

OS IMPACTOS DA ECONOMIA CRIATIVA NA GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA NO MUNICÍPIO DE CURITIBA

Bruno Aguiar Casagrande¹
Solidia Elizabeth dos Santos²

RESUMO

Este trabalho busca analisar os impactos e a evolução da Economia Criativa na geração de emprego e renda no Município de Curitiba e entre 2004 e 2013, bem como verificar qual o perfil demográfico dos profissionais do setor, comparando o desempenho do município com os dados do Brasil, do Estado do Paraná e das seguintes capitais: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre. Verificou-se que, embora o número de empregos gerados em Curitiba tenha dobrado, passando de 11.138 empregos para 22.351, esse valor ainda é muito pequeno perto do potencial que existe para o desenvolvimento do setor, que representa pouco mais de 2% da população ocupada do município. Em outras capitais, como São Paulo e Rio de Janeiro, o setor criativo tem maior representatividade na geração de emprego e de renda. Quanto ao perfil demográfico do profissional, percebe-se que tanto em Curitiba como em outras capitais o setor é formado por pessoas jovens, na sua maioria abaixo da média de todo o mercado de trabalho nacional, que é de 36 anos. Verificou-se também que quanto maior o grau de instrução, maior o salário, como é percebido principalmente nas categorias de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e Arquitetura. Concluiu-se, dessa forma, que a Economia Criativa, embora com boa evolução entre 2004 e 2013, ainda é pouco representativa na geração de emprego em Curitiba, apesar de ter demonstrado potencial para desenvolvimento, especialmente considerando que em alguns setores concentram-se salários elevados, o que favorece a geração de renda e a melhoria na qualidade de vida da população.

Palavras-chave: Economia Criativa. Criatividade. Desenvolvimento Econômico.

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2014-2015). *E-mail*: bruno.casagrande@outlook.com

² Mestre em Organização e Desenvolvimento pela FAE Centro Universitário Professora da FAE Centro Universitário. *E-mail*: solidia.santos@fae.edu

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico foi historicamente impulsionado pelo emprego intensivo de capital e força de trabalho, orientados para a produção em massa, e resultou em profundas transformações tecnológicas, apoiadas no avanço do conhecimento e alterando a forma de organização da produção. Um dos principais marcos dessa transformação foi a valorização dos recursos intelectuais e da troca de conhecimentos em contraponto à mecanização e ao trabalho humano repetitivo. Dentro desse novo cenário, o setor de serviços, no conjunto da economia, passou a ser uma variável fundamental para o desenvolvimento econômico das nações, tendo como componente a capacidade criativa e intelectual dos indivíduos.

Santos-Duisenberg (2012) salienta que o setor gera crescimento econômico, empregos e divisas. Dada a sua característica multidisciplinar, a Economia Criativa contribui potencialmente para a redução da pobreza e a inserção de excluídos e minorias, tais como mulheres e jovens talentosos que desempenham informalmente atividades criativas (artesanato, festas populares, dança etc.).

A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2014) considera que nas últimas décadas as empresas não só passaram a reconhecer a importância do conhecimento como insumo de produção, como também a perceber seu papel transformador no sistema produtivo.

O desenvolvimento econômico é o processo pelo qual ocorre uma variação positiva das variáveis quantitativas de uma nação ou de uma região. Sendo assim, é necessário que o crescimento econômico, calculado pelo aumento no Produto Interno Bruto (PIB), venha acompanhado de variações positivas das variáveis qualitativas, como melhorias na qualidade de vida, geração de emprego, geração de renda, educação, saúde, infraestrutura e profundas mudanças da estrutura socioeconômica de uma região e ou país, os quais são medidos por indicadores como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o Índice de Pobreza Humana e o Coeficiente de Gini.

Diante do exposto, levantou-se o seguinte questionamento: Qual a representatividade da Economia Criativa na geração de emprego e renda do Município de Curitiba e qual é o perfil demográfico dos profissionais do setor?

Desse modo, o objetivo principal desta pesquisa é fornecer uma análise da representatividade da Economia Criativa na renda e no emprego no Município de Curitiba, bem como a evolução de 2004 a 2013, e apresentar a idade média e o nível de escolaridade dos profissionais criativos.

Todas as análises foram feitas comparando o desempenho do município com os dados do Brasil, do Estado do Paraná e de quatro outras capitais selecionadas, sendo elas: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. A metodologia adotada neste estudo consiste em pesquisa exploratória bibliográfica³ e documental⁴ de estudos anteriormente realizados.

A pesquisa de levantamento foi realizada a partir de dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2014), que realiza um mapeamento nacional da Economia Criativa, complementados por dados da Prefeitura Municipal de Curitiba.

1 CONCEITOS DE ECONOMIA CRIATIVA

A criatividade tem se tornado uma variável bastante discutida em estratégias empresariais como forma de agregar valor aos produtos e serviços e conquistar posicionamento no mercado. Pelo fato de a criatividade ser aplicada em praticamente todas as atividades humanas, sejam elas de caráter econômico ou não, o conceito de Economia Criativa não é totalmente delineável. Por essa razão, a construção de um conceito capaz de definir o limite que separa a Economia Criativa da não criativa é uma tarefa subjetiva e, por vez, contraditória.

A United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD (2008) inicialmente definiu Indústria Criativa como um *cluster* de atividades que tem a criatividade como um componente essencial. Essas atividades estão diretamente inseridas no processo industrial e são sujeitas à proteção de direitos autorais. Posteriormente, o conceito foi expandido e adotou uma terminologia-chave com abordagem holística e multidisciplinar. Dessa forma, a United Nations (2010) considerou a Economia Criativa como um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

³ A pesquisa bibliográfica é definida por Lakatos e Marconi (1996, p. 66) como aquela que abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, dissertações, internet etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnéticas e audiovisuais (filme e televisão). “A sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi dito, escrito ou filmado sobre determinado assunto”.

⁴ A pesquisa documental é similar à pesquisa bibliográfica. Gil (1991, p. 51) considera que a pesquisa documental consiste em um instrumental de apoio a qualquer pesquisa. O que difere a pesquisa bibliográfica da documental é a natureza das fontes: a pesquisa documental se utiliza basicamente de contribuições de diversos autores, enquanto que a bibliográfica vale-se de materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Já o Ministério da Cultura (BRASIL, 2012) considera que os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço e cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. Isso confere grande destaque à característica intersetorial da Economia Criativa e explica que a criação do produto criativo pode passar por diversos outros produtos, como no caso do arranjo produtivo da música, apresentado pelos autores.

