômica. Nesse sentido, a presente pesquisa busca analisar como os setores da economia criativa se comportaram anteriormente, durante e após a pandemia, assim como identificar o maior poder de encadeamento desses segmentos. Este capítulo apresenta os resultados e as discussões concernentes aos indicadores econômicos, os quais foram calculados com base na tabela de insumo-produto do Brasil, conforme delineado no capítulo anterior sobre Metodologia.

4.1 ANÁLISE DOS MULTIPLICADORES DE PRODUÇÃO

Os multiplicadores de produção possibilitam a avaliação dos impactos na produção e os efeitos multiplicadores, considerando o acréscimo na demanda final de um setor. Nesse contexto, foram conduzidos testes para identificar as repercussões da atividade dos setores de Economia Criativa em comparação com as demais atividades. As análises compreenderam cálculos e avaliações dos multiplicadores de produção, a saber: o Coeficiente Simples de Produção, que traduz o impacto do aumento de uma unidade monetária na demanda final; e o Coeficiente Total de Produção - CTP, que representa os efeitos diretos e indiretos do incremento de uma unidade monetária na demanda final.

Na análise dos resultados, verificou-se que a alteração de R\$ 1,00 na demanda final, conforme os multiplicadores de produção, resulta um acréscimo de 1,22 a 1,99 de produção nas atividades de Economia Criativa na economia brasileira, destaque para o setor de “Outras atividades profissionais, científicas e técnicas”. Já nos 1º e 2º lugar, englobando todas as atividades, ficaram as atividades de Commodities agrícolas com maiores totais de produção, conforme o quadro 4.

Tabela 2 - Resultados dos multiplicadores de produção de 2018, 2019 e 2020

Setores	2018		2019		2020	
	Total	Rank	Total	Rank	Total	Rank
Agricultura, inclusive o apoio à agricultura e a pós-colheita	1,72	44°	1,75	41°	1,67	46°
Pecuária, inclusive o apoio à pecuária	1,88	31°	1,87	30°	1,85	32°
Produção florestal; pesca e aquicultura	1,39	63°	1,43	62°	1,41	63°
Extração de carvão mineral e de minerais não-metálicos	1,88	30°	1,88	29°	1,84	33°
Extração de petróleo e gás, inclusive as atividades de apoio	1,67	46°	1,67	46°	1,78	36°
Extração de minério de ferro, inclusive beneficiamentos e a aglomeração	1,75	40°	1,77	40°	1,65	47°
Extração de minerais metálicos não-ferrosos, inclusive beneficiamentos	1,90	27°	1,88	28°	1,99	21°
Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca	2,48	1°	2,50	1°	2,51	1°
Fabricação e refino de açúcar	2,38	2°	2,46	2°	2,28	6°
Outros produtos alimentares	2,30	5°	2,34	3°	2,34	2°
Fabricação de bebidas	2,13	9°	2,18	8°	2,20	8°
Fabricação de produtos do fumo	2,14	8°	2,14	9°	2,11	12°
Fabricação de produtos têxteis	2,02	19°	2,02	17°	2,12	9°
Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	1,82	36°	1,86	32°	1,92	28°
Fabricação de calçados e de artefatos de couro	1,95	26°	1,92	25°	1,92	27°
Fabricação de produtos da madeira	1,97	24°	1,97	22°	1,96	23°
Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	2,05	13°	2,07	13°	2,11	11°
Impressão e reprodução de gravações	1,74	41°	1,81	36°	1,76	38°
Refino de petróleo e coquerias	2,31	4°	2,28	6°	2,31	3°
Fabricação de biocombustíveis	2,32	3°	2,29	4°	2,20	7°
Fabricação de químicos orgânicos e inorgânicos, resinas e elastômeros	1,99	21°	1,97	23°	2,00	20°
Fabricação de defensivos, desinfetantes, tintas e químicos diversos	2,05	14°	2,01	19°	1,98	22°
Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	2,14	7°	2,10	11°	2,11	10°
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	1,74	42°	1,73	44°	1,72	43°
Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	2,04	17°	2,04	14°	2,04	18°
Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	2,06	12°	2,09	12°	2,06	16°
Produção de ferro-gusa/ferroligas, siderurgia e tubos de aço sem costura	2,10	10°	2,21	7°	2,29	5°
Metalurgia de metais não-ferrosos e a fundição de metais	2,09	11°	2,11	10°	2,07	15°
Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	2,05	16°	1,99	20°	2,08	13°
Fabricação de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	1,82	35°	1,80	38°	1,74	41°
Fabricação de máquinas e equipamentos elétricos	2,03	18°	2,02	16°	2,06	17°
Fabricação de máquinas e equipamentos mecânicos	1,99	23°	1,93	24°	1,96	24°
Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças	2,27	6°	2,29	5°	2,31	4°
Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	2,05	15°	2,03	15°	2,07	14°
Fabricação de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	1,62	49°	1,63	48°	1,64	48°
Fabricação de móveis e de produtos de indústrias diversas	1,84	34°	1,82	35°	1,83	35°
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	1,80	37°	1,75	43°	1,75	40°
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	1,95	25°	1,90	26°	1,86	30°
Água, esgoto e gestão de resíduos	1,56	54°	1,55	54°	1,57	54°
Construção	1,89	29°	1,89	27°	1,89	29°
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	1,62	48°	1,63	49°	1,64	49°

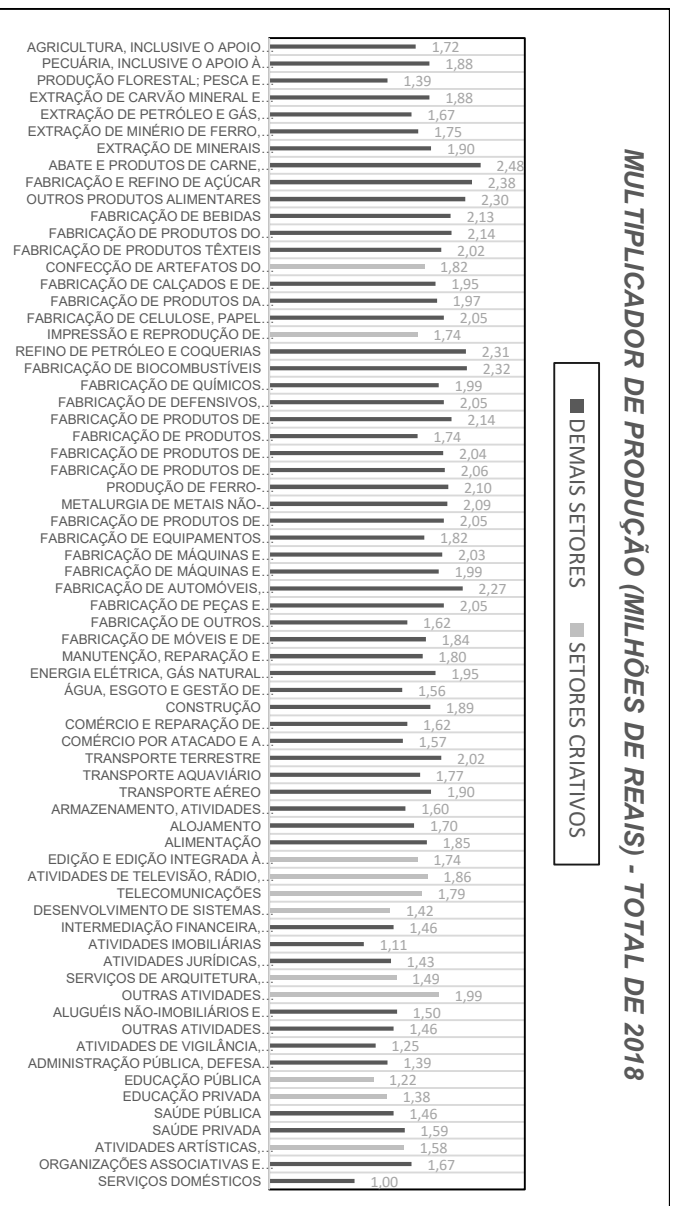
Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores	1,57	53°	1,57	53°	1,60	52°
Transporte terrestre	2,02	20°	2,01	18°	2,03	19°
Transporte aquaviário	1,77	39°	1,77	39°	1,77	37°
Transporte aéreo	1,90	28°	1,86	34°	1,86	31°
Armazenamento, atividades auxiliares dos transportes e correio	1,60	50°	1,59	52°	1,61	51°
Alojamento	1,70	45°	1,70	45°	1,75	39°
Alimentação	1,85	33°	1,86	33°	1,93	26°
Edição e edição integrada à impressão	1,74	43°	1,75	42°	1,71	45°
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	1,86	32°	1,86	31°	1,84	34°
Telecomunicações	1,79	38°	1,80	37°	1,72	44°
Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação	1,42	61°	1,45	59°	1,45	59°
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	1,46	57°	1,45	60°	1,46	57°
Atividades imobiliárias	1,11	67°	1,11	67°	1,11	67°
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	1,43	60°	1,44	61°	1,44	61°
Serviços de arquitetura, engenharia, testes/análises técnicas e P & D	1,49	56°	1,51	56°	1,48	56°
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	1,99	22°	1,98	21°	1,94	25°
Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual	1,50	55°	1,52	55°	1,46	58°
Outras atividades administrativas e serviços complementares	1,46	59°	1,46	58°	1,45	60°
Atividades de vigilância, segurança e investigação	1,25	65°	1,26	65°	1,28	65°
Administração pública, defesa e seguridade social	1,39	62°	1,38	64°	1,37	64°
Educação pública	1,22	66°	1,22	66°	1,21	66°
Educação privada	1,38	64°	1,40	63°	1,43	62°
Saúde pública	1,46	58°	1,49	57°	1,52	55°
Saúde privada	1,59	51°	1,59	51°	1,58	53°
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1,58	52°	1,59	50°	1,61	50°
Organizações associativas e outros serviços pessoais	1,67	47°	1,67	47°	1,72	42°
Serviços domésticos	1,00	68°	1,00	68°	1,00	68°
MÉDIA DO INDICADOR						
Economia criativa	1,64		1,66		1,64	
Setor primário	1,89		1,91		1,89	
Setor secundário	2,03		2,03		2,04	
Setor terciário	1,58		1,58		1,59	

Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

As atividades destacadas em cinza claro nos gráficos 8, 9 e 10 denotam operações intrinsecamente vinculadas à esfera da economia criativa. Estes gráficos proporcionam uma visualização do Multiplicador de Produção nos setores denominados como "Economia Criativa". Ao efetuar uma análise minuciosa desses gráficos, observa-se que o setor designado como "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas" atingiu um índice de 1,99, conferindo-lhe a posição 21^a. Este resultado é equiparado ao desempenho do setor " Fabricação de químicos orgânicos

e inorgânicos, resinas e elastômeros", constituindo ambos a 22ª posição, enquanto superaram o desempenho de outras 10 atividades criativas.

Gráfico 8 – Multiplicador de produção de 2018

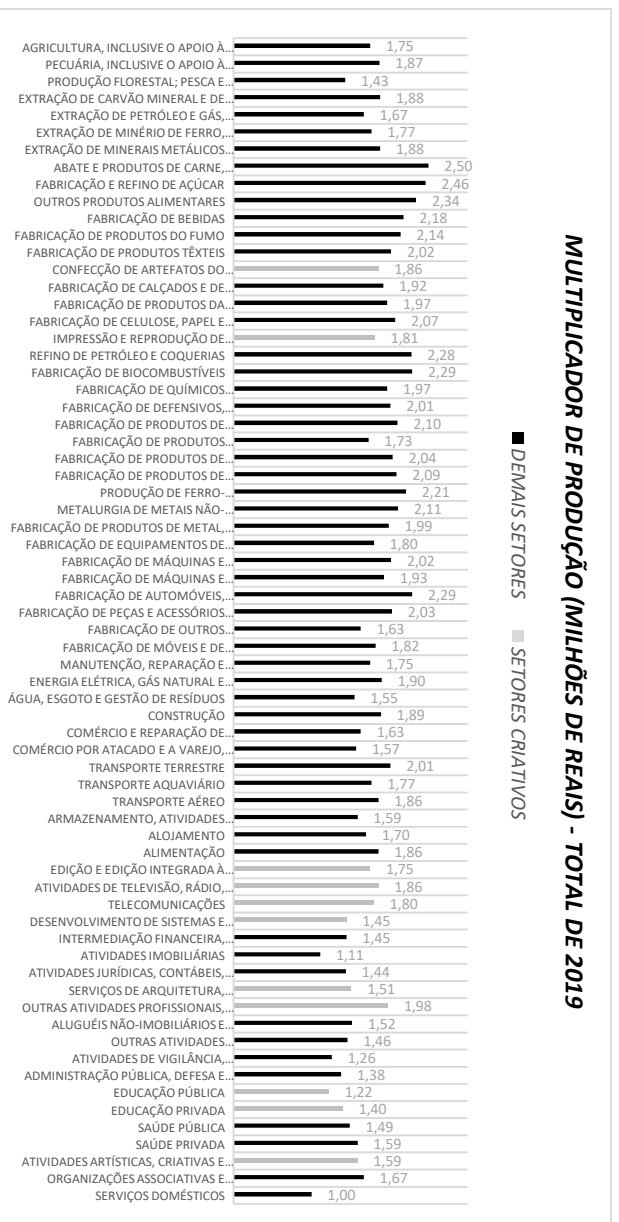


Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUUS (2023)

No gráfico 9, observa-se que o setor "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas" não teve uma mudança significativa em termos de produção, atingindo um índice de 1,98, conferindo-lhe a posição 21ª. Importante ressaltar que, em 2019, o Produto Interno Bruto (PIB) registrou um crescimento de 1,2% em comparação com o ano anterior. Nesse contexto, destaca-se a relevância inerente à contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) por parte das categorias denominadas como "máquinas e equipamentos" e "Produtos de propriedade intelectual".

Cabe salientar que, no âmbito da formação bruta de capital fixo, tais elementos se posicionaram como componentes significativos, ainda que tenham sido superados pelo setor da construção, que manteve sua primazia como o componente mais preponderante no presente ano. Essencial ressaltar que os "Produtos de propriedade intelectual" integram os setores atinentes à economia criativa, cujas atividades mais proeminentes envolveram software, bancos de dados, exploração mineral, pesquisa e desenvolvimento (P&D) (IBGE, 2019, 2021).

Gráfico 9 – Multiplicador de produção de 2019

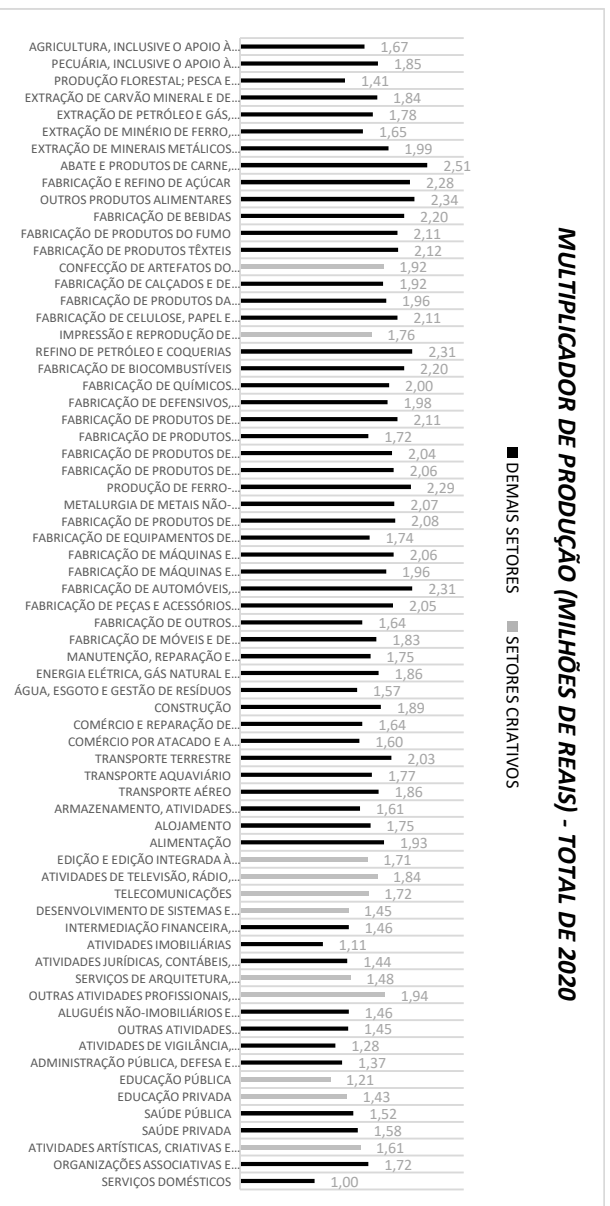


Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUUS (2023)

O ano de 2020 se notabilizou pelo advento da pandemia do coronavírus no território brasileiro, com subsequente intensificação de sua propagação global. Em decorrência desse fenômeno, a cadeia produtiva, tanto nacional quanto internacional, experimentou impactos adversos, culminando na contração do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 3,3%, após registrar um incremento de 1,2% no ano precedente (2019).

