

DEBATE SOBRE INDÚSTRIAS CRIATIVAS: UMA PRIMEIRA APROXIMAÇÃO PARA O ESTADO DA BAHIA¹

Carmen Lucia Castro Lima²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivos principais fazer uma breve discussão sobre a origem do conceito de indústria criativa e apresentar um esforço inicial para estimar a participação deste segmento no estado da Bahia. Neste artigo será apresentado que as mudanças ocorridas, nas últimas décadas do Século XX, modificaram o papel da criatividade e cultura nas atividades produtivas. Na segunda metade dos anos de 1990, surgiu o termo indústria criativa, como extensão do conceito indústria cultural, para englobar todas as atividades que produziram e difundiriam bens e serviços com conteúdos culturais e sujeitos aos direitos autorais. Esse segmento tem sido apontado como importante vetor de desenvolvimento regional em vários países. Em 2004, reconhecendo a importância estratégica das atividades criativas, a XI Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) recomendou a criação e a instalação de um Centro Internacional de Economia Criativa. A Bahia, apesar de ser indicada para sediar o Centro, não possui informações estruturadas sobre o segmento. Portanto, este trabalho teve por motivação principal apresentar uma iniciativa de mensuração, a partir da análise da ocupação de um núcleo de atividades da indústria criativa no estado.

Palavras-chave: Criatividade e cultura; economia do conhecimento; direitos autorais; indústria criativa; Bahia.

ABSTRACT

This article aims to initiate a discussion about the origin of the creative industry concept and present an initial effort to estimate this segment participation in the State of Bahia, Brazil. This article will present how changes occurred during the 20th century's last decades transformed the role of creativity and culture in productive activities. In the second half of the 90's, the creative industry concept was brought up as an extension of the cultural industry concept, involving all activities that produced and disseminated goods and services with cultural contents and which were submitted to authorial rights. This segment has been pointed out as an important regional development vector in a number of countries. In 2004, recognizing the strategic importance of creative activities, the XI United Nations' Conference on Commerce and Development (UNCTAD) recommended the creation and implementation of an International Center of Creative Economy. The State of Bahia, in spite of being indicated to be the Center's home base, does not have structural information regarding this segment. Therefore, this work had as its principle present a measuring initiative, from the analysis of the activity nucleus occupation of the creative industry in the State.

¹ A autora agradece a Cláudia Monteiro Fernandes pela valiosa ajuda no tratamento dos dados da PNAD e a Adelaide Lima, a Ana Georgina Rocha e a Carolina Petitinga pelos comentários e sugestões.

² Doutoranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (UFBA); Professora da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Universidade Católica de Salvador (UCSal) e Economista da Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A (DESENBÁHIA). E-mail: lima-carmen@uol.com.br; carmen@desenbahia.ba.gov.br

Key words: Creativity and culture; knowledge-based economy; authorial rights; creative industry; Bahia.

1. Introdução

Muitos estudiosos e formuladores de política advogam que determinadas mudanças na economia, como a globalização, a digitalização, o crescimento da importância do trabalho imaterial, o *boom* da propriedade intelectual e as mudanças no consumo do lazer, têm engendrado significativas modificações no papel da cultura nas atividades produtivas. Argumenta-se que os ativos criativos se transformaram em elementos centrais para a produtividade e a competitividade empresarial. Como decorrência, haveria a expansão dos setores que produzem e circulam os chamados bens simbólicos (TEPPER, 2002).

É nesse contexto que, no final do século XX, discutiu-se a importância das “indústrias criativas”, que representariam atividades econômicas que colocam a criatividade como um elemento essencial em seu processo produtivo. As atividades criativas não são, necessariamente, novas, mas adquiriram uma maior importância econômica e social com o surgimento da sociedade do conhecimento. São as indústrias da música, do audiovisual, do *design*, do *software*, da moda, da fotografia e de outros segmentos que lidam com conteúdos simbólicos. Esses segmentos se constituíram em um componente cada vez mais relevante, na economia contemporânea, por contribuírem para o desenvolvimento econômico e, também, como veículos de identidade cultural das nações.

O debate sobre indústrias criativas surgiu em um contexto em que a propriedade intelectual, particularmente o direito autoral, se transformou em um importante elemento de desenvolvimento dos países e passou a ser pensada como um insumo necessário para a construção de vantagens competitivas e a garantia da materialização de oportunidades em atividades mais dinâmicas, como os segmentos intensivos em conhecimento.

Diante do seu potencial, como instrumento de desenvolvimento e de expressão cultural, existe o entendimento que o segmento não pode ser relegado apenas às regras de mercado e deve ser objeto de políticas públicas. Pelas suas especificidades, o desenho de ações de fomento para essa área tem se constituído em um desafio para os pesquisadores.

Nos últimos dez anos, diferentes governos do mundo têm envidado esforços para desenvolver políticas direcionadas às indústrias criativas. É possível encontrar uma difusão de mapeamentos, estudos e análises sobre a relação entre esse segmento e o desenvolvimento econômico. Não obstante o interesse crescente, o setor criativo é ainda pouco compreendido na grande maioria dos países.

A importância estratégica da indústria criativa fez com que se tornasse um tema prioritário durante a 11ª reunião da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), realizada em São Paulo, em junho de 2004. Desse evento, surgiu a proposta de constituição de um Centro Internacional que pudesse ser referência nesse assunto. O estado da Bahia se candidatou para sediar a instituição e forneceria a estrutura física e operacional básica para o seu funcionamento.

O presente trabalho tem como objetivo fazer um breve painel do atual debate sobre a indústria criativa. Particularmente avaliando o contexto histórico do surgimento do termo e como esse segmento se tornou um importante vetor de política de desenvolvimento em vários países. Além disso, pretende-se fazer um esforço inicial de avaliação da importância desse segmento na Bahia. A partir de uma tipologia proposta e com base em tabulações especiais nos microdados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio (PNAD), de 2004, serão analisados a participação e o perfil dos ocupados de um núcleo (*core*) de indústrias criativas no estado.

Além desta introdução, o artigo contém mais cinco itens: no item 2, será discutido como a criatividade e a cultura têm se tornado elementos importantes no capitalismo contemporâneo; no 3, será apresentado o atual debate sobre a relação indústria cultural e

direitos autorais; no item 4, será feita uma discussão do conceito de indústria criativa e as iniciativas atuais de apoio a esse segmento; no 5, será analisada a ocupação em um *core* de indústrias criativas na Bahia; e, no item 6, serão feitas as considerações finais.

2. Criatividade e cultura no capitalismo contemporâneo

Nas últimas décadas, a economia mundial vem passando por transformações significativas: o comércio internacional se expandiu, as relações internacionais foram reestruturadas, os fluxos de capital, mão-de-obra e tecnologia foram estimulados graças a modernos sistemas de comunicação e circulação (HARVEY, 1992). Essas mudanças implicaram a difusão da automação dos processos produtivos e trouxeram profundas transformações na organização produtiva em todo o mundo.

A incorporação das tecnologias de informação e de comunicação à vida social e a percepção da informação como fator estruturante da sociedade e insumo básico da produção têm sido considerados determinantes para a emergência de uma sociedade baseada no conhecimento. A partir dos anos de 1960, autores como M. Machlup, Y. C. Masuda, M. U. Porat, P. Drucker, A. Toffler, D. Bell, D. Harvey e A. Negri têm discutido que a economia se desloca da indústria para os serviços, da força para o conhecimento, sendo esse período denominado – por esses e outros autores – economia do conhecimento, sociedade pós-industrial, sociedade pós-moderna, terceira onda, capitalismo cognitivo ou sociedade da informação (VIEIRA, 1998).

Nesse período, verificou-se a intensificação da importância do conteúdo³ dos produtos. As atividades que geram conteúdos assegurariam a concepção, a produção, a gestão e a difusão de informação da sociedade atual. A criação dos conteúdos se orientaria, sobretudo, pela necessidade de responder à individualização da demanda. Segers e Hujigh (2006) discutem que, em uma sociedade simbólica, os indivíduos desenvolvem as suas personalidades através do consumo cultural de uma série de atividades.