Para os fins deste artigo, foram utilizadas categorias de profissionais criativos estabelecidas pela Secretaria de Economia Criativa (SEC), as quais são utilizadas pela FIRJAN em seu mapeamento.

2 POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS VOLTADAS À ECONOMIA CRIATIVA DE ESCOPO NACIONAL E NO MUNICÍPIO DE CURITIBA

As políticas nacionais relativas à Economia Criativa têm origem na Secretaria da Economia Criativa, ligada ao Ministério da Cultura – o qual produziu o Plano da Secretaria da Economia Criativa (SEC). A SEC foi criada pelo Ministério da Cultura por meio do Decreto n. 7.743, de 31 de maio de 2012, com a missão de conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.

As políticas públicas a serem implementadas, com apoio da Secretaria, devem almejar objetivos propostos pelo plano, como estimular a Economia Criativa, incentivando o mapeamento do setor, fomentando polos criativos, impulsionando as exportações, auxiliando micro e pequenos empreendedores desconcentrando a produção criativa

Em Curitiba, a Lei n. 14.371, de 9 de dezembro de 2013, publicada no Diário Oficial da União em 10 de dezembro de 2013, dispõe sobre o plano plurianual para o período de 2014 a 2017. Na dimensão do desenvolvimento econômico, o Programa 8 tem como tema o **Programa Curitiba Criativa** e como órgão gestor a Agência Curitiba de Desenvolvimento S/A, envolvendo outros órgãos, como o Curitiba Turismo – Instituto Municipal de Turismo, a Fundação Cultural de Curitiba e a Secretaria Municipal de Administração.

O objetivo geral da lei é Reposicionar Curitiba no patamar das principais cidades inovadoras e criativas, desenvolvendo a economia verde e criativa, aproveitando melhor os recursos e fomentando as competências e o empreendedorismo local. A justificativa

para o programa é que, a cada ano, a criatividade e o capital intelectual movimentam cerca de US\$ 3 trilhões em negócios mundialmente, sendo responsáveis por 10% da economia mundial.

O Programa Curitiba Criativa visa fortalecer essa nova economia e distribuir melhor pela cidade os benefícios gerados pelos empreendedores criativos. O nicho econômico planejado tem como essência a valorização da cultura, elemento presente em 13 áreas de atuação (nas quais a cidade já revela certo destaque): Arquitetura, Publicidade, Design, Artes, Antiguidades, Artesanato, Moda, Cinema e Vídeo, Televisão, Editoração e Publicações, Artes Cênicas e Performáticas, Rádio e *Softwares* de Lazer e Música.

3 O PERFIL DO PROFISSIONAL E A GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA NA ECONOMIA CRIATIVA DO MUNICÍPIO DE CURITIBA

O objetivo desta pesquisa é analisar os indicadores da Economia Criativa em relação à geração de emprego e renda do Município de Curitiba, bem como o perfil dos profissionais que atuam no setor, buscando uma comparação entre dados do Brasil, do Estado do Paraná e de outras capitais selecionadas (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Rio Grande do Sul). Essas capitais representam os Estados de maior participação na geração de produto de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

3.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa de levantamento foi realizada tomando-se como base o estudo realizado pela FIRJAN (2014) no Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, complementados por informações da Prefeitura Municipal de Curitiba.

O período analisado abarca os anos de 2004 e 2013, considerando os seguintes indicadores:

- a) número de empregos gerados por categorias da indústria criativa;
- b) média salarial dos profissionais por categoria;
- c) nível de escolaridade;
- d) idade média dos profissionais do setor.

De acordo com o Mapeamento da Economia Criativa no Brasil (FIRJAN, 2014), as categorias e segmentos profissionais analisados foram: Arquitetura, Artes Cênicas, Audiovisual, Biotecnologia, Design, Editorial, Expressões Culturais, Moda, Música,

Patrimônio e Artes, Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), Publicidade e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

3.2 DADOS POPULACIONAIS, POPULAÇÃO OCUPADA E NÚMERO DE EMPREGOS DA ECONOMIA CRIATIVA

Segundo dados da FIRJAN (2014), o país tinha 809.533 mil trabalhadores formais atuando em empreendimentos ligados à Economia Criativa em 2011, quando o segmento movimentou R\$ 110 bilhões – ou 2,7% do PIB brasileiro. Os trabalhadores da área apresentam uma remuneração média de R\$4.693,00, com uma média de 12,5 anos de estudo.

Entretanto, em Curitiba, a Economia Criativa ainda é embrionária. Segundo informações da Prefeitura Municipal de Curitiba, o município está em 12º lugar como cidade mais criativa do Brasil, sendo uma das maiores dificuldades a transformação de pessoas criativas em empreendedoras. A Economia Criativa existe, mas ainda não é tratada como um recorte da economia tradicional. Ela é um pedaço do setor de serviços e consegue estabelecer o mais alto valor agregado ao seu produto ou serviço dentro da economia.

A TAB. 1 mostra os dados do IBGE, verificados no censo 2010, em relação à população residente, à população ocupada nas capitais analisadas e à proporção dos profissionais da Economia Criativa em relação ao número de profissionais identificados pela FIRJAN no Mapeamento das indústrias criativas no Brasil em 2013.

TABELA 1 – População residente, população ocupada e ocupação na Economia Criativa

Capital	População residente	População ocupada	Número de profissionais na Economia Criativa	%
Curitiba	1.751.907	1.084.369	22.351,00	2,06%
Rio de Janeiro	6.320.446	2.870.096	80.049,00	2,79%
São Paulo	11.253.503	6.062.016	167.048,00	2,76%
Belo Horizonte	2.375.151	1.590.502	32.964,00	2,07%
Porto Alegre	1.409.351	875.881	17.579,00	2,01%

FONTE: IBGE (2010) e FIRJAN (2014, adaptado)

A TAB. 1 mostra que, das cinco capitais analisadas, o Rio de Janeiro é a com o maior percentual (2,79%) de população ocupada trabalhando em setores criativos, seguida por São Paulo, com 2,76%, e Belo Horizonte, com 2,07%.

Curitiba está em penúltimo lugar no número de profissionais da Economia Criativa em relação ao total da população ocupada. Somente 2,06% da população está inserida em segmentos criativos, ficando atrás somente do Município de Porto Alegre, cujo percentual é de 2,01%. Isso revela a baixa participação do setor criativo na geração de emprego.