Observa-se, portanto, uma decrescente tendência na agregação dos multiplicadores de uma vasta gama de atividades econômicas, conforme evidenciado no Gráfico 9. Destacando-se, de modo expressivo, a redução no segmento de outras atividades de serviços. Nesse contexto, ressaltam-se as quedas acentuadas em serviços e atividades artísticas, constituindo este último um setor caracterizado pela sua natureza "criativa", que, por conseguinte, testemunhou uma redução significativa de sua participação no PIB durante o mencionado período (IBGE, 2019, 2021).

Gráfico 10 – Multiplicador de produção de 2020



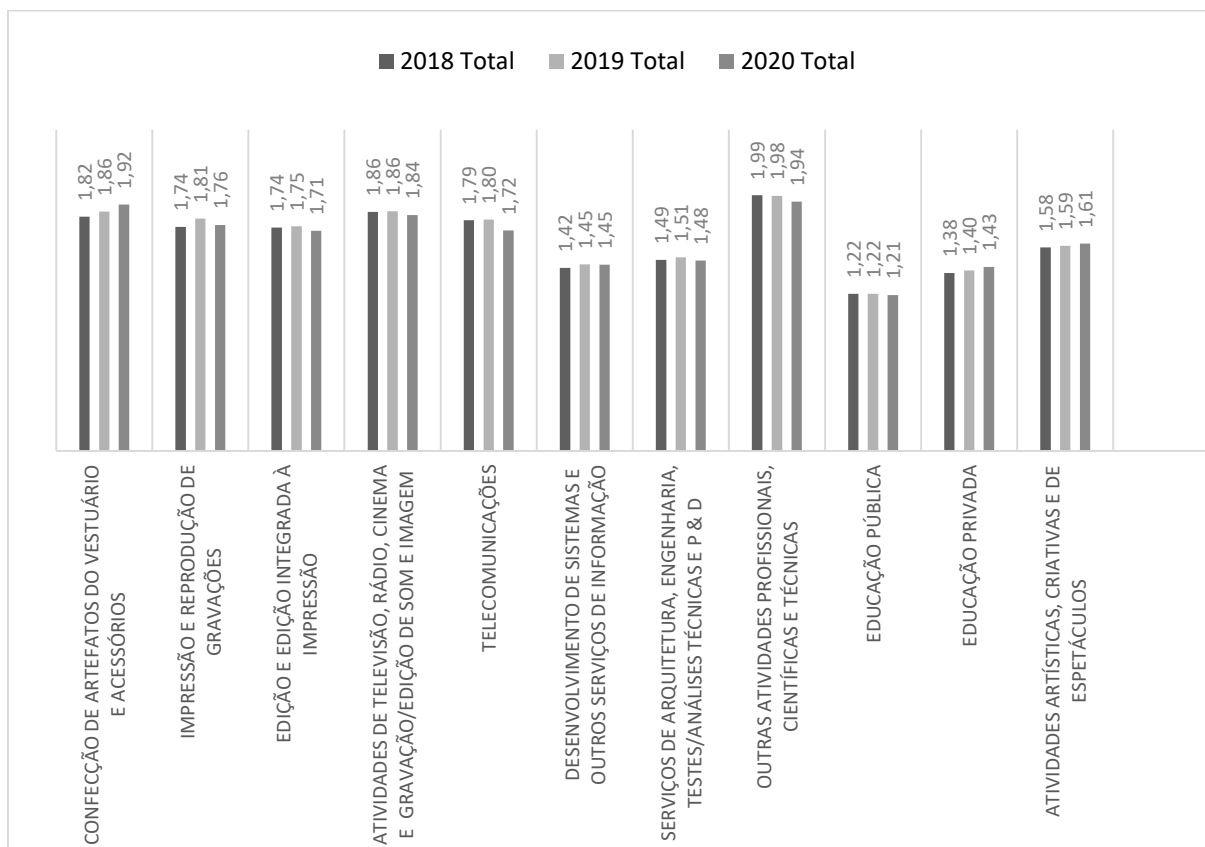
Fonte: elaboração própria com base nos dados de NERREUS (2023).

Consoante à abordagem empírica adotada no presente estudo, é possível constatar que a participação da Indústria Criativa na economia nacional tem manifestado uma evidente trajetória ascendente desde meados da década de 2000. No ano de 2020, a mencionada indústria configurou-se como responsável por 2,91% do Produto Interno Bruto (PIB), representando um patamar superior ao registrado em qualquer outro período desde o início da série temporal disponível.

No gráfico 10, constata-se que as atividades de natureza criativa não experimentaram variações significativas no aumento da demanda final dos setores em questão sobre o valor bruto da produção (VBP) total ao longo do período de três anos delineado.

Importa ressaltar, entretanto, que determinados segmentos, a saber, "Confeção de artefatos do vestuário e acessórios", "Atividades artísticas, criativas e de espetáculos" e "Educação privada", apresentaram um acréscimo sutil em sua performance ao longo desse triênio. Em contrapartida, os demais setores criativos mantiveram-se estáveis em seus indicadores ou, eventualmente, testemunharam uma ligeira diminuição nos mesmos.

Gráfico 11 – Multiplicador de produção dos setores de economia criativa de 2018, 2019 e 2020.



Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

De acordo com o mapeamento da indústria criativa de 2022 da FIRJAN, entre os anos de 2018 e 2020, nota-se que a tendência ascendente, percebida ao longo de toda a série histórica, aumentou consideravelmente. Do ponto de vista global, isso sugere que o desempenho econômico do setor criativo tem sido superior ao observado para a economia em sua totalidade. Mesmo em face da crise econômica global de 2020, desencadeada pela pandemia de Covid-19, observa-se um acréscimo na participação da Indústria Criativa no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, indicando a resiliência média desse segmento.

Para realizar uma análise técnica das médias dos rendimentos do multiplicador de produção das atividades nos setores mencionados, podemos observar as variações ao longo do tempo e compará-las entre si. Tomando como base os dados do quadro 4, temos: Economia Criativa: Média 2018-2020: $(1,64 + 1,66 + 1,64) / 3 \approx 1,6467$. Setor primário: Média 2018-2020: $(1,89 + 1,91 + 1,89) / 3 \approx 1,8967$. Segundo Setor: Média 2018-2020: $(2,03 + 2,03 + 2,04) / 3 \approx 2,0333$. Setor terciário: Média 2018-2020: $(1,58 + 1,58 + 1,59) / 3 \approx 1,5833$.

O 2º Setor tem consistentemente a média mais alta de multiplicadores de produção ao longo dos anos fornecidos, indicando um impacto relativamente maior na produção total da economia para uma mudança na demanda final desse setor. O Primeiro Setor tem a segunda média mais alta. A Economia Criativa e o 3º Setor têm médias mais baixas em comparação com os outros setores. Essa análise sugere que o 2º Setor é o mais influente em termos de multiplicadores de produção, seguido pelo 1º Setor, enquanto a Economia Criativa e o 3º Setor têm impactos menores na produção total da economia em comparação com os outros setores.

4.2 Análise dos Multiplicadores de Emprego

Os multiplicadores de emprego possibilitam a análise dos efeitos na criação de postos de trabalho e os resultados multiplicadores, considerando o aumento na demanda. Desta maneira, foram conduzidos testes com o intuito de identificar os efeitos na área de "Economia criativa" em comparação com outras atividades. As análises envolveram cálculos dos multiplicadores de emprego, incluindo o Multiplicador Simples de Emprego, que indica o efeito global do acréscimo de uma unidade na demanda final.