O crescimento do consumo cultural, portanto, não significaria apenas o incremento de compras de bens culturais⁴, mas, também, dos usos destes na construção das identidades social e individual. As novas formas de consumo vão ser influenciadas pelo componente cultural dos bens, que vão além do seu valor econômico (O'CONNOR, 2000). Assim, os produtos seriam consumidos através da experiência causada pela natureza subjetiva desses bens.

A questão que os bens têm uma significação, além dos seus valores de uso e de troca, já foi levantada por muitos autores⁵. Bourdieu (1992), por exemplo, discute que o desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos é paralelo a um processo de diferenciação, cujo princípio reside na diversidade dos públicos. O autor ainda argumenta que os bens simbólicos têm uma dupla face e são, ao mesmo tempo, mercadorias e significações. Assim, tanto o caráter mercantil quanto o cultural dos bens subsistem relativamente independentes.

Negri e Hardt (2005) observam que os produtos contemporâneos são verdadeiros meios de comunicação: possuem mensagens, permitem a comunicabilidade e a identidade

³ Para Neves (2003), conteúdos seriam as “obras”, referentes à criação cultural e de autor, qualquer que seja o suporte e os meios de difusão, e os “programas”, como uma expressão relativa às obras produzidas para a televisão e produtos e serviços em suporte digital ou transmitidos por via eletrônica.

⁴ São produtos simbólicos, baseados, para sua geração, na criatividade humana, e que expressam valores e representações sociais.

⁵ Ver McCracken (2003).

entre os homens. No ato do consumo, o indivíduo buscaria se reconhecer, ou melhor, decodificar as estratégias discursivas presentes nesses bens (NEGRI; HARDT, 2005 *apud* MALINI, 2005).

Throsby (2001a) discute que o objetivo da abordagem econômica com enfoque no setor cultural é a de procurar obter uma aproximação da disposição a pagar de um indivíduo no que se refere a um determinado bem que possua ou que possa gerar tanto valor econômico como valor cultural. Para o autor, o valor cultural dos bens não é padronizado e a sua mensuração pode ser analisada sob vários aspectos: estético, espiritual, social, histórico, simbólico e de autenticidade.

De acordo com Harvey (2004), esse fenômeno tem sido observado pelas empresas que concorrem nos mercados mundiais: elas geram, de um lado, produtos globalizados, mas necessitam oferecer produtos com singularidade, para enfrentar os concorrentes mundiais. Daí passa-se a observar que os valores simbólicos dos bens articulados com afirmações culturais não são um atributo geralmente universal.

Harvey (2004) discute que a idéia da cultura está cada vez mais entrelaçada com o objetivo das empresas de obter rendimentos monopólicos⁶. Assim, se diferenciariam no mercado com produtos que possuem elementos culturais distintos e não duplicáveis. O autor ainda discute:

Mas o rendimento monopólico é uma forma contraditória. Sua busca leva o capital global a valorizar iniciativas locais distintas (e em certos aspectos, quanto mais distinta e, hoje em dia, mais transgressora a iniciativa melhor). Também leva à valorização da singularidade, autenticidade, particularidade, originalidade e todo tipo de outras dimensões da vida social que são incoerentes com a homogeneidade pressuposta pela produção de mercadorias (HARVEY, 2004, p. 166).

Cocco e Negri (2006) analisam que a economia, como um todo, depende cada vez mais das dimensões culturais. A cultura "gera valor" porque o que é incorporado aos produtos são formas de vida. Os autores analisam que, no capitalismo globalizado, a dimensão cultural está no trabalho que se transforma em intelectual e criativo, ou seja, imaterial.

O aspecto importante dessa discussão é que o trabalho intelectual e criativo cria uma série de ativos não materiais ou intangíveis, como invenções técnicas, *know-how*, marcas, desenhos, criações literárias e artísticas. Discute-se o papel desses ativos, resultantes da inovação, expressão e criatividade, como uma fonte não física de geração de valor. Assim, o capitalismo atual estaria cada vez mais relacionado à capacidade de produzir e controlar estes intangíveis.

Em decorrência disso, expande-se o debate sobre a necessidade de propriedade intelectual⁷. Argumenta-se que não é possível desenvolver qualquer processo de pesquisa estável e auto-sustentável se não existir proteção à propriedade da criação. A propriedade intelectual possibilitaria transformar o objeto da criação, considerado um bem quase-público, em um bem privado.

No contexto atual, os direitos de propriedade intelectual são considerados centrais na definição das vantagens competitivas, entre empresas, países ou mercados regionais comuns, na seleção e desenvolvimento de tecnologia e para a decisão de investimentos (UNICAMP, 2003). O debate sobre as novas formas de proteção, no âmbito da propriedade intelectual,

⁶ É uma abstração retirada da economia política. Os rendimentos monopólicos surgem porque os atores sociais podem perceber um fluxo ampliado de renda num tempo extenso, em virtude do seu controle exclusivo sobre algum item direta ou indiretamente comercializável que é, em alguns aspectos fundamentais, único e não duplicável (HARVEY, 2004).

⁷ A propriedade intelectual é toda espécie de propriedade que provenha da concepção ou produto da inteligência para exprimir os direitos que conferem ao intelectual o título de autor ou inventor de obra imaginada, elaborada ou inventada (ABARZA; KATZ, 2002).

tornou-se uma constante em fóruns internacionais. Em decorrência disso, houve uma reorganização dos instrumentos normativos que regulam o comércio internacional e a propriedade intelectual.

Cocco (2005) discute que o capitalismo atual é paradoxal. A produção de bens é resultado de conhecimentos adquiridos em redes diversas, em que as ações coletivas sobre o patrimônio cultural permitiriam as criações. Contudo, a "apropriação" privada do produto da criação, para manter a extração de valor, acabaria por reduzir dramaticamente o potencial produtivo da economia.

3. As indústrias culturais e os direitos autorais no contexto atual

A espinha dorsal das indústrias culturais é o trabalho das pessoas criativas⁸. Elas produzem e difundem conteúdo cultural que incorporam algum grau de criatividade, talento ou inovação. Portanto, as indústrias culturais estão no centro da discussão sobre propriedade de criação, já que lidam com conteúdos protegidos pelos direitos autorais⁹, que protegem os trabalhos intelectuais originais do autor ou artista nos diferentes campos de atividade de criação e das artes¹⁰. Pode-se citar, também, os suportes materiais em que se fixam e comercializam as obras e os direitos conexos que protegem os artistas intérpretes, executantes, produtores de disco e organismos de radiodifusão (UNICAMP, 2003).

As indústrias culturais foram bastante atingidas pelas inovações decorrentes das novas tecnologias. A digitalização, ao permitir a conversão de imagens, de textos e de sons diferentes em uma linguagem binária, elevou o potencial de reprodutibilidade, reduziu significativamente o custo de produtos culturais no segmento audiovisual, música e edição de textos e facilitou as cópias não autorizadas (vulgarmente conhecidas como pirataria). Assim, as novas tecnologias, ao mesmo tempo que aumentam o potencial de difusão dos bens culturais, ameaçam setores tradicionais das indústrias culturais como o editorial, o audiovisual e o fonográfico.

São cada vez mais constantes as discussões sobre questões como a paternidade, o domínio e a extensão dos mecanismos legais que asseguram os direitos, ao autor, sobre as suas obras intelectuais. A questão que se coloca é como desenhar, em escala global, um equilíbrio que favoreça a criação e a inovação e garanta o acesso universal aos benefícios da criação.

Lemos (2005) observa que, durante o século XX, a propriedade intelectual atendia razoavelmente o equilíbrio entre os direitos autorais e os interesses da sociedade. A partir da década de 1990, no entanto, os direitos decorrentes da criação passaram a ser encarados como "propriedade" absoluta. A lei se tornou o principal instrumento de mudança e ampliaram substancialmente o poder dos detentores de propriedade (LEMOS, 2005).