3.3 GERAÇÃO DE EMPREGOS POR CATEGORIA CRIATIVA

O levantamento dos dados do Brasil, do Estado do Paraná e dos estados selecionados está apresentado nas tabelas de 2 a 5, que mostram o número de profissionais empregados em cada categoria nos anos de 2004 e 2013.

A TAB. 2 mostra o número de empregados na Indústria Criativa no Brasil e no Paraná nos anos de 2004 e 2013, bem como a evolução desta.

TABELA 2 – Brasil e Paraná: número de empregados na Indústria Criativa (2004 e 2013)

Categoria	Brasil		Var	Paraná		Var
	2004	2013	%	2004	2013	%
Arquitetura	62.692	124.470	98,54%	3.358	6.978	107,80%
Artes Cênicas	7.219	11.179	54,86%	345	598	73,33%
Audiovisual	36.345	50.572	39,14%	2.255	3.115	38,14%
Biotecnologia	13.243	26.862	102,84%	275	891	224,00%
Design	42.585	86.984	104,26%	3.048	6.886	125,92%
Editorial	27.843	50.816	82,51%	1.846	3.377	82,94%
Expressões Culturais	18.333	22.491	22,68%	1.131	1.608	42,18%
Moda	60.457	56.676	-6,25%	2.263	2.736	20,90%
Música	7.496	12.022	60,38%	558	559	0,18%
Patrimônio e Artes	10.205	16.423	60,93%	545	787	44,40%
P&D	82.223	166.300	102,25%	4.555	8.216	80,37%
Publicidade	45.731	154.782	238,46%	2.067	7.717	273,34%
TIC	55.462	112.942	103,64%	2.928	7.164	144,67%
TOTAL	469.834	892.519	89,96%	25.174	50.632	101,13%

FONTE: FIRJAN (2014)

A pesquisa mostrou que, em 2004, o Brasil empregou 469.834 profissionais nas áreas pesquisadas, conforme a TAB. 2. Nesse ano, as áreas que empregavam o maior número de profissionais foram: P&D, Arquitetura, Moda e TIC, que juntas totalizaram 260.834 empregos – ou 55,52%.

Em 2013, o emprego total evoluiu para 892.519 profissionais, um aumento de 89,96%. Com esse incremento, percebe-se um aumento na concentração do emprego

em alguns setores, sendo que a moda perdeu espaço para o Design. Juntos, os setores de P&D, Arquitetura, Design e TIC empregaram 62,57% dos profissionais criativos. De todos os setores, o de Moda foi o único a apresentar redução, sendo esta de 6,25%. O segmento de Publicidade foi o que apresentou maior crescimento no número de empregos, somando um aumento 238,46%.

A remuneração total paga no país (somatório da multiplicação do número de profissionais pelo salário médio de cada segmento) evoluiu de R\$ 2.030.902.277,23 (em 2004) para R\$ 4.839.453.689,02 (em 2013), ou seja, houve um crescimento de 138,29%. Curitiba viu sua remuneração total evoluir 116,63%, um crescimento inferior a todas as outras cidades analisadas. Já o Rio de Janeiro apresentou maior variação: 162,64%.

A seguir será apresentado o número de empregos das cinco capitais analisadas. A TAB. 3 revela o número de empregados na Indústria Criativa em Curitiba e Porto Alegre, nos anos de 2004 e 2013, bem como a evolução na Indústria Criativa.

TABELA 3 – Curitiba e Porto Alegre: número de empregados na Indústria Criativa (2004 e 2013)

Categoria	Curitiba		Var	Porto Alegre		Var
	2004	2013	%	2004	2013	%
Arquitetura	1.856	3.722	100,54%	1.535	2.828	84,23%
Artes Cênicas	151	213	41,06%	101	108	6,93%
Audiovisual	426	829	94,60%	695	1.148	65,18%
Biotecnologia	151	417	176,16%	158	351	122,15%
Design	1.355	2.734	101,77%	663	1.270	91,55%
Editorial	861	1.451	68,52%	1.129	1.521	34,72%
Expressões Culturais	316	528	67,09%	393	345	-12,21%
Moda	493	484	-1,83%	259	214	-17,37%
Música	178	196	10,11%	172	214	24,42%
Patrimônio e Artes	187	228	21,93%	160	279	74,38%
P&D	2.237	3.949	76,53%	1.053	2.172	106,27%
Publicidade	1.211	4.383	261,93%	1.074	3.365	213,31%
TIC	1.716	3.217	87,47%	1.617	3.764	132,78%
TOTAL	11.138	22.351	100,67%	9.009	17.579	95,13%

FONTE: FIRJAN (2014)

A TAB. 4 mostra o número de empregados na Indústria Criativa no Brasil e no Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte nos anos de 2004 e 2013, bem como a evolução desta.

TABELA 4 – São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte: número de empregados na Indústria Criativa (2004 e 2013)

Categoria	São Paulo			Rio de Janeiro			Belo Horizonte		
	2004	2013	Var %	2004	2013	Var %	2004	2013	Var %
Arquitetura	11.311	23.213	105,23%	6.436	12.480	93,91%	3.348	7.783	132,47%
Artes Cênicas	715	1.162	62,52%	1.267	1.589	25,41%	267	322	20,60%
Audiovisual	4.139	6.617	59,87%	2.051	3.396	65,58%	587	1.149	95,74%
Biotecnologia	4.694	5.529	17,79%	554	2.528	356,32%	1.320	2.072	56,97%
Design	6.299	13.130	108,45%	2.622	4.958	89,09%	1.239	2.768	123,41%
Editorial	5.442	9.408	72,88%	2.671	4.366	63,46%	963	1.741	80,79%
Expressões Culturais	2.375	2.777	16,93%	1.362	1.393	2,28%	535	607	13,46%
Moda	6.331	6.207	-1,96%	1.852	1.713	-7,51%	1.865	1.283	-31,21%
Música	526	1.145	117,68%	590	567	-3,90%	241	341	41,49%
Patrimônio e Artes	1.651	3.390	105,33%	697	1.605	130,27%	254	507	99,61%
P&D	10.690	20.095	87,98%	9.654	21.840	126,23%	3.351	6.054	80,66%
Publicidade	14.688	50.631	244,71%	5.120	14.556	184,30%	1.547	4.129	166,90%
TIC	11.184	23.744	112,30%	5.656	9.058	60,15%	2.206	4.208	90,75%
TOTAL	80.045	167.048	108,69%	40.532	80.049	97,50%	17.723	32.964	86,00%

FONTE: FIRJAN (2014)

Verificou-se que do ano de 2004 para 2013, o número de pessoas empregadas na Indústria Criativa no Município de Curitiba cresceu 100,67%, passando de 11.138, em 2004, para 22.351, em 2013. Os quatro maiores empregadores neste último ano foram Publicidade, com 4.383 profissionais, seguido por P&D, com 3.949, Arquitetura, com 3.722, e TIC com, 3.217, totalizando 68,32% dos empregos. Os dados apresentaram, portanto, mais concentração do que a análise nacional.