Tabela 3 - Resultados dos multiplicadores de emprego do Brasil de 2018, 2019 e 2020

Setores	2018		2019		2020	
	Total	Rank	Total	Rank	Total	Rank
Agricultura, inclusive o apoio à agricultura e a pós-colheita	1,21	60º	1,22	59º	1,25	58º
Pecuária, inclusive o apoio à pecuária	1,18	62º	1,19	62º	1,21	61º
Produção florestal; pesca e aquicultura	1,16	64º	1,17	64º	1,19	63º
Extração de carvão mineral e de minerais não-metálicos	1,81	35º	1,85	34º	1,93	34º
Extração de petróleo e gás, inclusive as atividades de apoio	18,82	2º	19,00	3º	19,10	3º
Extração de minério de ferro, inclusive beneficiamentos e a aglomeração	13,06	3º	20,59	2º	21,82	2º
Extração de minerais metálicos não-ferrosos, inclusive beneficiamentos	4,15	20º	4,10	20º	5,29	13º
Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca	9,02	7º	9,15	6º	8,96	6º
Fabricação e refino de açúcar	5,64	12º	6,31	12º	6,36	11º
Outros produtos alimentares	3,96	21º	3,89	21º	4,15	19º
Fabricação de bebidas	4,24	19º	4,64	18º	4,74	16º
Fabricação de produtos do fumo	11,47	4º	12,04	4º	10,24	4º
Fabricação de produtos têxteis	1,76	37º	1,74	38º	1,78	37º
Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	1,33	56º	1,35	55º	1,34	54º
Fabricação de calçados e de artefatos de couro	1,75	38º	1,70	39º	1,62	41º

Fabricação de produtos da madeira	1,69	42°	1,69	40°	1,73	39°
Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	4,51	18°	4,49	19°	4,61	17°
Impressão e reprodução de gravações	1,55	45°	1,53	46°	1,49	47°
Refino de petróleo e coquerias	95,46	1°	89,53	1°	84,70	1°
Fabricação de biocombustíveis	8,05	8°	7,97	9°	6,78	10°
Fabricação de químicos orgânicos e inorgânicos, resinas e elastômeros	9,73	6°	9,06	7°	9,66	5°
Fabricação de defensivos, desinfetantes, tintas e químicos diversos	6,77	11°	6,44	11°	7,03	9°
Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	3,59	22°	3,50	22°	3,60	21°
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	4,84	16°	4,65	17°	4,58	18°
Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	2,51	30°	2,55	29°	2,54	28°
Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	1,95	32°	1,98	32°	2,03	31°
Produção de ferro-gusa/ferroligas, siderurgia e tubos de aço sem costura	7,91	9°	8,19	8°	8,14	8°
Metalurgia de metais não-ferrosos e a fundição de metais	5,10	15°	5,19	14°	5,08	15°
Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	1,85	33°	1,86	33°	2,01	32°
Fabricação de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	5,33	13°	5,46	13°	5,24	14°
Fabricação de máquinas e equipamentos elétricos	3,30	23°	3,27	23°	3,35	23°
Fabricação de máquinas e equipamentos mecânicos	3,16	24°	3,12	24°	3,20	25°
Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças	9,90	5°	10,37	5°	8,29	7°
Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	3,02	26°	3,05	25°	2,82	27°
Fabricação de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	3,05	25°	2,65	28°	2,92	26°
Fabricação de móveis e de produtos de indústrias diversas	1,62	43°	1,63	43°	1,62	42°
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	1,73	39°	1,64	42°	1,65	40°
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	7,65	10°	7,17	10°	6,10	12°
Água, esgoto e gestão de resíduos	1,53	47°	1,52	47°	1,54	45°
Construção	1,47	50°	1,46	50°	1,48	48°
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	1,23	58°	1,24	58°	1,23	60°
Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores	1,27	57°	1,28	57°	1,31	56°
Transporte terrestre	1,50	48°	1,49	48°	1,52	46°
Transporte aquaviário	2,81	28°	2,86	26°	3,37	22°
Transporte aéreo	4,59	17°	4,69	16°	3,23	24°
Armazenamento, atividades auxiliares dos transportes e correio	1,77	36°	1,76	37°	1,79	36°
Alojamento	1,34	54°	1,37	54°	1,28	57°
Alimentação	1,33	55°	1,33	56°	1,31	55°
Edição e edição integrada à impressão	1,70	41°	1,67	41°	1,55	44°
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	2,87	27°	2,75	27°	2,54	29°
Telecomunicações	5,19	14°	4,81	15°	4,13	20°
Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação	1,71	40°	1,78	36°	1,79	35°
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	2,54	29°	2,39	30°	2,36	30°
Atividades imobiliárias	1,82	34°	1,84	35°	1,74	38°
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	1,39	52°	1,40	52°	1,38	52°
Serviços de arquitetura, engenharia, testes/análises técnicas e P & D	1,36	53°	1,37	53°	1,36	53°
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	2,09	31°	2,05	31°	1,97	33°
Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual	1,56	44°	1,58	44°	1,61	43°
Outras atividades administrativas e serviços complementares	1,21	61°	1,21	61°	1,19	62°

Atividades de vigilância, segurança e investigação	1,10	67°	1,10	67°	1,11	67°
Administração pública, defesa e seguridade social	1,54	46°	1,53	45°	1,47	49°
Educação pública	1,18	63°	1,18	63°	1,16	64°
Educação privada	1,13	66°	1,14	66°	1,16	65°
Saúde pública	1,41	51°	1,44	51°	1,46	50°
Saúde privada	1,49	49°	1,48	49°	1,44	51°
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1,14	65°	1,15	65°	1,15	66°
Organizações associativas e outros serviços pessoais	1,22	59°	1,21	60°	1,24	59°
Serviços domésticos	1,00	68°	1,00	68°	1,00	68°

MÉDIA DO INDICADOR

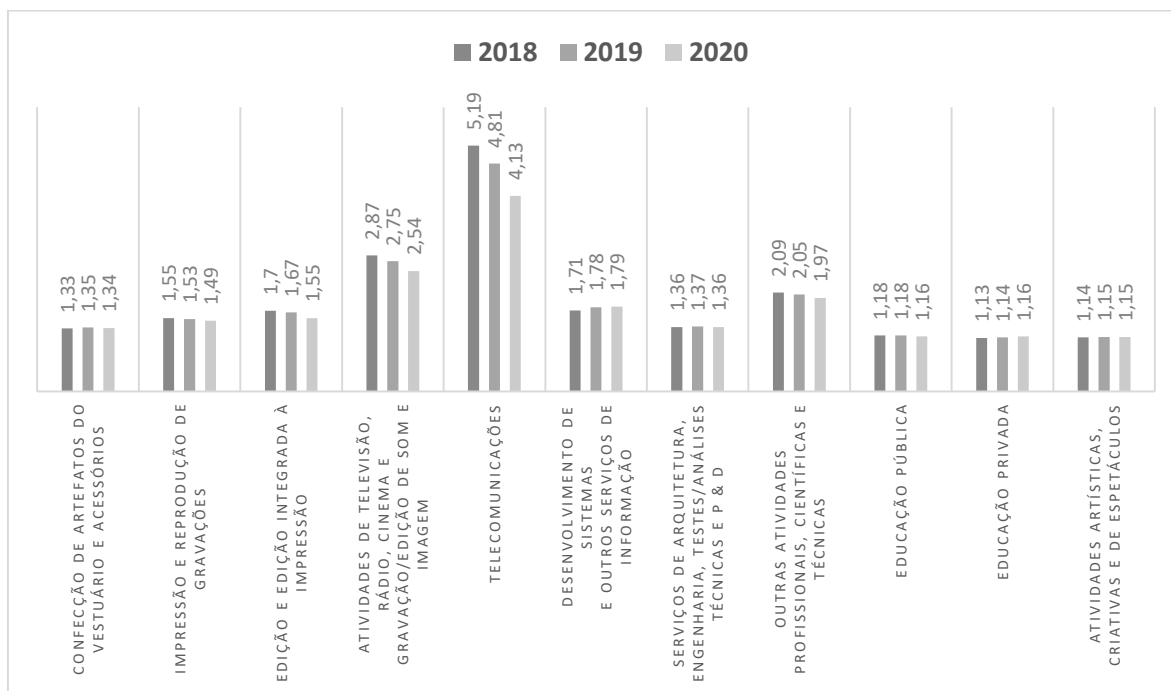
Economia criativa	1,93	1,89	1,79
Setor primário	6,23	7,18	7,46
Setor secundário	8,01	7,78	7,47
Setor terciário	1,93	1,92	1,81

Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

No que tange à variação do emprego nas atividades de cunho criativo, é possível constatar no gráfico 12 que o ramo das telecomunicações se destacou de maneira proeminente na geração de empregos em comparação com as outras atividades de natureza criativa. Apesar de não se observar uma disparidade significativa entre os três anos, é perceptível uma sutil diminuição de perda de empregos ao longo desse triênio, com a exceção do segmento "atividades artísticas, criativas e de espetáculo", que permanece invariável entre 2019 e 2020.

É relevante ressaltar que as atividades centradas na expressão cultural, tais como "atividade de televisão, rádio e cinema e gravação/edição de som e imagem", evidenciaram uma redução considerável logo após o setor das "telecomunicações". A análise setorial da indústria criativa de 2022 realizada pela Firjan indica que esse declínio está associado à necessidade de suporte financeiro público em um período marcado por restrições fiscais. Além disso, as alterações legislativas que promovem a cultura e ao mesmo tempo complicam o acesso a esses recursos têm gerado impactos adversos nessas áreas ao longo dos últimos anos.