A normatização do comércio internacional tem seguido essa tendência, ao englobar os bens culturais e certos aspectos dos direitos autorais. Existem diversos acordos internacionais quanto à proteção de direitos autorais e direitos conexos. Eles incluem a Convenção de Berna

⁸A Unesco define a indústria cultural como aquela que combina a criação, a produção e a comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais em sua natureza (UNESCO, 2006).

⁹ A proteção das obras intelectuais de natureza estética e artística ocorre por meio de dois sistemas jurídicos: o sistema do copyright, de origem anglo-saxônica, e o sistema do chamado direito de autor (*droit d'auteur*), adotado na maioria dos países do mundo e originado, principalmente, da França, Alemanha e Itália. Logo, quando se utiliza a expressão direitos autorais, refere-se a qualquer sistema que busque esses fins.

¹⁰ São objetos de proteção do direito de autor: as obras literárias, didáticas, peças publicitárias, almanaques, anuários e folhetos, dentre outros. Assim como obras musicais, teatrais, artísticas (pintura, gravações, escultura, fotografia, arquitetura) e obras audiovisuais (cinema e vídeo), obras do folclore nacional e programas de computador (UNICAMP, 2003).

para Proteção de Obras Literárias e Artísticas (1886); a Convenção de Roma para Proteção de Intérpretes e Executantes, Produtores de Fonogramas e Organizações de Rádio-Difusão (1961); o Tratado de Direito Autoral da WIPO (Organização Mundial de Propriedade Intelectual) (1996) e o Tratado de Execuções, Interpretações e Fonogramas da WIPO (1996). O Acordo da Organização Mundial de Comércio (WTO) sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relativos ao Comércio (TRIPS), de 1994, é o primeiro acordo multilateral de propriedade intelectual relativo ao comércio (ABARZA; KATZ, 2002).

Os referidos instrumentos internacionais e a legislação dos países denotam uma preocupação crescente das nações em proteger os aspectos patrimoniais decorrentes da exploração comercial de obras intelectuais. Principalmente os grandes países exportadores destes bens passaram a desejar uma proteção mais severa aos seus produtos.

Esse movimento explicita, nas negociações internacionais, uma tendência que visa a atrelar os “direitos de propriedade intelectual” apenas com o aspecto econômico. Contudo, iniciativas recentes defendem novos instrumentos para excluir os bens culturais e serviços das regras do comércio internacional. Discute-se a inclusão de itens que promovam a expressão e a diversidade cultural.

Em 2002, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), no âmbito da sua 31ª Assembléia Geral, lançou o projeto a “Aliança Global para a Diversidade Cultural”, que desloca a discussão sobre a propriedade intelectual, ao vislumbrar novas maneiras de explorar a criatividade nos países em desenvolvimento. O principal argumento é garantir a sustentabilidade das indústrias culturais para preservar a diversidade cultural, apoiar o desenvolvimento econômico, estimular a criação de empregos e implementar sistemas locais de apoio à defesa dos direitos autorais. A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, da Unesco, de 2002, afirma:

Frente às mudanças econômicas e tecnológicas atuais, que abrem vastas perspectivas para a criação e a inovação, deve-se prestar uma particular atenção à diversidade da oferta criativa, ao justo reconhecimento dos direitos dos autores e artistas, assim como ao caráter específico dos bens e serviços culturais que, na medida em que são portadores de identidade, de valores e sentido, não devem ser considerados como mercadorias ou bens de consumo como os demais. (UNESCO, 2002).

Uma outra vertente da discussão sobre direitos autorais advoga a idéia de que os institutos da propriedade intelectual devam ser flexibilizados na nova ordem global. Argumenta-se que a proteção excessiva da criação geraria muitos entraves ao surgimento de novas criações, inclusive prejudicando a diversidade cultural. Vários movimentos, de âmbito internacional, têm capitaneado essa discussão, como *Software Livre*, *Creative Commons* e *Copyleft* (LEMOS, 2005).

Pelo exposto acima, constata-se que o regime dos direitos autorais está no centro da discussão atual. Particularmente os segmentos ligados aos direitos de autor vêm se transformando crescentemente em um importante componente dessa economia baseada no conhecimento.

A Unesco realizou um estudo em que analisa o comércio internacional de bens e serviços culturais, durante o período de 1994 a 2003, e constatou que o comércio de bens culturais passou de US\$ 39,3 bilhões, em 1994, para US\$ 59,2 bilhões, em 2003 (UNESCO, 2005). Esses segmentos têm sido importantes para a criação de emprego, fonte de crescimento econômico, competitividade das nações e veículo de diversidade e identidade cultural. Como reflexo disso, nos últimos anos, notou-se um considerável crescimento de estudos sobre as indústrias relacionadas com o direito autoral ao redor do mundo. São várias as investigações desenvolvidas, que buscam determinar os impactos dessas indústrias no Produto Interno Bruto, no nível de emprego e no comércio internacional.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual elaborou, em 2003, um guia que resume os estudos existentes sobre a contribuição econômica das indústrias ligadas ao direito de autor. Em geral, os estudos resenhados chegaram a uma conclusão comum: os setores ligados aos direitos autorais têm uma contribuição importante no conjunto da atividade econômica nacional, medida pelo Produto Interno Bruto, que oscila entre 3% e 8%, superando a maioria dos setores de atividade econômica tradicionais, como a agricultura e algumas indústrias e serviços (WIPO, 2003).

Na última década do século XX, surgiram diversos aparatos conceituais, como a indústria de conteúdo, a economia criativa, a indústria criativa, a indústria do entretenimento, a indústria de experiência e a indústria de *copyright*, para descrever as atividades econômicas que produzem conteúdos simbólicos (SEGERS; HUIJGH, 2006). Esta proliferação de expressões denota o crescimento da centralidade das indústrias que geram direitos de autor no capitalismo atual e da sua importância para o desenvolvimento econômico. Esse fenômeno é reforçado pela emergência e/ou ampliação de atividades que envolvem criação e que geram direitos autorais como *software*, desenho arquitetônico e publicidade.

Dentre esses conceitos, destaca-se o da indústria criativa, que surge como uma extensão do termo indústria cultural e procura fugir do clássico debate sobre a mercantilização da cultura. Esta expressão procura dar ênfase na relação entre a criatividade e economia no sentido de produzir e circular os bens simbólicos. Atualmente, as indústrias criativas são foco de políticas estatais em muitos países, principalmente, como vetor de desenvolvimento e para estimular o crescimento das economias urbanas. Movimento que será discutido a seguir.

Indústria Criativa como vetor de políticas de desenvolvimento

Nos anos 1990, principalmente em resposta à necessidade de promover a revitalização de determinadas regiões e cidades, surgiu, no âmbito das políticas públicas, uma nova definição do setor cultural, que procurava incluir as atividades culturais tradicionais e, ao mesmo tempo, enfatizar o papel da arte e da cultura na promoção de inovação e crescimento econômico. Países como Austrália, Reino Unido, Canadá, Áustria e Cingapura começaram, então, a empregar o termo indústria criativa para classificar atividades com essas características e que seriam vetor de políticas de desenvolvimento regional.

O termo indústria criativa é relativamente novo. Existem definições divergentes quanto aos elementos que as constituem e incertezas em relação às suas diferenças com as indústrias culturais. O conceito indústria criativa, até o final dos 90, era frequentemente usado como sinônimo de indústria cultural. Entretanto, os termos se diferenciam, principalmente pelo contexto em que emergem.

O termo indústria cultural foi cunhado em 1947, pelos teóricos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Para eles, indústria cultural é o nome genérico que se dá ao conjunto de empresas e instituições cuja principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis. A discussão desses autores, sobre indústria cultural, alimentou uma acalorada polêmica sobre a mercantilização da cultura em que a espontaneidade criativa do sujeito transformou-se em simples meio de consumo.

Diante disso, o termo passou a ter uma conotação pejorativa, comumente identificado como de “baixa cultura” e voltado ao mercado. Mesmo com o reconhecimento, nos anos de 1980, por parte dos formuladores de políticas culturais, que essas atividades seriam economicamente significativas, este sentido negativo ainda está muito presente¹¹.