No Estado do Paraná, o crescimento foi um pouco superior, de 101,13%, com o total do emprego passando de 25.174 profissionais, em 2004, para 50.632, em 2013.

Comparando o crescimento dos empregos criativos de Curitiba às demais capitais, Curitiba foi a que apresentou o segundo maior crescimento, ficando atrás somente de São Paulo, que tinha 80.045 empregados no segmento em 2004, passando para 167.048 em 2013, o que representa um crescimento de 108,69%. Curitiba, tanto em 2004 como em 2013, concentrou mais de 44% do total de empregos da Economia Criativa do Estado do Paraná.

Ainda em relação ao crescimento do número de empregos da Economia Criativa, o Rio de Janeiro ficou em terceiro lugar em relação à taxa de crescimento, passando de 40.532 empregados para 80.049 (o que representa um aumento de 97,50%). Em

seguida vem Porto Alegre, que tinha 9.009 empregados em 2004, passando para 17.579 em 2013 (aumento de 95,13%), e Belo Horizonte, que foi a capital que apresentou menor aumento, visto que possuía 17.723 empregados em 2004 e passou para 32.964 em 2013 – o que representa um aumento de 86%.

Em números absolutos, Curitiba, em 2004, empregou um número de trabalhadores na Economia Criativa superior apenas a Porto Alegre, dentre as capitais analisadas, e essa situação se manteve em 2013. São Paulo sempre foi a capital que mais empregou no segmento, sendo que em 2004, com 80.045 profissionais, empregou praticamente a mesma quantidade que o Rio de Janeiro, que ficou em segundo lugar, em 2013, com 80.049 postos de trabalho. Porém, analisando a TAB. 1, isso se justifica pelo fato de essas duas cidades concentrarem maior número de habitantes e pessoas ocupadas que as demais capitais.

Com relação à evolução do emprego nos setores, a maior variação no número de empregados no Município de Curitiba foi no segmento Publicidade, que em 2004 empregava 1.211 profissionais e passou, em 2013, para 4.383, apresentando um aumento de 261,93%. Percebe-se que essa liderança é verificada também na análise nacional e se repete em todas as demais capitais analisadas, com exceção do Rio de Janeiro, onde o segmento de Biotecnologia cresceu 356,32%, deixando Publicidade em segundo lugar.

Além do segmento de Publicidade, em Curitiba se destacam pelo número de empregos os segmentos de TIC, Arquitetura, P&D, Design e Editorial. Todos apresentaram significativo aumento no período. O único segmento com redução foi Moda, que encolheu em 1,83%. O segmento empregava o número de 493, em 2004, e passou para 484 em 2013. Destaca-se também o segmento Música, que apresentou um crescimento bastante singelo de apenas 10,11% – o menor em Curitiba. Nesse segmento, o Município apresentou desempenho superior apenas ao Rio de Janeiro, que viu uma redução de 3,9% no emprego.

3.4 A REMUNERAÇÃO DAS CATEGORIAS DA ECONOMIA CRIATIVA

O salário médio nacional dos profissionais da Economia Criativa em 2004 foi de R\$ 3.539,20, passando a R\$ 4.094,33 em 2013, o que representa um aumento de 15,69%. Os dados de crescimento salarial no Brasil, no Estado do Paraná e nas capitais selecionadas podem ser observados nas tabelas de 5 a 7. A TAB. 5 a seguir mostra os dados do Brasil e do Estado do Paraná.

TABELA 5 – Brasil e Paraná: salário médio da Indústria Criativa (2004 e 2013)

Segmento	Brasil		Var	Paraná		Var
	2004	2013	%	2004	2013	%
Arquitetura	5.353,50	6.926,66	29,39%	4.829,51	6.235,00	29,10%
Artes Cênicas	3.047,15	3.156,54	3,59%	1.541,71	2.003,12	29,93%
Audiovisual	1.781,60	2.363,79	32,68%	1.301,05	1.756,91	35,04%
Biotecnologia	3.790,70	4.911,25	29,56%	3.728,60	4.499,27	20,67%
Design	2.556,12	2.759,82	7,97%	2.167,51	2.366,81	9,19%
Editorial	3.828,97	3.793,68	-0,92%	2.904,48	3.212,26	10,60%
Expressões Culturais	1.145,90	1.508,18	31,62%	1.007,04	1.471,00	46,07%
Moda	993,21	1.411,72	42,14%	792,77	1.462,66	84,50%
Música	1.661,97	2.215,61	33,31%	1.509,71	2.948,93	95,33%
Patrimônio e Artes	2.879,51	3.720,54	29,21%	1.989,37	2.755,84	38,53%
P&D	8.343,60	9.989,99	19,73%	7.723,94	8.041,39	4,11%
Publicidade	5.701,41	5.075,41	-10,98%	4.653,16	3.960,16	-14,89%
TIC	4.925,96	5.393,13	9,48%	3.679,83	3.743,67	1,73%

FONTE: FIRJAN (2014)

Destacam-se, em nível nacional e estadual, os salários dos setores de P&D e Arquitetura. Porém, em relação à média de aumento salarial das categorias, todas ficaram abaixo da inflação.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) no período de 2004 a 2013 foi de 47,63%, porém, no Brasil, em nenhum dos segmentos o aumento foi inferior a 35%. O mesmo não aconteceu no Paraná, onde os setores de Moda, Música e Patrimônio e Artes apresentaram aumento superior à inflação.

A TAB. 6 mostra os dados salariais da Indústria Criativa de Curitiba e Porto Alegre.