Gráfico 12 – Variação do emprego dos setores de economia criativa de 2018, 2019 e 2020



Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

A tabela a seguir ilustra a variação do emprego nos diferentes segmentos da cadeia produtiva entre os anos de 2018 e 2020, expressa em termos percentuais. Observa-se que há uma predominância de setores com variações negativas em detrimento daqueles com variações positivas. Dentro deste último grupo, merecem destaque os setores que registraram variações superiores a 10%: Fabricação de biocombustíveis, Fabricação de substâncias químicas orgânicas e inorgânicas, resinas e elastômeros, Telecomunicações, Intermediação financeira, seguros e previdência complementar e outras atividades profissionais, científicas e técnicas.

Certos setores apresentaram variações negativas, registrando queda superior a -10% entre 2018 e 2020. Estes incluem: produção florestal; pesca e aquicultura, extração de carvão mineral e minerais não-metálicos, extração de minério de ferro, incluindo processos de beneficiamento e aglomeração, fabricação e refino de açúcar, fabricação de calçados e produtos de couro, serviços de impressão e reprodução de gravações, transporte aéreo, setor de alojamento, serviços de alimentação, atividades artísticas, criativas e espetáculos, bem como serviços domésticos.

Tabela 4 - Variação total do emprego dos setores da economia em percentuais (2018 a 2020)

Setores		Variação total 2020-2018
1	Agricultura, inclusive o apoio à agricultura e a pós-colheita	-5,2%
2	Pecuária, inclusive o apoio à pecuária	-6,2%
3	Produção florestal; pesca e aquicultura	-13,0%
4	Extração de carvão mineral e de minerais não-metálicos	-11,3%
5	Extração de petróleo e gás, inclusive as atividades de apoio	3,5%
6	Extração de minério de ferro, inclusive beneficiamentos e a aglomeração	-22,5%
7	Extração de minerais metálicos não-ferrosos, inclusive beneficiamentos	-3,3%
8	Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca	7,0%
9	Fabricação e refino de açúcar	-16,7%
10	Outros produtos alimentares	-4,8%
11	Fabricação de bebidas	-1,3%
12	Fabricação de produtos do fumo	-5,2%
13	Fabricação de produtos têxteis	-7,6%
14	Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	-9,7%
15	Fabricação de calçados e de artefatos de couro	-11,5%
16	Fabricação de produtos da madeira	-5,5%
17	Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	0,8%
18	Impressão e reprodução de gravações	-10,5%
19	Refino de petróleo e coquerias	2,7%
20	Fabricação de biocombustíveis	14,8%
21	Fabricação de químicos orgânicos e inorgânicos, resinas e elastômeros	11,3%
22	Fabricação de defensivos, desinfestantes, tintas e químicos diversos	8,3%
23	Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	2,3%
24	Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	7,3%
25	Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	-3,7%
26	Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	0,0%
27	Produção de ferro-gusa/ferroligas, siderurgia e tubos de aço sem costura	-0,9%
28	Metalurgia de metais não-ferrosos e a fundição de metais	1,4%
29	Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	-5,0%
30	Fabricação de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	-8,9%
31	Fabricação de máquinas e equipamentos elétricos	9,7%
32	Fabricação de máquinas e equipamentos mecânicos	1,1%
33	Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças	-2,3%
34	Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	-4,2%
35	Fabricação de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	-1,6%
36	Fabricação de móveis e de produtos de indústrias diversas	-1,2%
37	Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	0,6%

38	Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	5,8%
39	Água, esgoto e gestão de resíduos	1,9%
40	Construção	-7,5%
41	Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	-7,2%
42	Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores	-8,8%
43	Transporte terrestre	-1,7%
44	Transporte aquaviário	-8,1%
45	Transporte aéreo	-10,4%
46	Armazenamento, atividades auxiliares dos transportes e correio	1,9%
47	Alojamento	-16,9%
48	Alimentação	-17,2%
49	Edição e edição integrada à impressão	0,2%
50	Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	-4,5%
51	Telecomunicações	15,1%
52	Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação	9,0%
53	Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	13,7%
54	Atividades imobiliárias	7,7%
55	Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	5,2%
56	Serviços de arquitetura, engenharia, testes/análises técnicas e P & D	4,5%
57	Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	14,8%
58	Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual	-2,0%
59	Outras atividades administrativas e serviços complementares	1,7%
60	Atividades de vigilância, segurança e investigação	0,0%
61	Administração pública, defesa e seguridade social	2,5%
62	Educação pública	6,6%
63	Educação privada	-9,2%
64	Saúde pública	7,8%
65	Saúde privada	2,5%
66	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-14,6%
67	Organizações associativas e outros serviços pessoais	-7,7%
68	Serviços domésticos	-15,9%
	Totais	-4,9%

Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

Sobre às atividades criativas, cinco áreas demonstraram um incremento percentual positivo no número de empregos. Destaca-se que os setores de "Telecomunicações" e "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas" exibiram um desempenho significativo na criação de empregos, superando a marca de 10%. Em concordância com a análise realizada pela Firjan em 2022, os dados relativos aos laços laborais nos diversos âmbitos e segmentos que compõem o campo da Economia Criativa evidenciam que as oportunidades de trabalho geradas por esse setor estão primariamente direcionadas para os campos da Tecnologia e do Consumo.

Ao examinar o desempenho do multiplicador de emprego das atividades dos setores mencionados, podemos avaliar as médias durante o período de três anos (2018, 2019 e 2020) e detectar padrões ou mudanças notáveis. Economia Criativa: Média de 2018 a 2020: $(1,93 + 1,89 + 1,79) / 3 = 1,87$. Setor primário: Média de 2018 a 2020: $(6,23 + 7,18 + 7,46) / 3 = 6,96$. Setor secundário: Média de 2018 a 2020: $(8,01 + 7,78 + 7,47) / 3 = 7,75$. Setor terciário: Média de 2018 a 2020: $(1,93 + 1,92 + 1,81) / 3 = 1,89$.

Em resumo, enquanto o setor primário mostrou um aumento consistente em seu multiplicador de emprego, indicando uma maior capacidade de geração de empregos em outros setores, a economia criativa, o setor secundário e o setor terciário enfrentaram diminuições em seus multiplicadores de emprego ao longo do período analisado. Isso sugere desafios ou mudanças estruturais nesses setores em termos de sua contribuição para a geração de empregos em outras partes da economia.

4.3 ANÁLISE DOS MULTIPLICADORES DE RENDA

Os multiplicadores de renda possibilitam a mensuração do efeito sobre a receita decorrente do acréscimo de uma unidade na demanda total de um setor, assim como a influência multiplicadora correlata. Nesse sentido, foram conduzidos testes com o propósito de discernir os efeitos nas atividades criativas em comparação com outras atividades concomitantes. As análises compreenderam a realização de cálculos e aferições dos multiplicadores de renda simples, que traduz o impacto integral decorrente do aumento de uma unidade na demanda.

Tabela 5 - Resultados dos multiplicadores de Renda do Brasil de 2018, 2019 e 2020.

Setores	2018		2019		2020	
	total	Rank	total	Rank	total	Rank
Agricultura, inclusive o apoio à agricultura e a pós-colheita	1,47	52°	1,52	50°	1,43	53°
Pecuária, inclusive o apoio à pecuária	1,72	42°	1,71	43°	1,67	45°
Produção florestal; pesca e aquicultura	1,23	64°	1,27	64°	1,25	64°
Extração de carvão mineral e de minerais não-metálicos	1,84	34°	1,85	34°	1,79	38°
Extração de petróleo e gás, inclusive as atividades de apoio	1,67	43°	1,64	45°	1,88	33°
Extração de minério de ferro, inclusive beneficiamentos e a aglomeração	1,65	44°	1,70	44°	1,50	52°
Extração de minerais metálicos não-ferrosos, inclusive beneficiamentos	1,95	31°	1,95	31°	2,27	24°
Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca	5,00	3°	5,31	3°	5,33	2°