¹¹ A primeira grande tentativa de estudar a indústria cultural foi feita pela Unesco, para pensar na desigualdade de recursos entre Norte e Sul. O trabalho da instituição reconheceu a dimensão econômica da cultura e o seu impacto no desenvolvimento e, daí, começou a analisar as suas características industriais (HESMONDHALGH;

O conceito de indústria criativa, por sua vez, é incorporado à literatura sobre políticas públicas nos meados de 1990. A partir de 1995, economia criativa e indústria criativa passaram a ser expressões bastante usadas principalmente nos textos sobre políticas locais de desenvolvimentos e nas pesquisas acadêmicas sobre economias regionais.

Nas literaturas acadêmica e política, a maioria dos setores culturais está incluída tanto no conceito de indústria cultural como de criativa. Todavia, o termo indústria criativa englobaria um conjunto mais amplo de atividades, o qual inclui as indústrias culturais tradicionais, a produção cultural, ao vivo, preservação do patrimônio e as atividades decorrentes das novas mídias (UNESCO, 2006).

Segers e Huijgh (2006) interpretam que o uso do conceito indústria criativa possibilitaria, aos formuladores de política, introduzir os aspectos econômicos às políticas culturais, escapando da rejeição que o termo indústria cultural possui. Nos últimos anos, a utilização da expressão indústria criativa parece superar, gradativamente, o da indústria cultural, não obstante a ausência de uma definição consensual.

Towse (2003) discute que indústrias criativas são aquelas que produzem bens e serviços em série, com conteúdo artístico suficiente para ser considerado criativo e significativamente cultural. O conteúdo cultural, majoritariamente, resulta do emprego de artistas treinados de um ou mais tipos (artistas criativos, atores, artesãos) na produção de bens nas indústrias criativas, mas isso deve também nascer de um significado social que incorpora o consumo dos bens (TOWSE, 2003 *apud* HANDKE, 2004).

Throsby (2001a) adota o conceito de indústria cultural para a indústria criativa. De acordo com ele, as atividades culturais envolvem algum tipo de criatividade na sua produção: são relacionadas com a geração e comunicação de significação simbólica e a sua produção incorpora, mesmo que potencialmente, alguma forma de propriedade intelectual.

Howkins (2005) define indústria criativa como o setor da economia que produz bens que podem gerar propriedade intelectual. Ele aponta quatro tipos de propriedade intelectual: patentes, *copyrights*, *trademarks* e *designs*.

Um dos conceitos mais utilizados é o do Department of Culture Media and Sport (DCMS), do governo britânico, que define indústrias criativas como atividades que se originam da criatividade, habilidade e talento individuais, têm potencial para gerar riqueza e emprego e exploram a propriedade intelectual (DCMS, 2001). Um novo valor é gerado, nesse setor, quando a inovação tecnológica, a criatividade artística e o empreendedorismo de negócios são mobilizados para criar e distribuir um novo produto.

Jaguaribe (2004) destaca as características da indústria criativa que, por um lado, são inovadoras e singelas e, por outro lado, podem ser reproduzíveis em escala industrial. A autora considera indústria criativa como “um conjunto de atividades que possuem, como elemento fundamental, a criatividade, encontram-se inseridas diretamente no processo industrial e estão sujeitas à proteção dos direitos autorais” (JAGUARIBE, 2004, p. 4).

Existem críticas quanto à utilização da expressão indústria para a produção criativa, já que é considerada bastante restritiva, pois denotaria uma necessidade significativa de capital e uma organização muito tradicional dos meios de produção. O termo indústria é freqüentemente evitado para fugir das conotações de fábricas e processos de manufatura¹².

PRATT, 2005). Destacou-se a relevância das indústrias culturais para a descentralização cultural e, portanto, concluiu-se pela necessidade de integrar estes segmentos nas políticas culturais dos países.

¹²Discussões recentes, no âmbito do PNUD/ONU, têm desenvolvido o termo economia criativa. As fronteiras da economia criativa seriam mais amplas que as definidas pela indústria criativa, o que traria maior flexibilidade para a formulação de políticas públicas adequadas aos países em desenvolvimento. O termo economia criativa pode permitir, por exemplo, a elaboração de políticas de apoio a atividades com forte vínculo local, como o artesanato.

Mas, na verdade, o conceito indústria é usado, em muitos países, para designar um conjunto de atividades inter-relacionadas em torno de produtos semelhantes¹³.

Uma outra crítica é que as atividades comumente consideradas como indústrias criativas não possuiriam uma organicidade, englobando, em uma mesma categoria, segmentos bastante distintos em termos produtivos. Jaguaribe (2006) argumenta que não é necessário que seja um setor orgânico, no processo produtivo, para que seja classificado como um segmento. Na verdade, essas atividades seriam agrupadas mais pelo produto do que pelo processo. A classificação como indústria criativa se daria pela geração de bens e serviços com conteúdo simbólico.

Apesar da controvérsia quanto à conceituação de indústria criativa, alguns elementos unificariam esse segmento: suas atividades têm como proposta central a criatividade, e gerariam e distribuiriam bens protegidos por direitos autorais. As indústrias criativas, direta ou indiretamente, lidariam com produtos com conteúdo cultural. Uma série de atividades pode ser classificada como indústria criativa: moda, música, audiovisual, *design* gráfico, *software*, fotografia, artes performáticas, artes plásticas, preservação do patrimônio, jogo eletrônico, artesanato, comércio de antiguidades, publicidade e propaganda, edição e publicação, rádio e televisão e arquitetura.

Em 1997, o Partido Trabalhista do Reino Unido, começou a adotar o termo indústrias criativas e a empreender estratégias e ações relevantes para proteger e estimular a produção criativa. A partir de então, muitos outros países começaram a discutir e desenvolver políticas para esse segmento. Entretanto, as definições para indústria criativa usadas em muitos países não são idênticas, e há muitas discussões sobre a sua delimitação.

Os estudos, com base em mapeamentos, têm transformado a aproximação escolhida dos governos nacionais para entender os segmentos de indústrias criativas antes de adotar políticas de apoio. Esse procedimento tem sido um esforço exaustivo na identificação de todas as atividades criativas relevantes, os atores, o emprego e os vínculos em um dado território.

O Reino Unido sempre teve um papel inovador no desenvolvimento de modelos analíticos de indústrias criativas¹⁴. O Departamento para Cultura, Mídia de Comunicação e Esportes (Department for Culture, Media and Sport), do governo, elaborou o primeiro Documento de Mapeamento das Indústrias Criativas em 1998 como parte de seus esforços para combater a depressão econômica que atingia as cidades industriais. Esses documentos definem e classificam as indústrias criativas em treze campos distintos: 1) publicidade; 2) arquitetura; 3) arte e mercado de antiguidades; 4) artesanato; 5) desenho; 6) desenho de moda; 7) cinema e vídeo; 8) *softwares* interativos de entretenimento; 9) música; 10) artes performáticas; 11) edição; 12) *software* e serviços de computação; e 13) televisão e rádio (UNESCO, 2006).

Esse país ainda criou um sistema de classificação denominado de “Creative Industries Production System” (CIPS), que mensura as atividades da indústria criativa e as divide em quatro segmentos, de acordo com conteúdos, produção, distribuição e consumo. Desde então esse modelo tem sido adotado por outros governos, como Austrália, Nova Zelândia, Cingapura, China e Hong Kong (UNESCO, 2006).

São crescentes, também, as iniciativas na América Latina na área de indústrias criativas. O Convenio Andrés Bello (CAB)¹⁵ tem publicado um grande número de trabalhos

¹³ Kupfer e Hasenclever (2002) definem indústria como um grupo de empresas voltadas para a produção de bens substitutos próximos entre si e, dessa forma, fornecidas a um mesmo mercado.

¹⁴ O Reino Unido criou um ministério dedicado ao tema: o Ministério das Indústrias Criativas e Turismo (Minister for Creative Industries and Tourism). Além disso, conta com um numeroso grupo de especialistas no setor.