TABELA 6 – Curitiba e Porto Alegre: salário médio da Indústria Criativa (2004 e 2013)

SEGMENTO	CURITIBA		VAR	PORTO ALEGRE		VAR
	2004	2013	%	2004	2013	%
Arquitetura	5.869,20	7.608,72	29,64%	6.008,71	7.190,79	19,67%
Artes Cênicas	2.047,59	3.146,24	53,66%	1.629,48	1.901,08	16,67%
Audiovisual	2.337,92	2.425,98	3,77%	2.366,87	3.007,83	27,08%
Biotecnologia	3.749,50	5.452,81	45,43%	4.700,80	4.465,82	-5,00%
Design	2.612,97	2.855,81	9,29%	2.270,21	2.600,43	14,55%
Editorial	3.638,88	4.136,47	13,67%	3.506,25	3.577,67	2,04%
Expressões Culturais	1.212,30	1.638,17	35,13%	1.291,57	1.662,14	28,69%
Moda	911,29	1.280,68	40,53%	1.247,18	1.599,23	28,23%
Música	2.101,89	3.837,83	82,59%	1.744,57	4.368,93	150,43%
Patrimônio e Artes	2.432,64	3.396,32	39,61%	3.693,10	3.302,35	-10,58%
P&D	8.261,72	8.128,82	-1,61%	7.015,59	8.017,63	14,28%
Publicidade	5.241,20	4.273,56	-18,46%	4.050,09	3.833,26	-5,35%
TIC	4.428,92	4.672,39	5,50%	4.453,07	5.185,67	16,45%

FONTE: FIRJAN (2014)

A TAB. 7 mostra os dados referentes à média salarial da Indústria Criativa de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

TABELA 7 – São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte: salário médio da Indústria Criativa (2004 e 2013)

Segmento	São Paulo			Rio de Janeiro			Belo Horizonte		
	2004	2013	Var %	2004	2013	Var %	2004	2013	Var %
Arquitetura	6.819,97	7.768,79	13,91%	7.200,34	9.688,72	34,56%	5.304,86	7.028,67	32,49%
Artes Cênicas	3.674,89	3.149,25	-14,30%	7.669,83	10.032,94	30,81%	1.988,45	2.281,86	14,76%
Audiovisual	3.345,18	3.864,74	15,53%	5.054,63	6.890,12	36,31%	2.084,51	2.681,64	28,65%
Biotecnologia	4.285,34	6.242,57	45,67%	3.815,56	8.365,98	119,26%	4.346,15	4.205,09	-3,25%
Design	2.890,65	3.232,78	11,84%	2.649,32	3.474,98	31,16%	1.868,92	2.782,80	48,90%
Editorial	6.676,32	5.830,25	-12,67%	5.247,71	5.816,66	10,84%	4.442,56	3.960,80	-10,84%
Expressões Culturais	1.716,70	1.982,76	15,50%	1.370,84	1.813,19	32,27%	535,00	1.348,81	152,11%
Moda	1.376,86	2.168,45	57,49%	1.485,05	2.570,94	73,12%	838,50	1.299,05	54,93%
Música	4.485,94	4.717,73	5,17%	3.472,48	3.763,49	8,38%	2.188,13	3.860,69	76,44%
Patrimônio e Artes	4.990,76	5.728,51	14,78%	4.992,56	5.734,52	14,86%	3.158,25	4.301,50	36,20%
P&D	8.615,05	9.804,86	13,81%	11.443,33	15.311,74	33,80%	6.537,27	8.642,58	32,20%
Publicidade	7.696,70	6.750,18	-12,30%	6.660,27	6.209,17	-6,77%	4.659,82	4.094,02	-12,14%
TIC	7.624,53	8.031,27	5,33%	6.538,51	7.890,08	20,67%	3.817,98	4.632,62	21,34%

FONTE: FIRJAN (2014)

Com relação à variação salarial, percebe-se que a maioria dos segmentos apresentou aumento na remuneração média abaixo da inflação do país, que foi de 47,63% (de acordo com o IPCA), com exceção dos segmentos de Música, cuja variação foi de 82,59% em Curitiba e 150,43% em Porto Alegre, e Moda, cuja variação foi de 57,49% em São Paulo, 73,12% no Rio de Janeiro e 54,93% em Belo Horizonte.

O segmento de Biotecnologia também apresentou grande variação no Rio de Janeiro, com 119,26%. Já em Belo Horizonte, os segmentos que se destacaram foram Expressões Culturais e Música, que apresentaram um aumento de 152,11% e 76,44%, respectivamente. Design teve uma variação de 48,90% em Belo Horizonte. Todos os demais segmentos em todas as capitais apresentaram aumento abaixo do IPCA.

O segmento de Moda apresentou crescimento da remuneração nas duas maiores capitais (São Paulo e Rio de Janeiro), sendo estes os dois maiores centros do segmento no país, visto que é onde acontecem os maiores desfiles de inserção internacional: São Paulo *Fashion Week* e Rio *Fashion Week*. Isso mostra que nessas capitais este é um segmento importante, embora o número de postos de trabalho tenha reduzido em ambas as capitais.

O segmento de Publicidade, embora tenha apresentado um significativo aumento no número de profissionais em todas as capitais, chama também a atenção pela queda na remuneração média em todas elas. A menor queda foi em Porto Alegre (-5,35%) e a maior em Curitiba (-18,46%).

Analisando a estrutura da remuneração da Economia Criativa, percebe-se que, no ano de 2004, as maiores remunerações eram P&D, Publicidade, Arquitetura e TIC. No ano de 2013, verificou-se que P&D se manteve como segmento mais bem remunerado. A capital que mais remunerou nesse segmento, em 2013, foi Rio de Janeiro, com média de R\$ 15.311,74, valor consideravelmente acima de São Paulo, que remunerou no mesmo ano R\$ 11.433,33. Curitiba figurou como a segunda que menos remunerou nesse segmento, com salário de R\$ 8.128,82, e foi a única capital que apresentou redução em 2004, variando -1,61%.

O segundo segmento que melhor remunerou em 2013 foi o de Arquitetura, com salário médio acima de R\$ 7.000,00 em todas as capitais. Em Curitiba, o salário foi de R\$7.608,20 em 2013.

Em 2013, TIC foi o terceiro segmento de maior remuneração. O maior salário foi verificado no Rio de Janeiro (R\$ 7.890,08) e o menor em Belo Horizonte (R\$ 4.632,62). Em Curitiba, a remuneração no segmento foi de R\$ 4.672,39, valor superior apenas a Belo Horizonte.