Fabricação e refino de açúcar	4,79	4°	6,12	1°	3,87	6°
Outros produtos alimentares	3,75	5°	4,11	6°	4,40	4°
Fabricação de bebidas	2,71	14°	2,96	13°	3,01	9°
Fabricação de produtos do fumo	3,41	7°	3,38	7°	3,44	7°
Fabricação de produtos têxteis	2,42	21°	2,39	20°	2,99	11°
Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	1,82	35°	1,93	32°	1,99	30°
Fabricação de calçados e de artefatos de couro	2,11	27°	2,08	27°	2,04	29°
Fabricação de produtos da madeira	2,18	25°	2,18	24°	2,12	27°
Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	2,52	18°	2,59	16°	2,83	17°
Impressão e reprodução de gravações	1,64	45°	1,76	38°	1,67	46°
Refino de petróleo e coquearias	5,84	1°	4,88	4°	4,11	5°
Fabricação de biocombustíveis	3,69	6°	3,26	9°	2,89	15°
Fabricação de químicos orgânicos e inorgânicos, resinas e elastômeros	3,36	8°	3,32	8°	3,20	8°
Fabricação de defensivos, desinfetantes, tintas e químicos diversos	3,31	9°	3,06	12°	2,94	13°
Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	3,01	12°	2,77	14°	2,94	12°
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	1,77	38°	1,75	42°	1,74	41°
Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	2,56	17°	2,57	18°	2,60	19°
Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	2,47	19°	2,59	15°	2,47	21°
Produção de ferro-gusa/ferroligas, siderurgia e tubos de aço sem costura	3,03	11°	4,18	5°	5,30	3°
Metalurgia de metais não-ferrosos e a fundição de metais	2,97	13°	3,19	10°	2,75	18°
Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	2,24	24°	2,10	26°	2,36	23°
Fabricação de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos	3,24	10°	3,17	11°	3,00	10°
Fabricação de máquinas e equipamentos elétricos	2,61	16°	2,58	17°	2,89	14°
Fabricação de máquinas e equipamentos mecânicos	2,41	22°	2,28	23°	2,40	22°
Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças	5,03	2°	5,34	2°	6,52	1°
Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	2,42	20°	2,38	21°	2,55	20°
Fabricação de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores	2,01	29°	1,97	30°	2,20	26°
Fabricação de móveis e de produtos de indústrias diversas	1,79	37°	1,76	39°	1,76	40°
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	1,89	32°	1,79	36°	1,78	39°
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	2,06	28°	1,98	29°	1,88	32°
Água, esgoto e gestão de resíduos	1,41	56°	1,40	56°	1,42	54°
Construção	1,81	36°	1,82	35°	1,80	36°
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	1,50	51°	1,50	52°	1,50	51°
Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores	1,46	53°	1,47	53°	1,51	50°
Transporte terrestre	1,87	33°	1,89	33°	1,94	31°
Transporte aquaviário	1,76	39°	1,79	37°	1,80	37°
Transporte aéreo	2,69	15°	2,47	19°	2,88	16°
Armazenamento, atividades auxiliares dos transportes e correio	1,53	50°	1,52	51°	1,56	48°
Alojamento	1,63	47°	1,63	47°	1,72	42°
Alimentação	1,75	40°	1,75	41°	1,85	34°
Edição e edição integrada à impressão	1,75	41°	1,76	40°	1,69	44°
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	2,12	26°	2,13	25°	2,05	28°
Telecomunicações	2,00	30°	2,02	28°	1,83	35°
Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação	1,35	59°	1,38	58°	1,38	58°

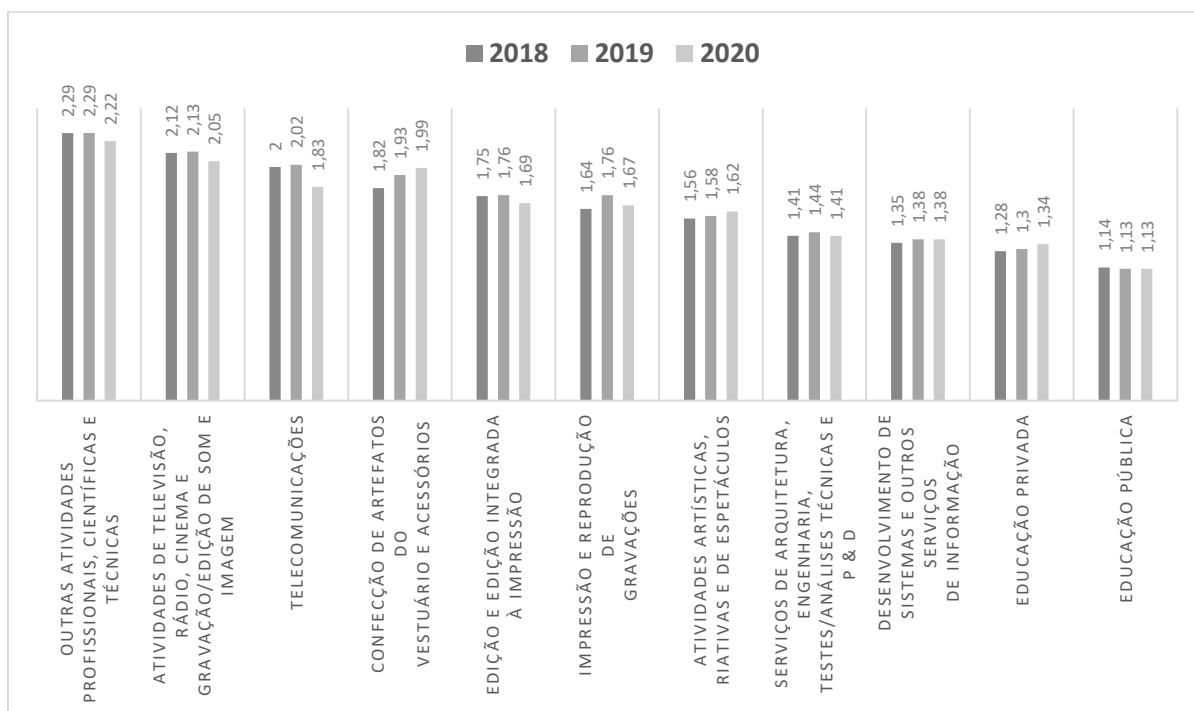
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	1,41	54°	1,40	57°	1,42	55°
Atividades imobiliárias	1,07	67°	1,07	67°	1,06	67°
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	1,35	58°	1,36	60°	1,36	59°
Serviços de arquitetura, engenharia, testes/análises técnicas e P & D	1,41	55°	1,44	54°	1,41	57°
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	2,29	23°	2,29	22°	2,22	25°
Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual	1,39	57°	1,41	55°	1,34	61°
Outras atividades administrativas e serviços complementares	1,34	61°	1,35	61°	1,33	62°
Atividades de vigilância, segurança e investigação	1,16	65°	1,17	65°	1,18	65°
Administração pública, defesa e seguridade social	1,29	62°	1,29	63°	1,27	63°
Educação pública	1,14	66°	1,13	66°	1,13	66°
Educação privada	1,28	63°	1,30	62°	1,34	60°
Saúde pública	1,34	60°	1,37	59°	1,41	56°
Saúde privada	1,55	49°	1,55	49°	1,53	49°
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1,56	48°	1,58	48°	1,62	47°
Organizações associativas e outros serviços pessoais	1,64	46°	1,63	46°	1,70	43°
Serviços domésticos	1,00	68°	1,00	68°	1,00	68°
MÉDIA DO INDICADOR						
Economia criativa	1,67		1,70		1,67	
Setor primário	2,37		2,56		2,33	
Setor secundário	2,88		2,87		2,97	
Setor terciário	1,55		1,54		1,57	

Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

Na análise dos desempenhos dos indicadores, constatou-se que o Índice do multiplicador de renda simples evidencia que uma alteração de R\$ 1,00 na demanda final da atividade resulta em um acréscimo de R\$ 5,84 na receita das operações de Refino de petróleo e coquearias, as quais, ao serem classificadas segundo os mais elevados índices de MR, ocuparam a posição de destaque no primeiro lugar do pódio, seguidas pelas atividades de Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças (2º lugar), e Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca (3º lugar).

No contexto das atividades criativas, os setores com os maiores índices foram "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas", "Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem" e "Telecomunicações", resultando em aumentos na demanda final de R\$ 2,29, R\$ 2,12 e R\$ 2,00, respectivamente. No entanto, a maioria dos setores da economia criativa registrou uma queda ao longo do triênio, exceto a Educação pública que permaneceu estável. Em contrapartida, os segmentos "Manufatura de artefatos têxteis e acessórios" e "Atividades artísticas, criativas e espetáculos" tiveram um modesto aumento, mesmo durante a pandemia.

Gráfico 13 – Multiplicador de renda de 2018, 2019 e 2020.



Fonte: elaboração própria com base nos dados de NEREUS (2023)

Ao calcular as médias para cada setor ao longo dos anos fornecidos, vide quadro 7, temos: Economia Criativa: Média 2018-2020: $(1,67 + 1,70 + 1,67) / 3 = 1,68$. Setor primário: Média 2018-2020: $(2,37 + 2,56 + 2,33) / 3 = 2,42$. Setor secundário: Média 2018-2020: $(2,88 + 2,87 + 2,97) / 3 = 2,90$. Setor terciário: Média 2018-2020: $(1,55 + 1,54 + 1,57) / 3 = 1,55$. O Setor secundário lidera com a maior média do multiplicador de renda, indicando um impacto econômico significativo, seguido pelo Setor primário com uma média relativamente alta. A Economia Criativa mostra uma média mais baixa, enquanto o Setor terciário tem a média mais baixa entre os setores analisados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desdobramentos deste estudo destacam a relevância da tabela de insumo-produto na investigação dos fluxos de mercadorias e serviços em diversos segmentos da atividade econômica. A pesquisa em questão se propôs a analisar o comportamento dos setores da economia criativa em períodos prévio, durante e pós a pandemia, além de identificar os encadeamentos mais pronunciados nesses segmentos. Os resultados e discussões apresentados neste capítulo derivam da aplicação dos indicadores econômicos, calculados a partir da tabela de insumo-produto do Brasil, conforme delineado no capítulo metodológico precedente.