¹⁵ Uma instituição regional, com base em Bogotá, dedicada a promover a cultura.

pioneiros no estudo da dimensão que alcançam as indústrias criativas dentro das diferentes economias nacionais (UNESCO, 2006), como, por exemplo, o Guia para Mapeos Regionales de Industrias Creativas, preparado pelo Centro de Investigación da Colômbia (CRECE).

A Universidade de Campinas (UNICAMP) elaborou um estudo sobre a importância econômica das indústrias e as atividades protegidas pelo direito de autor e os direitos conexos nos países do Mercosul e Chile. Por sua vez, a Argentina e o Chile criaram um órgão dedicado ao estudo das indústrias criativas no âmbito dos seus Ministérios da Cultura.

O Observatory of Cultural Policies in África (ILO)¹⁶ é a primeira iniciativa de mapear as indústrias culturais naquele continente. A ILO publicou uma série de estudos sobre as indústrias criativas no South African Development Community (SADC), envolvendo artes do espetáculo e a dança, a televisão e o cinema, a indústria da música, as artes visuais e o artesanato (UNESCO, 2006).

Na XI UNCTAD (11ª Reunião da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), realizada em junho de 2004, a comunidade internacional reconheceu que “as indústrias criativas podem ajudar a fomentar externalidades positivas, ao tempo em que preservam e promovem o patrimônio e a diversidade culturais” De acordo com as recomendações feitas pela Reunião, o Secretariado da UNCTAD, juntamente com o governo brasileiro, lançou, em agosto de 2004, em Genebra, a iniciativa para a criação de um Centro Internacional das Indústrias Criativas. No ano seguinte, o Ministério da Cultura do Brasil realizou um Fórum Internacional na Bahia, com o título “Rumo ao Centro Internacional das Indústrias Criativas”, com o objetivo de discutir o campo de ação, o programa de atividades e as modalidades de operação do Centro (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2005).

A modelagem do atualmente denominado Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa - CITEC, a ser implantado no Brasil, tem como um dos objetivos delimitar melhor as fronteiras da indústria criativa, para que se possa formular políticas públicas mais adequadas. Salvador foi indicada para sediar o CITEC, resultado das iniciativas da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, do Ministério da Cultura do Brasil e do Governo do Estado da Bahia. Em 2006, as negociações já avançaram no sentido da implantação do CITEC, que funcionaria no espaço cedido pelo governo do estado, no Centro Histórico do Pelourinho.

Do ponto de vista econômico e cultural, Salvador pode ser considerada a principal metrópole do Nordeste, possuindo, portanto, um ambiente favorável ao desenvolvimento de indústrias criativas. Contudo, a visão que a indústria tradicional deva ser o principal vetor de desenvolvimento ainda é hegemônica na Bahia. Entende-se que a implantação do CITEC, no estado, poderia ajudar a consolidar uma estratégia de desenvolvimento estadual voltada às atividades criativas.

5. Análise dos ocupados de um *core* de indústrias criativas no estado da Bahia

Como foi visto, desde meados da década de 90 as indústrias criativas têm se tornado o alvo de políticas de desenvolvimento regional. Entretanto, as definições para indústria criativa usadas em muitos países não são idênticas, e há muitas discussões sobre a sua delimitação, o que dificulta análises comparativas e geração de dados estatísticos.

Estima-se que as indústrias criativas registram hoje, entre os diversos segmentos econômicos, uma das maiores taxas de expansão, contribuindo, assim, para o crescimento

¹⁶ Estabelecido com o apoio da Unesco, em 2002, a União Africana, o Institute on Cultural Enterprise de New York e a Fundação Ford.

econômico, para o aumento do comércio internacional e a geração de empregos. De acordo com dados da ONU, em 2005 esse segmento representou, aproximadamente, 7% do PIB mundial e movimentou cerca de U\$ 1,3 trilhão. Em 2000, esse valor foi de U\$ 831 bilhões, o que evidencia o rápido crescimento dessas atividades nos últimos anos (JAGUARIBE, 2004).

No Brasil existe uma carência de análises do setor cultural em sua dimensão econômica. Um esforço nesse sentido foi feito por uma pesquisa realizada pela Fundação João Pinheiro sobre a participação do setor cultural no PIB brasileiro de 1994¹⁷, que demonstrou a importância que o setor cultural possui na atividade econômica do país. Em 1994, por exemplo, 510 mil pessoas encontravam-se empregadas nos vários setores da produção cultural brasileira, e o conjunto das atividades da área representava 0,8% do PIB. Além disso, para cada R\$ 1 milhão gasto na cultura, são criados 160 postos de trabalho diretos e indiretos (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1998).

A Bahia, apesar de ser apontada como um estado cuja importância das atividades culturais é significativa, enfrenta as mesmas dificuldades no que se refere aos dados sobre o segmento criativo. Com este trabalho se tem o intuito de contribuir para uma reflexão acerca da participação da indústria criativa no estado, buscando uma primeira aproximação, para avaliar a importância desse segmento na economia baiana. Uma tarefa complexa, haja vista os problemas de ordem conceitual e metodológica e das limitações da base de dados disponível.

O primeiro desafio foi propor uma tipologia teoricamente justificável e operacional, tendo em vista as diferentes formas de utilização do termo na literatura. Para os propósitos desta discussão, optou-se por selecionar aquelas atividades sobre as quais exista um relativo consenso sobre o seu pertencimento à categoria das indústrias criativas, qualquer que seja o conceito adotado¹⁸.

Este artigo, portanto, se concentrou em um grupo central (*core*) das indústrias criativas. Foram selecionadas atividades que lidam com a geração e a difusão de material protegido por direito autoral, classificadas em nove grupos: artes performáticas, edição e publicação, filme e vídeo, fotografia, preservação do patrimônio, programas e serviços de computador, publicidade e propaganda, serviços de arquitetura e televisão e rádio.

O segundo desafio foi buscar, nas fontes de dados disponíveis, informações que pudessem, mesmo que precariamente, fornecer dados sobre a dimensão econômica das indústrias criativas no estado. Alguns indicadores vêm sendo utilizados para avaliar isso, como exportação, produção, valor agregado e emprego. O indicador selecionado, no presente trabalho, será o número de ocupados envolvidos na criação, produção e distribuição dos bens das indústrias criativas, a partir das informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

Esta análise, sobre indústrias criativas no estado da Bahia, utilizou os dados da população ocupada no ano de 2004 e se orientou pelas seguintes indagações: Quais atividades compreendem as indústrias criativas na base de dados da PNAD? Como proceder, do ponto de vista metodológico, a investigação dessas atividades? Qual a participação e o perfil dos ocupados nesse segmento no estado da Bahia? E quais são as semelhanças e as diferenças em relação ao total de ocupados?

Cabe destacar que as informações utilizadas referem-se ao trabalho principal, ou seja, aquele que o indivíduo dedica maior tempo. Essa ressalva é importante, pois uma das características dos ocupados nas áreas culturais é não estarem exclusivamente vinculados à ela. Além disso, muitos dos que desenvolvem regularmente atividades no setor cultural atuam

¹⁷ Pesquisa solicitada pelo Ministério da Cultura, realizada no ano de 1998, com utilização dos dados do PIB brasileiro de 1994.

¹⁸ A seleção dessas atividades teve como referências: DCMS (2001); SANTANA; SOUZA (2001); THROSBY (2001b) e UNICAMP (2003).

em mais de uma área ou em várias atividades dentro de uma mesma área. Foi feita a opção da ocupação principal, haja vista o escopo do presente trabalho.

5.1 Delimitações conceituais e metodológicas

O problema inicial deste trabalho constituiu-se na delimitação do âmbito da indústria criativa, a partir da base de dados disponibilizada pela PNAD para a Bahia. A PNAD é uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que apresenta informações sobre as características gerais da população, migração, educação, trabalho, famílias, domicílios e indicadores de rendimento.

As informações dos setores têm por base a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE-Domiciliar, que segue a padronização internacionalmente adotada para a classificação das atividades, enquanto as ocupações, seguem a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho. Ambas as informações, adotadas pela PNAD, trabalham com grandes grupos, o que gerou problemas de definição da indústria criativa, com implicações conceituais e metodológicas.