O quarto segmento com melhor remuneração foi o de Publicidade e Propaganda, com maior remuneração no Rio de Janeiro, cujo salário médio foi de R\$ 6.209,17, e menor em Porto Alegre, com salário médio de R\$ 3.833,26.

Como apresentado anteriormente, o segmento de Publicidade e Propaganda foi o que mais apresentou aumento no número de postos de trabalho, acima de 150% em todas as capitais analisadas, porém foi o que apresentou maior redução no rendimento, também verificado em todas as capitais. A demanda pela mão de obra no segmento pode ter contribuído para esta redução na remuneração.

Em ordem de maior variação no salário médio, em Curitiba os setores classificam-se da seguinte forma: Música (82,59%); Artes Cênicas (53,66%); Biotecnologia (45,43%); Moda (40,53%); Patrimônio e Artes (39,61%); Expressões Culturais (35,13%); Editorial (13,67%); Design (9,29%); TIC (5,5%) e Audiovisual (3,77%).

Em relação à renda total gerada pela Economia Criativa, em 2004 Curitiba foi responsável por 2,64% da remuneração total nacional, isto é, R\$ 53.528.180,17. Ficou atrás de São Paulo, com 23,74%, Rio de Janeiro, com 13,85%, e Belo Horizonte, com 3,57%, mas à frente de Porto Alegre, com 1,87%. No ano de 2013, Curitiba passou a remunerar, do total, 2,40%, ou seja, R\$ 115.958.747,47.

Conclusivamente, percebe-se que a capital paranaense expandiu a proporção do emprego e da renda da Economia Criativa, porém é ainda uma proporção muito pequena perto do potencial que o município apresenta.

3.5 O PERFIL DOS PROFISSIONAIS DA ECONOMIA CRIATIVA

A TAB. 8 e a TAB. 9 apresentam a escolaridade média dos profissionais da Economia Criativa, de cada segmento criativo, no ano de 2013. Foram coletados os dados para o Estado do Paraná, e, além disso, para os Municípios de Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Os dados para cada região foram dispostos em três colunas, contendo, em ordem, a porcentagem de profissionais no segmento com ensino superior completo, seguido por médio completo, fundamental completo, fundamental incompleto e analfabeto, conforme o Mapeamento da Economia Criativa no Brasil (FIRJAN, 2014).

A TAB. 8 representa o percentual de profissionais por nível de escolaridade em Curitiba e Porto Alegre:

TABELA 8 – Curitiba e Porto Alegre: distribuição (%) do grau de escolaridade dos profissionais da Indústria Criativa (2013)

Segmento	Curitiba			Porto Alegre		
	Sup. Completo %	Ens. Médio Completo %	OUTROS %	Sup. Completo %	Ens. Médio Completo %	Outros %
Arquitetura	90,00	9,10	0,90	89,10	10,60	0,30
Artes Cênicas	59,20	37,19	3,61	38,90	47,20	13,90
Audiovisual	38,60	50,10	11,30	47,00	47,10	5,90
Biotecnologia	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00
Design	50,90	45,90	3,20	39,50	55,60	4,90
Editorial	70,20	26,60	3,20	65,20	31,00	3,80
Expressões Culturais	8,30	60,20	31,50	6,70	56,80	36,50
Moda	7,00	52,30	40,70	12,10	50,50	37,40
Música	57,10	31,60	11,30	50,50	37,90	11,60
Patrimônio e Artes	49,60	45,20	5,20	42,30	46,60	11,10
P&D	98,80	1,20	0,00	97,40	2,50	0,10
Publicidade	66,80	31,50	1,70	56,40	41,40	2,20
TIC	57,90	39,80	2,30	50,20	48,20	1,60

FONTE: FIRJAN (2014)

Os dados nacionais e do Estado do Paraná mostram que Biotecnologia possui 100% dos profissionais com curso superior completo, e também é o segmento que

melhor remunera em todas as capitais, mostrando uma ligação direta entre o nível de escolaridade e a remuneração.

Também se destaca o segmento de P&D, no qual aproximadamente 98% dos profissionais possui curso superior completo. É um dos segmentos que melhor remunera, seguido por Arquitetura, onde o nível de escolaridade é próximo de 90%, tanto no Paraná como em nível nacional, e a remuneração também é uma das maiores da Economia Criativa.

A TAB. 9 representa o percentual de profissionais por nível de escolaridade no Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

TABELA 9 – São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte: distribuição (%) do grau de escolaridade dos profissionais da Indústria Criativa (2013)

Segmento	São Paulo			Rio de Janeiro			Belo Horizonte		
	Sup. Completo %	Médio completo %	Outros %	Sup. Completo %	Médio completo %	Outros %	Sup. Completo %	Médio completo %	Outros %
Arquitetura	89,50	9,60	0,90	87,60	11,60	0,80	86,60	12,50	0,90
Artes Cênicas	33,70	51,60	14,70	38,80	50,20	11,00	30,10	59,00	10,90
Audiovisual	39,80	45,00	15,20	46,10	41,40	12,50	45,80	42,30	11,90
Biotecnologia	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	00,00	00,00
Design	51,40	43,60	5,00	49,30	46,10	4,60	39,60	53,70	06,70
Editorial	73,00	23,90	3,10	73,60	24,10	2,30	71,40	24,40	04,20
Expressões Culturais	07,00	49,90	43,10	5,20	46,10	48,70	06,40	53,00	40,60
Moda	18,40	50,60	31,00	19,40	41,30	39,30	05,50	46,50	48,00
Música	37,70	53,40	8,90	45,70	40,90	13,40	56,30	37,20	06,50
Patrimônio e Artes	58,90	33,70	7,40	62,60	30,00	7,40	58,80	33,70	07,50
P&D	97,10	2,70	0,20	99,30	0,70	0,00	97,80	2,10	00,10
Publicidade	71,60	27,10	1,30	72,40	26,20	1,40	66,30	31,00	02,70
TIC	72,10	26,12	1,78	67,50	30,40	2,10	54,50	42,30	03,20

FONTE: FIRJAN (2014)

A análise da escolaridade em relação aos segmentos demonstra que Biotecnologia apresentou 100% dos profissionais com superior completo em todas as capitais, como foi a tendência nacional. Tal resultado é esperado pelo fato de que segmento requer qualificação elevada para a execução do trabalho, o que explica também os altos rendimentos em comparação aos demais.