Na análise dos multiplicadores de produção, instrumentos fundamentais para avaliar os impactos na produção e os efeitos multiplicadores decorrentes do aumento na demanda final de um setor, foram conduzidos testes para identificar as repercussões das atividades dos setores de Economia Criativa em comparação com as demais atividades econômicas. Os resultados indicam que um acréscimo de R\$ 1,00 na demanda final resulta em um aumento de 1,22 a 1,99 na produção das atividades de Economia Criativa na economia brasileira, destacando-se o setor de "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas". No entanto, as atividades de Commodities agrícolas ocupam as primeiras posições em termos totais de produção.

A análise gráfica dos multiplicadores de produção nos setores denominados como "Economia Criativa" ressalta a performance notável do setor de "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas", que atingiu um índice de 1,99, conferindo-lhe a posição 21^a. O ano de 2020 foi marcado pela pandemia do coronavírus, resultando em impactos adversos na cadeia produtiva, refletindo na contração do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 3,3%. Apesar das dificuldades enfrentadas, a Indústria Criativa configurou como responsável por 2,91% do PIB, um patamar superior aos anos anteriores.

No entanto, o Setor secundário é o mais influente em termos de multiplicadores de produção, seguido pelo Setor primário, enquanto a Economia Criativa e o Setor terciário têm impactos menores na produção total da economia. Isso pode ter implicações importantes para políticas econômicas e estratégias de desenvolvimento, destacando a necessidade de priorizar investimentos e estímulos nos setores com maior potencial multiplicador de produção para impulsionar o crescimento econômico de forma mais eficaz, pois como foi visto na fundamentação

teórica e empírica, o Governo da época em questão diminuiu os investimentos voltados para as atividades culturais e criativas.

Na análise dos multiplicadores de emprego, destacou-se a geração de empregos no setor de telecomunicações em comparação com outras atividades criativas. Algumas atividades culturais, como "atividade de televisão, rádio e cinema e gravação/edição de som e imagem", sofreram redução considerável de empregos devido à necessidade de suporte financeiro público em um contexto de restrições fiscais.

Houve uma tendência de queda ao longo dos anos nos setores criativos, indicando uma possível diminuição na eficiência do setor em gerar empregos em relação às atividades econômicas em geral. Setor primário: Demonstrou um aumento constante na eficiência em gerar empregos ao longo dos anos, sugerindo um crescimento no impacto do setor na geração de empregos. Setor secundário: Apresentou uma tendência de queda ligeira, indicando uma estabilidade ou uma diminuição leve na eficiência do setor em gerar empregos. Setor terciário: Também demonstrou uma tendência de queda, embora menos pronunciada do que na Economia Criativa, indicando uma possível diminuição na eficiência do setor em gerar empregos.

A análise dos multiplicadores de renda revelou que alterações na demanda final das atividades criativas geram efeitos significativos na receita de setores como "Refino de petróleo e coquerias", "Fabricação de automóveis" e "Abate e produtos de carne". No contexto das atividades criativas, "Outras atividades profissionais, científicas e técnicas", "Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem" e "Telecomunicações" se destacaram com maiores índices, evidenciando a influência multiplicadora desses setores na economia.

É perceptível que o Setor secundário tem consistentemente a maior média do rendimento do multiplicador de renda ao longo dos anos fornecidos, indicando que as atividades dentro desse setor têm um impacto mais significativo na economia em termos de multiplicação de renda. O Setor primário também tem uma média relativamente alta, embora um pouco menor que o Setor secundário. A Economia Criativa tem uma média mais baixa em comparação com os outros setores, indicando que suas atividades têm um impacto econômico menor em termos de multiplicação de renda. O Setor terciário tem a média mais baixa entre todos os setores analisados.

Em suma, os resultados deste estudo oferecem insights valiosos sobre o desempenho dos setores da economia criativa com os demais setores, destacando a queda da produção, emprego e renda devido ao ano pandêmico de 2020, mesmo com alguns ajustes fiscais como: realocação de gastos, isenções fiscais, ampliação de crédito pelo BNDS, auxílios financeiros e sociais para as famílias. Por outro lado, houve falta de incentivo governamental para os setores da economia criativa.

Contudo, os setores tradicionais voltados para Commodities agrícolas, Petróleo e Automotivo continuam dominantes em termos totais de produção, emprego e renda consecutivamente. A análise dos multiplicadores de produção evidencia que o Setor secundário é o mais influente, seguido pelo Setor primário, enquanto a Economia Criativa e o Setor terciário têm menor impacto na produção total, emprego total e renda total.

Essas descobertas sugerem a necessidade de priorizar investimentos nos setores mais influentes para impulsionar o crescimento econômico de forma eficaz. Na geração de empregos, a eficiência dos setores criativos tem diminuído ao longo dos anos, enquanto o Setor primário mostra crescimento constante. Além disso, os multiplicadores de renda destacam a predominância do Setor secundário em gerar impacto econômico significativo, seguido pelo Setor primário, enquanto a Economia Criativa e o Setor terciário têm menor multiplicação de renda.

REFERÊNCIAS

ABRAGAMES. Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos. **Mercado Brasileiro de Jogos Eletrônicos**. São Paulo, 2021.

AGHION, Philippe; HOWITT, Peter. A model of growth through creative destruction. **Econometrica**, v. 60, n. 2, p. 323-351, 1992.

ALMEIDA, Douglas dos Santos de. **A importância da atividade desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação na economia brasileira: uma análise insumo-produto**. 2022. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: http://icts.unb.br/jspui/bitstream/10482/44282/1/2022_DouglasdosSantosdeAlmeida.pdf. Acesso em: 21 jan. 2023.

AMIN, Ash; THRIFT, Nigel. Cultural-Economy and Cities **Progress in Human Geography**, v. 31, n. 2, p. 143-161, 2007.

ANCINE. Agência Nacional do Cinema. **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2020**. Brasília – DF: Ancine, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oaca/cinema/arquivos-pdf/anuario-2020.pdf>. Acesso em: 02 maio 2023.

BOSCHMA, Ron A.; FRITSCH, Michael. Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. **Economic Geography**, v. 85, n. 4, p. 391-423, 2009.

BRAGA, Márcio Bobik; PAULANI, Leda Maria. **A Nova Contabilidade Social: Uma Introdução à Macroeconomia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília, 2011. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2011/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

CHAPAIN, Caroline; COMUNIAN, Roberta. Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England. **Regional Studies**, v. 44, n. 6, p. 717-734, 2010.

CHIANG, Alpha C.; WAINWRIGHT, Kevin. **Matemática para Economistas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

COHEN, Randy; DENATALE, Doug; MARKUSEN, Ann; WASSALL, Gregory H. Defining the creative economy: industry and occupational approaches. **Economic Development Quarterly**, v. 22, n. 1, p. 24-45, 2008.

DALLA COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Ano 7, v. 25, p. 1-8, abr./jun. 2011. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/ret/article/view/26832/17797>. Acesso em: 15 out. 2019.

ESPÍRITO SANTO. Secretaria da Cultura. Boletim. **Economia Criativa no Espírito Santo** - 2º trimestre de 2019. Vitória: SECULT, 2019. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/Media/Secult/2019/2019/Boletim%20de%20Economia%20Criativa%20-%202%C2%BA%20Trimestre%20de%202019.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2021.

FARIAS, Milena; CAMPOS, Fábio. Economia criativa e desenvolvimento no Brasil: Potencialidades e desafios. *In*: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 22., 6-8 nov. 2018, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: Anpad, 2018. p. 1-15.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: SENAI, 2019.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: SENAI; SESI; IEL; CIRJ, 2022.

FLORIDA, Richard L. **The rise of the creative class**: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Nova Iorque: Basic Books, 2002.

FUSATI. **Gestão Otimizada da Água na Indústria Têxtil**. Piracicaba, 07 jan. 2022. Disponível em: <https://www.fusati.com.br/gestao-otimizada-da-agua-na-industria-textil/>. 23 maio 2022.

GLAESER, Edward L. Review of Richard Florida's *The rise of the creative class*. **Regional Science and Urban Economics**, v. 35, p. 593-596, 2004.