Um primeiro critério para definir o campo da indústria criativa foi trabalhar com as classes de atividades de acordo com os grupos de indústrias criativas selecionadas. A base de dados da CNAE domiciliar permite identificar classes de atividades de cinco dígitos. Assim, foram selecionadas as atividades da indústria e serviços satisfatoriamente desagregadas, de forma a compor a indústria criativa. Algumas atividades econômicas não puderam ser incluídas, devido ao seu elevado grau de agregação.

Cada classe foi analisada considerando-se a descrição de seu conteúdo, indicando que tipos de atividades estão contemplados. Foram identificadas 11 classes, categorizadas em nove grupos. O Quadro 1 resume as classes que integram os grupos, segundo a natureza das atividades.

QUADRO 1: GRUPOS E CLASSES DA CNAE DOMICILIAR, DE UM CORE DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS, SEGUNDO A NATUREZA DAS ATIVIDADES

| GRUPOS | CLASSES DO CNAE |
|---|-----------------|
| Artes performáticas | 92015 |
| Edição, publicação e reprodução (livros, jornais, revistas, música) | 22000 |
| Filme e vídeo | 92011 e 92012 |
| Fotografia | 74090 |
| Preservação de patrimônio | 92030 |
| Programas e serviços de computador | 72010 |
| Publicidade e propaganda | 74030 |
| Serviços de arquitetura | 74021 |
| Televisão e rádio | 92013 e 92014 |

O segundo critério utilizado, para definir o *core* das indústrias criativas, foi a seleção das ocupações nesses segmentos, com base na CBO, tidas como tipicamente criativas, artístico-culturais e relacionadas. Foram selecionadas as ocupações que se referem às funções culturais tradicionalmente ligadas às artes (atores, cantores); às que abrangem outras formas de criação (publicitários, fotógrafos, programadores); às atividades de apoio à produção (operadores de câmera e som, bilheteiros) e às funções do administrador cultural responsável pela produção de obras ou espetáculos (diretor técnico, diretor artístico e produtor de espetáculos) ou pela administração de órgãos culturais e outras consideradas relevantes. Para fins deste estudo, essas ocupações foram selecionadas devido à relevância para a área em

estudo. Esse procedimento permitiu fazer uma triagem dos ocupados, excluindo algumas atividades em grupos econômicos cujas CNAE possuíam um elevado grau de agregação. Assim, procurou-se alcançar uma aproximação mais confiável deste *core* de indústria criativa na Bahia.

Em resumo, como *proxy* do segmento “indústria criativa”, formou-se um grupo composto pela junção das atividades criativas e das ocupações criativas e relacionadas.

5.2 Perfil dos ocupados de um *core* das indústrias criativas no estado da Bahia

- *Participação*

Considerando o total dos ocupados no estado, este *core* da indústria criativa representa em torno de 0,7%. Apesar do valor parecer pequeno, deve-se manter em vista que este levantamento é uma aproximação inicial do segmento criativo na Bahia. Diante das limitações de dados, houve um rigor na seleção das ocupações para não incluir algumas atividades relacionadas, nos CNAE selecionados, que não fizessem parte dos grupos delimitados. Lembrando-se sempre que uma parcela significativa das pessoas que trabalha no setor criativo não exerce tal atividade como a ocupação principal.

Contudo, esse percentual de participação se aproxima dos dados do estudo realizado pela Unicamp sobre as indústrias e atividades protegidas pelo direito de autor no Mercosul e Chile. A participação, no total dos ocupados neste segmento, era de 5%, sendo que o grupo principal representava menos de 2% (UNICAMP, 2003).

TABELA 1: PARTICIPAÇÃO DOS OCUPADOS DO CORE DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM RELAÇÃO AO TOTAL DE OCUPADOS NA BAHIA - 2004

| GRUPOS | PARTICIPAÇÃO NO TOTAL DE OCUPADOS DO ESTADO |
|---|---|
| Artes performáticas | 0,22 |
| Edição, publicação e reprodução (livros, jornais, revistas, música) | 0,13 |
| Filme, fotografia e vídeo | 0,04 |
| Preservação de patrimônio | 0,05 |
| Programas e serviços de computador | 0,07 |
| Publicidade e propaganda | 0,03 |
| Serviços de arquitetura | 0,06 |
| Televisão e rádio | 0,06 |
| Total do <i>core</i> das indústrias criativas | 0,66 |

Fonte: PNAD/IBGE. Elaboração Própria

Em 2004, de acordo com os dados da PNAD, a população ocupada nas atividades criativas era cerca de 41 mil pessoas na ocupação principal. A título de comparação, vale notar que a fabricação de celulose e papel ocupava 4 mil pessoas; a indústria metalúrgica 9 mil; a indústria têxtil e do vestuário, 25 mil; a fabricação de coque e refino de petróleo, 7 mil; a fabricação de produtos químicos, 35 mil; o cultivo de soja, 6 mil; a produção de café em grão, 128 mil e os serviços de alojamento e alimentação, 209 mil. Cabe salientar que estes segmentos representam uma parcela significativa do Produto Interno Bruto da Bahia.

- *Composição por atributos pessoais*

Esta investigação exploratória iniciou-se com a construção de um perfil dos ocupados deste *core* de indústrias criativas, através da observação dos seus atributos pessoais. Este

perfil dos trabalhadores foi construído a partir das variáveis: sexo, cor, idade, instrução e a condição na família. O perfil foi traçado buscando as diferenças e semelhanças observadas entre os ocupados desse segmento e a população ocupada total.

A Tabela 2 aponta que a população ocupada na Bahia é composta, predominantemente, por homens (60%, em média). Esse fenômeno pode ser observado de forma mais intensa nas atividades criativas selecionadas (74%, em média).

Os dados da pesquisa sugerem que pardos encontram-se ligeiramente sub-representados entre os ocupados do segmento criativo, com relação aos outros ocupados. Os pardos representam 52,4% dos ocupados, enquanto a participação total é de 64%. Em compensação, os ocupados de cor branca têm percentual acima da participação total, 31,6% e 21,5%, respectivamente. Por outro lado, os ocupados de cor preta, no segmento criativo, têm participação de 16%, ligeiramente superior ao conjunto dos outros ocupados, que representam 13,9%.

Os dados da Tabela 2 apontam, ainda, semelhanças entre as distribuições de idade entre os ocupados ligados às indústrias criativas e os demais ocupados da Bahia. Nos dois casos, há uma maior concentração de ocupados entre os que têm 30 anos de idade ou mais, e uma menor concentração entre os mais jovens, com menos de 24 anos.

Outra característica da estrutura ocupacional da Bahia é o baixo nível de instrução requerido nos postos de trabalho, conforme a mesma Tabela 2. Cerca de 2/5 dos trabalhadores (20%) não possuem instrução ou têm menos de um ano de estudo e apenas 3% têm mais de 15 anos de estudo. Esse quadro, referente à instrução, é bastante diferente entre os ocupados ligados às atividades criativas. Esse fenômeno pode ser observado nos seguintes aspectos:

- a parcela de trabalhadores sem instrução, ou com menos de um ano de estudo, é expressivamente menor entre os trabalhadores do segmento criativo, em que menos de 1% está nessa condição;
- a fração com instrução com mais de 11 anos de estudo responde por mais de 50% dos trabalhadores das ocupações ligadas à indústria criativa.

Em relação à condição na família, os dados da pesquisa mostram uma maior participação dos chefes nas atividades criativas do que na população ocupada total. Observe-se, entretanto, uma presença menor dos cônjuges. Nas demais posições, as estruturas são semelhantes.