Com exceção de Biotecnologia, P&D apresentou o maior percentual de qualificados no ensino superior em todas as regiões. Em Curitiba, esse valor foi de 98,80%, inferior apenas ao do Rio de Janeiro, que apresentou 99,30%. Em todas as

capitais, mais de 97% dos profissionais do segmento de P&D possui curso superior completo. Já Arquitetura aparece em terceiro lugar em todas as capitais, com mais de 86% dos profissionais com curso superior completo.

Em relação ao nível de escolaridade, o segmento de Editorial destaca-se em quase todas as capitais. Mais de 70% dos profissionais possui curso superior completo em São Paulo (73%), Rio de Janeiro (73,60%), Curitiba (70,20%) e Belo Horizonte (71,40%), exceto em Porto alegre, onde o percentual é de 65,20%.

O Segmento de TIC destaca-se em São Paulo, com 72,10% dos profissionais com curso superior completo, e no Rio de Janeiro, com 67,50%. Curitiba aparece em terceiro lugar, com 57,90%, seguido por Belo Horizonte (54,50%) e Porto alegre (50,20%).

Curitiba se destacou na categoria Artes Cênicas, pois impressionantes 59,20% dos profissionais do segmento apresentam qualificação superior, sendo a única capital em que a maioria se enquadrou nessa categoria de qualificação.

No segmento de Música, Curitiba é a capital com o maior número de profissionais com curso superior (57,10%), seguido por Belo Horizonte (56,30%), Porto Alegre (50,50%), Rio de Janeiro (45,70%) e São Paulo (37,70%).

Em Curitiba, o segmento com menor percentual de profissionais com superior completo foi Moda, com apenas 7%, seguido de 52,30% com ensino médio completo e 40,70% com, no máximo, ensino fundamental completo. A baixa escolaridade remete também ao baixo rendimento e mostra que, no município, este não é um segmento atraente para os profissionais, embora exista um potencial polo do segmento situado no Bairro Boqueirão, com inúmeras malharias, o que justificaria um direcionamento por parte do segmento público no sentido de desenvolver este potencial. Em relação às demais capitais, o segmento de expressões culturais é o que apresenta menor percentual (aproximadamente 6%) de profissionais com curso superior completo.

Observou-se na pesquisa a relação direta entre nível de escolaridade e rendimento. Quanto maior o nível de escolaridade, melhor o salário em todas as capitais e segmentos analisados.

Na TAB. 10 são apresentados os dados a respeito da idade média do profissional da Economia Criativa, nas regiões selecionadas, no ano de 2013. Para o Brasil, em conformidade com o Mapeamento da Economia Criativa no Brasil (FIRJAN, 2014), a idade média para comparação é a correspondente a todo o mercado de trabalho nacional (não apenas a Economia Criativa), que em 2013 foi de 36 anos.

TABELA 10 – Idade média dos profissionais da Indústria Criativa nas capitais selecionadas

Segmento	Curitiba	Porto Alegre	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte
Arquitetura	39	40	39	40	39
Artes Cênicas	36	31	35	38	34
Audiovisual	34	37	34	38	36
Biotecnologia	38	36	42	42	38
Design	31	32	33	34	33
Editorial	35	36	35	37	36
Expressões Culturais	37	37	37	39	37
Moda	38	41	37	41	39
Música	44	41	40	40	42
Patrimônio e Artes	36	36	36	39	38
P&D	38	40	38	41	39
Publicidade	33	32	32	34	33
TIC	33	33	35	37	33

FONTE: FIRJAN (2014)

A análise dos segmentos providencia observações interessantes. Calculando-se a média de idade de todos os profissionais, chega-se ao valor de 35 anos para Curitiba, um ano abaixo da média de todo o mercado de trabalho nacional. Percebe-se que o segmento Música apresenta idade média mais elevada em todas as capitais, visto que em nenhuma delas é inferior a 40 anos. Em Curitiba, foi a idade média mais elevada de toda a tabela (44 anos), sendo que as demais capitais, no segmento, apresentaram os seguintes resultados: Belo Horizonte (42 anos); Porto Alegre (41 anos); São Paulo e Rio de Janeiro (40 anos).

Para o segmento Arquitetura, a idade média foi de 39 anos em Curitiba, São Paulo e Belo Horizonte, e de 40 anos no Rio de Janeiro e em Porto Alegre. Expressões Culturais apresentou uma média acima dos 36 anos em todas as regiões, ficando na casa dos 37 anos para todas as capitais, exceto no Rio de Janeiro, onde esse valor foi de 39 anos. Outro segmento acima da média do mercado nacional foi o de Moda, que em Curitiba ficou em torno de 38 anos de idade. P&D também apresentou idade média mais elevada.

Dentre os setores com idade média menor, destaca-se Design, que empregou em 2013 profissionais mais jovens que os demais setores criativos, sendo que em Curitiba verificou-se a menor idade dentre as capitais analisadas, ficando em torno de 31 anos.

O segmento de Publicidade também se destaca pela juventude dos profissionais, em média 32 anos em São Paulo e Porto Alegre. Curitiba apresentou média de 33 anos, assim como Belo Horizonte. No Rio de Janeiro, a média foi de 34 anos, semelhante à de Design.

No geral, percebe-se que a Economia Criativa empregou, em 2013, profissionais jovens, sendo que o Rio de Janeiro apresentou a maior média de idade, seguido por Belo Horizonte.

CONCLUSÃO

Conclui-se, dessa forma, que o Município de Curitiba tem grande potencial criativo e que cada vez mais as atividades criativas vêm ganhando espaço dentro das estratégias governamentais, fazendo com que importância venha sendo reconhecida mundialmente.

Conforme proposto no objetivo geral, a pesquisa buscou avaliar os indicadores, analisar os impactos da Economia Criativa na geração de emprego e renda do Município de Curitiba, bem como verificar qual o perfil dos profissionais do setor, comparando o desempenho do Município com os dados do Brasil, do Estado do Paraná e de outras capitais, como Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre.

Verificou-se que, embora o número de empregos gerados pela Economia Criativa tenha praticamente dobrado de 2004 para 2013, o segmento ainda é pouco representativo dentro do tamanho da população do Município. Em 2013, os setores criativos empregavam 22.351 profissionais, o que representa pouco mais de 2% da população de habitantes ocupados.

O Município de Curitiba representa 44,14% do total de profissionais empregados nos setores criativos do Estado do Paraná e 2,5% do Brasil. Apesar da pouca representatividade nacional, no Estado, o Município tem uma grande contribuição.