GONDIN, Gustavo. 108 dados sobre o mercado publicitário (2020). **Noalvo**, São Paulo, 12 nov. 2019. Disponível em: <https://blog.midianoalvo.com.br/dados-mercado-publicitario/>. Acesso em: 15 out. 2021.

GUILHOTO, Joaquim José Martins. **Análise de Insumo-Produto**: Teoria e Fundamentos. Munich: University Library of Munich, 2011. (MPRA Paper, 32566). Disponível em: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/32566/2/MPRA_paper_32566.pdf. Acesso em: 15 out. 2019.

GUILHOTO, Joaquim José Martins; SESSO FILHO, Umberto Antonio. Estimação da matriz de insumo-produto a partir de dados preliminares das contas nacionais. **Economia Aplicada**, v. 9, n. 2, p. 277-299, abr./jun. 2005.

HEARN, Greg; BRIDGSTOCK, Ruth. Education for the Creative Economy: Innovation, Transdisciplinarity and Network. *In*: ARAYA, Daniel; PETERS, Michael A. **Education for the Creative Economy**: Knowledge and Learning in the Age of Innovation. New York: Peter Lang, 2013. p. 93-115.

HIRSCHMAN, Albert O. **The Strategy of Economic Development**. New Haven: Yale University Press, 1958.

HOWKINS, John. **The creative economy**: how people make money from ideas. London: Penguin Press, 2013.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Em 2019, PIB cresce 1,2% e chega a R\$ 7,4 trilhões. **Agência IBGE Notícias**. Brasília, 05 nov. 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/32092-em-2019-pib-cresce-1-2-e-chega-a-r-7-4-trilhoes>. Acesso em: 08 ago. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PIB cresce 1,1% em 2018 e fecha ano em R\$ 6,8 trilhões. **Agência IBGE Notícias**. Brasília, 28 fev. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23886-pib-cresce-1-1-em-2018-e-fecha-ano-em-r-6-8-trilhoes>. Acesso em: 22 ago. 2022.

IJSN. Instituto Jones dos Santos Neves. **Economia criativa no Espírito Santo**. Painel de Indicadores. Vitória - ES: SEP; IJSN, 2016. (Texto para Discussão, 57).

LEONTIEF, Wassily. **A economia do insumo-produto**. 3. ed. Nova cultural: São Paulo, 1986. (Coleção os Economistas).

LOPES, Luiz Martins; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de (org.). **Manual de Macroeconomia: Básico e Intermediário**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LUNDEVALL, Bengt-åke; JOHNSON, Björn. The learning economy. **Journal of Industry Studies**, London, v. 1, n. 2, 23-42, 1994.

MELGAREJO, Erlei Roldan. Economia criativa: alternativa para o desenvolvimento sustentável econômico e social para os países em desenvolvimento. **Responsabilidade e Reciprocidade**, v. 1, n. 1, p. 228-238, 2012.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: UFBA, p. 96-97, 2007. (Coleção CULT).

MM. Mundo da Música. **De acordo com a IFPI, mercado global da música cresce 9,7% em 2018; desempenho do Brasil possui destaque**. São Paulo, 08 abr. 2019. Disponível em: <https://www.mundodamusicamm.com.br/index.php/comunicacao/item/240-de-acordo-com-a-ifpi-mercado-global-da-musica-cresce-9-7-em-2018-desempenho-do-brasil-possui-destaque.html>. Disponível em: 20 ago. 2020.

MPA. Motion Pictures Association. **New Report: 2019 Global Theatrical and Home Entertainment Market Surpasses \$100 Billion for First Time Ever**. Washington – DC: MPA, 11 Mar. 2020. Disponível em: <https://www.motionpictures.org/press/new-report-2019-global-theatrical-and-home-entertainment-market-surpasses-100-billion-for-first-time-ever/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

NEREUS. Núcleo de Economia Rural e Urbana da Universidade de São Paulo. **Matrizes de insumo-produto**. São Paulo: USP, 2023. Disponível em: <http://www.usp.br/nereus/?fontes=dados-matrizes>. Acesso em: 09 fev. 2023.

NEWBIGIN, John. **A economia criativa: um guia introdutório**. Tradução: Diana Marcela Rey e João Loureiro. London: British Council; Odai, 2010. (Série Economia Criativa e Cultural, 1). Disponível em:

https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf. Acesso em: 16 jul. 2018.

OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL. Painel de Dados. **Análise das Empresas Criativas (2010-2019)**. São Paulo: Itaú Cultural, 14 maio 2021. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados//publicacoes/boletins/analise-das-empresas-criativas-2010-2019>. Acesso em: 01 maio 2023.

OCDE. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Educação**. Paris: OCDE, [ca. 2019]. Disponível em: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/pt/quesitos/education-pt/>. Acesso em: 02 maio 2023.

OECD. Organisation for Economic Cooperation and Development. **Education at a Glance 2022**. Indicators. Paris: OECD, 2022. Disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2022_3197152b-en. Acesso em: 20 maio 2023.

OLIVEIRA, João Maria de; CESAR, Bruno; ARAUJO, Pino Oliveira de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Brasília; Rio de Janeiro: IPEA, 2017. (Texto para Discussão, 1880).

OXFORD ECONOMICS. **The Economic Contribution of the Creative Industries to the Global Economy in 2021**. New York: Oxford Economics, 2021. Disponível em: <https://www.worldcreative.org/the-economic-contribution-of-the-creative-industries-to-the-global-economy-in-2021/>. Acesso em: 01 maio 2023.

PEREIRA, Paulo Roberto Alves; BARROS, Rafael Pires Ferreira; CUNHA, Paulo Henrique; PÓVOA FILHO, Francisco Liberato. *O perfil da economia criativa no Brasil e no mundo*. Relatório de Pesquisa. Brasília: Observatório Brasileiro de Economia Criativa, 2017.

PRATT, Andy C. Creative clusters and the governance of innovation: The case of the MediaCity UK Project. **Regional Studies**, v. 42, n. 5, p. 871-885, 2008.

PRATT, Andy C.; HUTTON, Thomas A. Reconceptualizing the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. **Cities**, v. 33, p. 86-95, 2013.

PwC. **Entertainment & Media Outlook 2020-2024**. Thessaloniki: PwC, 2020. Disponível em: <https://www.pwc.com/gr/en/publications/emea-and-media-outlook.html>. Acesso em: 01 maio 2023.

RASMUSSEN, Poul Nørregaard. **Studies in intersectoral relations**. Amsterdam: North Holland, 1956.

ROMER, Paul M. Endogenous technological change. **Journal of political economy**, v. 98, n. 5, Part 2, S71-S102, 1990.

SANTOS, Marcio Céu dos; GONÇALVES, S. Formação e Emprego na Economia Criativa: Estudo Exploratório em Portugal. **Revista Iberoamericana de Educación**, v. 74, n. 2, p. 125-144, 2017.

SESSO FILHO, Umberto Antonio; BRENE, Paulo Rogério Alves; RANGEL, Ronaldo Raemy; BERNARDELLI, Luan Vinícius. Identificação de Setores Estratégicos para a Recuperação Econômica do Estado do Paraná após a Pandemia de Covid-19.

Revista Paranaense de Desenvolvimento, v. 42, n. 140, p. 71-88, jan./jun. 2021.

SHABAN, Abdul; VERMEYLEN, Filip. Comércio no Setor Criativo: Comparando Índia com China, Brasil e Reino Unido. *In*: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento. **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II**. Porto Alegre: UFRGS; CEGOV, 2017. p. 157-175.

SILVA, Sérgio Luis da. Economia criativa, cultura e desenvolvimento: Um debate necessário. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 36, p. 165-182, 2019.

TAKASAGO, Milene; MOLLO, Maria de Lourdes. A matriz de insumo-produto e a importância econômica das atividades características do turismo e do turismo no Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, v. 1, n. 13/14, p. 137-149, 2010.

UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Development. **Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries**. Geneva: UNCTAD, 2018. Disponível em: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>. Acesso em: 01 maio 2023.

UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Development. **Reunião Ministerial da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento**. v. 21. São Paulo: UNCTAD, 13-18 jun. 2004.

UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **Creative Economy Report 2013 – Widening local development pathways**. Special Edition. New York: UNDP; Paris: UNESCO, 2013. Repensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento. Disponível: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.

UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

WIJMAN, Tom. **Newzoo's 2018 Report: Insights Into the \$137.9 Billion Global Games Market**. Amsterdam: Newzoo, 20 June 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/newzoos-2018-report-insights-into-the-137-9-billion-global-games-market>. Acesso em: 21 jan. 2021.