TABELA 2: DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO OCUPADA TOTAL E DO CORE DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS, SEGUNDO ATRIBUTOS PESSOAIS, BAHIA – 2004

| ATRIBUTOS PESSOAIS | SEGMENTO CRIATIVO (%) | TOTAL (%) |
|----------------------------|-----------------------|-----------|
| Sexo | | |
| Masculino | 74,3 | 60,5 |
| Feminino | 25,7 | 39,5 |
| Condição na família | | |
| Chefes | 52,8 | 47,4 |
| Cônjuge | 12,7 | 21,6 |
| Filho | 27,4 | 26 |
| Outro parente | 6,1 | 4,1 |
| Agregado | 0,0 | 0,4 |
| Pensionista | 1,0 | 0,1 |
| Empregado doméstico | 0,0 | 0,4 |
| Faixa Etária | | |
| 10 a 14 anos | 0,0 | 3,5 |
| 15 a 19 anos | 5,0 | 9,7 |
| 20 a 24 anos | 18,9 | 14,1 |
| 25 a 29 anos | 20,0 | 13,4 |
| 30 a 39 anos | 27,8 | 23,3 |
| 40 a 49 anos | 17,2 | 17,9 |
| 50 a 59 anos | 5,7 | 10,9 |
| 60 anos ou mais | 5,4 | 7,2 |

| | | |
|-----------------------------------|------|------|
| Ignorada | 0,0 | 0,0 |
| Anos de estudo | | |
| Sem instrução ou menos de 1 ano | 0,5 | 20,5 |
| 1 a 3 anos | 5,7 | 17,8 |
| 4 a 7 anos | 21,5 | 25,7 |
| 8 a 10 anos | 18,2 | 13 |
| 11 a 14 anos | 40,1 | 19,9 |
| 15 anos ou mais | 14,0 | 3 |
| Não determinados e sem declaração | 0 | 0,1 |
| Cor | | |
| Indígena | 0,0 | 0,4 |
| Branca | 31,6 | 21,5 |
| Preta | 16,0 | 13,9 |
| Amarela | 0,0 | 0,2 |
| Parda | 52,4 | 64 |

Fonte: PNAD/IBGE. Elaboração Própria

- *Composição segundo características da ocupação*

Quais são as características da ocupação desse *core* de indústrias criativas? Ou seja, quais são as peculiaridades desse segmento, no que se refere ao local onde funciona a empresa ou negócio, à jornada de trabalho e à posição na ocupação desse setor?

Segundo a posição na ocupação, os ocupados por conta própria (autônomos) constituem o grupo que apresenta a maior participação percentual nas atividades criativas em 2004. Enquanto 44,1% dos ocupados na indústria criativa são autônomos, na população ocupada como um todo, essa proporção é de 26,7%. Cabe destacar que os empregados sem carteira e os empregadores apresentam um percentual relativamente maior ao total dos ocupados (Tabela 3).

No mercado em geral e nas atividades criativas, respectivamente, 31,7% e 25,6% dos ocupados fizeram jornada de trabalho superior a 44 horas semanais. Em compensação, nas atividades criativas, 45,8% dos ocupados cumprem a jornada de trabalho inferior a 40 horas.

A grande maioria dos ocupados nas indústrias criativas, 73,4%, trabalha em loja, oficina, fábrica, escritório, escola e repartição pública, percentual bastante superior ao do conjunto dos demais setores (40,3%). No entanto, chama a atenção a proporção quase quatro vezes superior dos ocupados no segmento criativo que trabalham no próprio domicílio, em comparação com os percentuais do conjunto dos outros setores. Essa alta proporção resulta da grande quantidade de trabalhadores autônomos, grupo em que somente pequena parte tem acesso ou necessita de espaços de funcionamento que exijam grau de capitalização maior.

TABELA 3: DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO OCUPADA TOTAL E DO CORE DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS, SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DO MERCADO – BAHIA, 2004

| CARACTERÍSTICAS DA OCUPAÇÃO | SEGMENTO CRIATIVO (%) | TOTAL (%) |
|--|-----------------------|-----------|
| Posição na ocupação | | |
| Empregado com carteira | 19,2 | 18 |
| Militar | 0,0 | 0,1 |
| Funcionário público estatutário | 2,3 | 4,8 |
| Outros empregados sem carteira | 27,1 | 23,2 |
| Trabalhador doméstico com carteira | 0,0 | 1 |
| Trabalhador doméstico sem carteira | 0,0 | 4,9 |
| Conta própria | 44,1 | 26,7 |
| Empregador | 6,8 | 2,8 |
| Trab. na prod. p/ o próprio consumo | 0,0 | 4,1 |
| Trab. na construção para o próprio uso | 0,0 | 0,2 |
| Não-remunerado | 0,5 | 14,3 |
| Jornada de trabalho | | |
| Até 14 | 9,9 | 7,4 |
| 15 a 39 | 35,9 | 29,5 |

| | | |
|--|------|------|
| 40 a 44 | 28,1 | 31,2 |
| 45 a 48 | 10,4 | 15,3 |
| 49 ou mais | 15,2 | 16,4 |
| Sem declaração | 0,5 | 0 |
| Local onde funciona a empresa ou negócio | | |
| Loja, oficina, fábrica, escritório, escola, repartição pública | 73,4 | 40,3 |
| Fazenda, sítio, granja, chácara, etc. | 0,0 | 36,3 |
| No domicílio em que reside | 19,4 | 5 |
| Em domicílio de empregador, patrão, sócio ou freguês | 1,0 | 7 |
| Em local designado pelo empregador, cliente ou freguês | 19,1 | 5,2 |
| Em veículo automotor | 0,0 | 1,3 |
| Em via ou área pública | 2,8 | 3,7 |
| Outro | 0,0 | 1,1 |

Fonte: PNAD/IBGE. Elaboração Própria

- *Composição segundo rendimentos*

De acordo com a pesquisa da João Pinheiro (1998), apesar de a atividade cultural corresponder a apenas 0,8% do PIB, o salário médio do trabalhador, neste segmento, é quase duas vezes maior que o salário médio do conjunto de todas as atividades econômicas do país. O grupo analisado para a Bahia acompanha, de certa forma, esta tendência.

O perfil do rendimento individual, no agregado das atividades criativas, apresentou diferenças em relação aos ocupados em geral. Enquanto neste último, 81,6% recebiam menos de dois salários mínimos, em 2004, no segmento criativo, esse percentual cai para 57,7%. Nas faixas de rendimentos superiores, as indústrias criativas têm uma maior participação em relação ao total: 14,4% contra 4,8%.

Os dados do rendimento domiciliar per capita confirmam esse fenômeno. Para a população ocupada total, 87,2% possuía uma renda domiciliar menor que dois salários mínimos, enquanto, para as indústrias criativas, esse percentual cai para 58,1%.

TABELA 4: DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO OCUPADA TOTAL E DO CORE DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO RENDIMENTOS, BAHIA, 2004

| RENDIMENTOS | SEGMENTO CRIATIVO (%) | TOTAL (%) |
|---|-----------------------|-----------|
| Faixa de rendimento individual | | |
| Sem rendimento | 0,0 | 0,1 |
| Até 1/2 salário mínimo | 6,8 | 20,4 |
| Mais de 1/2 salário até 1 salário | 23,7 | 35,2 |
| Mais de 1 até 2 salários | 27,2 | 25,9 |
| Mais de 2 até 3 salários | 5,6 | 6,3 |
| Mais de 3 até 5 salários | 14,5 | 5,7 |
| Mais de 5 até 10 salários | 10,2 | 3,2 |
| Mais de 10 até 20 salários | 3,7 | 1,3 |
| Mais de 20 salários | 0,5 | 0,3 |
| Sem declaração | 7,9 | 1,7 |
| Rendimento domiciliar per capita | | |
| Sem rendimento | 0,0 | 0,2 |
| Até 1/4 salário mínimo | 1,7 | 16,6 |
| Mais de 1/4 até 1/2 salário | 9,1 | 26,9 |
| Mais de 1/2 até 1 salário | 20,0 | 28,7 |
| Mais de 1 até 2 salários | 27,3 | 14,8 |
| Mais de 2 até 3 salários | 8,8 | 4,2 |
| Mais de 3 até 5 salários | 12,6 | 2,8 |
| Mais de 5 salários | 9,2 | 2,4 |
| Sem declaração | 11,3 | 3,3 |

Fonte: PNAD/IBGE. Elaboração Própria

6. Considerações finais

Conforme foi visto, as mudanças tecnológicas criaram um novo paradigma produtivo a partir da década de 1970. As demandas recentes da sociedade da informação têm estimulado o surgimento de novas definições no campo da economia da cultura. No final dos anos 90, destacou-se a definição de indústrias criativas, entendidas como as atividades que se originam da criatividade, que a cultura agrega valores simbólicos aos seus produtos e que geram e difundem bens protegidos por direitos autorais.