Os segmentos criativos que mais se destacaram na geração de empregos foram os de Publicidade, P&D, Arquitetura, TIC e Editorial, sendo estes também os segmentos com melhor remuneração, com destaque para o de P&D, cuja remuneração média foi de R\$ 8.128,82, em 2013, e Arquitetura, com remuneração de R\$ 7.608,72. Todos os demais segmentos em Curitiba apresentaram rendimento abaixo de R\$ 4.700,00. Os melhores salários em P&D também foram verificados nas demais capitais, principalmente no Rio de Janeiro, onde o salário médio é de R\$ 15.311,74.

O aumento da remuneração média da Indústria Criativa de 2004 para 2013, em geral, foi um ponto que chamou a atenção no período analisado. De 2004 para 2013 houve um aumento de 47,63% no IPCA, e o aumento na remuneração média da maioria dos segmentos ficou abaixo do índice inflacionário.

Embora exista no Município de Curitiba um polo potencial para desenvolvimento da indústria da moda, no bairro do Boqueirão, o segmento chamou a atenção, pois, além de ser uma das categorias criativas que menos emprega pessoas, 484 em 2013, também é a que menos remunera. O salário foi o menor em Curitiba, dentre todos os setores, ficando em R\$ 1.280,68. Também é o segmento que possui profissionais com o menor índice de escolaridade. A baixa representatividade do setor, em termos de geração de emprego e renda, também foi verificada em todas as capitais do país.

Em relação à escolaridade dos profissionais, os setores criativos que mais se destacam no município de Curitiba, seguindo a tendência das outras capitais, também foram os de Publicidade, P&D, Arquitetura e Editorial. No setor de P&D, 98,8% dos profissionais possui curso superior, seguido por Arquitetura, com 90%; Editorial, com 70,2%; e Publicidade, com 66,8%. Em todos os demais setores o número de profissionais com curso superior fica abaixo de 60%.

Destaca-se também a juventude dos profissionais da Economia Criativa verificada no Município de Curitiba, assim como em todas as demais capitais. A idade média dos profissionais ficou próxima de 35 anos na capital paranaense, abaixo da média de todo o mercado de trabalho nacional, ou seja, 36 anos. Verifica-se que a categoria Arquitetura “puxa” significativamente esse valor para cima, uma vez que apresentou idade média de 44 anos em Curitiba, a maior dentre as capitais analisadas, e possui um grande número de profissionais.

O crescimento da Economia Criativa passa fundamentalmente pelo apoio do governo, seja na esfera municipal, estadual ou federal, na formulação de políticas fiscais e creditícias e na desburocratização para legalização das empresas, garantindo assim a longevidade das empresas do setor.

Por sua vez, as empresas precisam desenvolver competências internas para gerir o empreendimento, a fim de garantir uma estabilidade econômica e financeira que resulte na sustentação a médio e longo prazo. É preciso transformar a habilidade criativa natural em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de negócios duradouros. Torna-se imperioso, portanto, estimular modelos inovadores para o desenvolvimento da Economia Criativa brasileira.

Para fazer com que haja uma maior participação do setor na geração de empregos, renda e, conseqüentemente, para aumentar a participação no PIB do Município, é necessário aumentar a escala dos negócios criativos por meio da potencialização de bairros criativos e revitalização de espaços em que se manifeste a criatividade.

Conclui-se, dessa forma, que a representatividade da Economia Criativa na geração de emprego e renda é muito pequena comparada ao potencial da cidade. Na maioria dos setores criativos, percebem-se profissionais jovens, com melhores salários do que em outras atividades comerciais ou industriais, o que mostra que o desenvolvimento profissional e a especialização agregam valor na renda individual. Nesse aspecto, o grau de instrução e a formação superior contribuem fundamentalmente para uma melhor formação e aumento na renda.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Decreto nº 7.743, de 31 de maio de 2012. Aprova a estrutura regimental e o quadro demonstrativo dos cargos em comissão e das funções gratificadas do ministério da cultura. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1 jun. 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7743.htm>. Acesso em: 5 jan. 2015.
- _____. Ministério da Cultura. **Criatividade brasileira na arquitetura**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec>>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- _____. **Edital de chamado público 03/13**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=3557>>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- _____. **Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. 2. ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO (UNCTAD). **Creative economy report 2008 – creative economy: a feasible development option**. Genebra, 2008. Disponível em: <http://www.unctad.org/creative_economy>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- _____. **Relatório de economia criativa 2010 – economia criativa: uma opção ao desenvolvimento viável**. Genebra, 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/creative_economy>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- CURITIBA. **Lei 14.371, de 9 de dezembro de 2013**: Publicada no DOM de 10/12/2013. Dispõe sobre o Plano Plurianual para o período 2014-2017. Disponível em: <<https://www.leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/2013/1437/14371/lei-ordinaria-n-14371-2013-dispoe-sobre-o-plano-plurianual-para-o-periodo-20142017.html>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **A cadeira criativa no Brasil**. Sistema FIRJAN: Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <file:///C:/Users/S/Downloads/A_Cadeira_da_Industria_Criativa_no_Brasil1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2014
- _____. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 1 abr. 2014.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- HANSON, D. Indústrias Criativas. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, Niterói, v. 7, n. 2, p. 222-238, 2012. Disponível em: <<http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N2A7/0>>. Acesso em: 7 jan. 2015.
- HOWKINS, J. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com Ideias**. São Paulo: Makron Books, 2013.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1996.

MARCHI, L. Análise do plano da secretaria da economia criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 37, n. 1, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442014000100010&script=sci_arttext>. Acesso em: 19 jan. 2015.

MIGUEZ, P. A economia da cultura como campo de estudos e a novidade da economia criativa. In: BRASIL. **Plano Nacional da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações 2011-2014. 2. ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. p. 102-106. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 13 ago. 2015.

ONU, UNCTAD. **Creative Economy Report 2008 – Creative Economy**: a feasible development option. UN. 2008

_____. **Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa**: uma opção ao desenvolvimento viável. UN. 2010

PROCOPIUCK, M.; FREDER, S. M. Políticas Públicas e Fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. In: SEMINÁRIO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO, 1., 2013, Curitiba. **Anais...** Curitiba, Universidade Tecnológica Federal do Paraná: Programa de Planejamento e Governança Pública, 2013.

SANTOS-DUISENBERG, E. dos. Secretaria da Economia Criativa no Brasil. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações 2011-2014. 2. ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. p. 76-77. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 13 ago. 2015.