O interesse pelo estudo desse segmento parte do pressuposto que há uma intensificação da produção e da circulação de bens simbólicos, que ultrapassariam as artes e indústrias culturais tradicionais para incluir novos e antigos segmentos econômicos.

Apesar dessa expansão, e mesmo do reconhecimento do seu potencial, as indústrias criativas constituem ainda um segmento não satisfatoriamente estudado e relativamente inexplorado, principalmente no que se refere às políticas públicas de fomento. A sua dimensão socioeconômica tem gerado a necessidade de pesquisar sobre novos desenhos de políticas que possam encorajar o talento cultural e a criatividade.

Diante disso, quando se refere à relação entre economia e cultura, deve-se ir além da clássica discussão da mercantilização da cultura. Harvey (2004) discute que este movimento possui características que, de alguma forma, traria esperança para a preservação da diversidade cultural. Se as empresas buscam competitividade dos seus produtos a partir dos valores como autenticidade, memória coletiva e tradição, a cultura local deve ser preservada. Para a lógica de acumulação capitalista atual, não é interessante destruir a singularidade, já que esta seria a fonte dos seus rendimentos monopólicos.

A Bahia tem se destacado como um estado representativo para a produção cultural brasileira, o que justificou, em parte, a proposta de implantação do Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa em Salvador. Entretanto, não existem estudos e análises que avaliem a dimensão econômica desse segmento no estado.

O presente artigo objetivou fazer um esforço inicial de entender a dinâmica de um núcleo central da indústria criativa a partir dos dados de ocupação. Entretanto, não foi possível realizar o tratamento estatístico adequado, devido às limitações da base de dados disponível. Por conseguinte, o segmento não pode ser submetido à análise mais detalhada que mereceria. Em primeiro lugar, exigiu um tratamento metodológico e conceitual flexível. Em segundo lugar, há a questão dos limites dos resultados alcançados em que se optou pela parcimônia em favor de uma maior confiabilidade dos dados.

Não obstante essa limitação, foi possível identificar algumas características interessantes do conjunto de atividades criativas. No que diz respeito às características pessoais dos ocupados, o segmento criativo mostra-se predominantemente masculino e com uma presença mais significativa de pessoas de cor branca, em relação ao total. Os trabalhadores do segmento criativo apresentam nível de instrução mais elevado do que o encontrado na população ocupada total. Eles também apresentam maior participação percentual no segmento dos trabalhadores autônomos do que o total. A correlação positiva entre nível de renda e anos de estudo é evidenciada no setor criativo, responsável por um rendimento médio e domiciliar superior ao da população ocupada total.

Além disso, esta mensuração inicial demonstrou que este núcleo das indústrias criativas tem uma participação maior, em relação à população ocupada total, do que segmentos importantes da economia baiana, como indústria química, cultivo de soja, papel e celulose e indústria têxtil e vestuário.

Cabe destacar que a limitação das pesquisas existentes, sobre atividades criativas, evidencia a importância de avançar em desagregações e na formulação de uma base de dados mais adequada. É fundamental a geração de dados referentes à área das indústrias criativas em

sua interface com emprego, produção, exportação e direitos autorais arrecadados, possibilitando fornecer subsídios para a definição de políticas públicas específicas para o segmento.

Referências

ABARZA, J; KATZ, J. Los derechos de propiedad intelectual en el mundo de la OMC. División de Desarrollo Productivo y Empresarial. CEPAL. **Serie desarrollo productivo**, Santiago do Chile, n. 118, 2002.

ADORNO, T; HORKEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

COCCO, G; NEGRI, A. O monstro e o poeta. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 03 Mar. 2006.

COCCO, G. **Circular para produzir: novos mecanismos de socialização do conhecimento**, 2005. Disponível em: http://converse.org.br/capitalismo_cognitivo. Acesso em: 5 mar. 2006.

DCMS. **Creative industries Mapping document**, HMSO, London, 2001.

DRAKE, G. **“This place gives space”**: place and creativity in the creative industries. UK: Geoforum, n. 34, 2003.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Diagnóstico dos investimentos em cultura no Brasil**. Belo Horizonte, 1998.

KUPFER, D.; HAGUENAVER, L. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

HANDKE, C. “Defining creative industries by comparing the creation of novelty” In: FOKUS. **Creative Industries: a measure for Urban Development?** Austrian Society for Cultural Economics and Policy Studies, Vienna, 2004. Disponível em: <<http://www.fokus.or.at/>>. Acesso em: 12 dez. 2005.

HARVEY, D. A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura. In: MORAES, D. (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HESMONDHALGH, D.; PRATT, A. Cultural industries and cultural policy. **International Journal of Cultural Policy**. v. 11, n. 1, March 2005.

HOWKINS, J. The Mayors Commission on the Creative Industries. In: HARTLEY, J. (ed.) **Creative industries**. Malden, MA, Oxford e Victoria: Blackwell, 2005.

JAGUARIBE, A. **As Indústrias Criativas: parâmetros para as Políticas Públicas**. Apresentado no *Workshop* da UNCTAD sobre as Indústrias Criativas Empreendedoras. São Paulo, 9 de junho de 2004.

JAGUARIBE, A. Indústrias Criativas. **Revista Idiossincrasia**. 2006. Disponível em: <<http://portalliteral.terra.com.br/literal/calandra.nsf/weHP/HPTLiteral-0026>>. Acesso em: 10 mar. 2006.

LEMOS, R. **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

MALINI, F. O próprio e o comum: propriedade e liberdade na produção digital. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, UERJ, 2005.

McCRACKEN, G. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Fórum Internacional das Indústrias Criativas**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2005.

NEVES, A. C. **A Indústria de Conteúdos: Uma Visão Estratégica**. GEPE. Ministério da Economia, Lisboa, 2003.

O'CONNOR, J. Cultural Industries. **European Journal of Arts Education**. Manchester, v. 2, n. 3. fev. 2000.

SANTANA, S. C. P.; SOUZA, N. R. M. Além da diversão e arte o pão: o mercado de trabalho na Região Metropolitana de Belo Horizonte. **Cadernos do CEHC: série cultura**. Belo Horizonte, n. 1, 2001. Disponível em: <www.fjp.gov.br/produtos/cehc/caderno>. Acesso em: 13 mar. 2006.

SEGRS K; HUIJGH, E. Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries. Gent (Belgica): Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen. **Working paper**; n. 2, 2006. 17 p.

TEPPER, S. J. Creative Assets and the Changing Economy. **Journal of Arts Management, Law & Society**. v. 32 n. 2. 2002.

THROSBY, D. **Economics and Culture**. Cambridge University Press. 2001(a).

THROSBY, D. Defining the artistic workforce: the Australian experience. **Poetics**, n. 28: 255-271, 2001(b).

UNESCO. **Understanding Creative Industries: cultural statistics for public-policy making**. Unesco. 2006. Disponível em: <<http://www.unesco.org.br>>. Acesso em: 17 abr. 2006.

UNESCO. **International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003: defining and capturing the flows of global cultural trade**. Unesco, 2005. Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=6383_201&ID2=DO_TOPIC>. Acesso em: 7 fev. 2006.

UNESCO. **Declaração Universal Sobre A Diversidade Cultural**. Unesco, 2002. Disponível em: <http://www.unesco.org.br/areas/cultura/divcult/dcult/mostra_documento>. Acesso em: 23 mar. 2006.

UNICAMP. **Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR Chile**. OMPI, Campinas: Unicamp, 2003.

VIEIRA, A. S. Bases para o Brasil na sociedade da informação: conceitos, fundamentos e universo político da indústria e serviços de conteúdos. In: **Sociedade da Informação**. Brasília: CNPq/IBICT, 1998. p. 69-164.

WIPO, **Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries**, Geneva, 2003.