

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ  
ESCOLA DE ARQUITETURA E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA**

**RAFAELA BOZA**

**AVALIAÇÃO DA EVOLUÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS  
CRIATIVAS NAS CIDADES DE PORTO ALEGRE (RIO GRANDE DO SUL) E  
CURITIBA (PARANÁ)**

**CURITIBA  
2017**

**RAFAELA BOZA**

**AVALIAÇÃO DA EVOLUÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS CRIATIVAS NAS  
CIDADES DE PORTO ALEGRE (RIO GRANDE DO SUL) E CURITIBA (PARANÁ)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana – PPGTU, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, na linha de pesquisa de Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Mario Procopiuck

**CURITIBA  
2017**

Dados da Catalogação na Publicação  
Pontifícia Universidade Católica do Paraná  
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR

B793a Boza, Rafaela  
2017 Avaliação da evolução das atividades econômicas criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná) / Rafaela Boza; orientador, Mario Procopiuck. -- 2017  
129 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2017.  
Bibliografia: f. 107-111

1. Planejamento urbano. 2. Desenvolvimento econômico. 3. Desenvolvimento sustentável. 4. Economia criativa. 5. Urbanização. 6. Política urbana.  
I. Procopiuck, Mario. II. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana. III. Título.

CDD 20. ed. – 711.4

Biblioteca Central

TERMO DE APROVAÇÃO

**“AVALIAÇÃO DA EVOLUÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS CRIATIVAS NAS CIDADES DE PORTO ALEGRE (RIO GRANDE DO SUL) E CURITIBA (PARANÁ)”**

Por

**RAFAELA BOZA**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana, área de concentração em Gestão Urbana, da Escola de Arquitetura e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Prof. Dr. Rodrigo José Firmino  
Coordenador do Programa – PPGTU/PUCPR

Prof. Dr. Mario Procopiuck  
Membro Interno – Orientador – PPGTU/PUCPR

Prof. Dr. Jackson Teixeira Bittencourt  
Membro Interno – PUCPR

Prof. Dr. José Felipe Araujo de Almeida  
Membro Externo – UFPR

Curitiba, 24 de fevereiro de 2017.

## AGRADECIMENTOS

*“Se você não está disposto a arriscar, esteja disposto a uma vida comum”*

*(Jim Rohn)*

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por todas as graças recebidas.

Agradeço a Marielle Rieping por todo apoio e por ter apresentado o tema Economia Criativa, que desde o primeiro contato despertou em mim profundo interesse, a Juliana Schvenger pelo incentivo, ao Professor Jackson Bittencourt por ter confiado, acreditado e me auxiliado na orientação ainda no Trabalho de Conclusão de Curso, o qual deu início ao estudo deste tema e, finalmente, ao Prof. Dr. Mario Procopiuck pela disponibilidade, paciência e dedicação no processo de orientação desta dissertação. Agradeço também a Carin e a Sara pela parceria, aos Professores e aos demais colegas de turma do Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da PUCPR.

Agradeço meus avós, Floriano (*in memoriam*), Angélica, João e Amália, por serem meu exemplo de força e perseverança. Aos meus pais João Luís Boza e Rosângela M. P. Boza, minhas irmãs Isabella e Gabriela Boza, meus cunhados Ricardo e Thiago e minha afilhada Luiza por toda paciência e por compreender os momentos de ausência. Também preciso reconhecer o apoio incondicional que tive da minha Madrinha Márcia, de toda minha família (Padrinhos, tios, tias, avós, primos e primas), das minhas amigas: Ana Luiza, Giovana, Dayane, Camila, Juliana, Reila, Aline, Priscila, Ana Carolyn e Yumi, dos amigos: Guilherme, Gian, Matheus, Victor Evandro, Rennan e Cesar Ulian. Ao meu Gerente César Rissete e à Coordenadora Ana Lúcia agradeço por todo apoio e compreensão, assim como sou grata aos meus colegas da Unidade de Ambiente de Negócios e do SEBRAE/PR.

Não poderia deixar de agradecer minha amiga de infância e eterna melhor amiga Barbara Eduarda Setim da Rocha (*in memoriam*), que nos deixou recentemente, mas que estará para sempre em meu coração.

E, por fim, agradeço a todos aqueles de que de forma direta ou indireta contribuíram para que esta pesquisa fosse realizada.

## **RESUMO**

Com as constantes mudanças acontecendo no cenário econômico, político, cultural e estrutural das cidades, muitos problemas começaram a surgir, como a poluição, a falta de recursos naturais, problemas de mobilidade, entre outros. Mas junto com estas consequências uma nova economia surgiu, a Economia Criativa, que foi considerada como uma forma de desenvolvimento sustentável, por criar valor em produtos derivados de recursos intangíveis, como a propriedade intelectual, novas tecnologias e o turismo; logo, menos dependentes de recursos naturais não renováveis. A presente pesquisa tem como objetivo geral avaliar a evolução das atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa. Para alcançar esse objetivo geral foram estipulados quatro objetivos específicos, sendo: 1) identificar um modelo que permita agregar atividades típicas da economia criativa e que seja passível de operacionalização com base em dados obtidos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), disponibilizada para consulta pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE); 2) elaborar um banco de dados para tratamento das informações quantitativas obtidas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS); 3) avaliar os impactos na economia urbana das atividades resultantes da transformação das bases de desenvolvimento tradicionais para as pautadas na economia criativa; 4) avaliar a diferença e as similaridades nas políticas públicas de fomento à economia criativa nas cidades de Porto Alegre e Curitiba. A pesquisa é quantitativa, na qual foi utilizado o modelo da UNCTAD, órgão vinculado à ONU, cujo modelo é utilizado nacional e internacionalmente. Vale frisar que foi identificado o Código Nacional de Atividade Econômica (CNAE) para cada atividade considerada neste escopo para posteriormente realizar a coleta dos dados na base do MTE. Na parte qualitativa foram analisadas as experiências com políticas públicas do Estado do Paraná e Rio Grande do Sul e de suas respectivas capitais, analisando suas diferenças. Pelos resultados obtidos, é possível observar que a economia criativa pode ser considerada como alternativa de desenvolvimento viável, uma vez que tem como resultado produtos que não trazem consequências mais agressivas para a sociedade como a indústria tradicional, além de fortalecer a cultura, o surgimento de novos ativos de propriedade intelectual e fomentar a criação de políticas multidisciplinares e inovadoras.

**Palavras-chave:** Economia criativa; Economia Urbana; Desenvolvimento local.

## **ABSTRACT**

With constant changes happening in the economic, political, cultural and structural scenarios of the cities, many problems start to arise, such as pollution, lack of natural resources, problems of mobility, and so on. In addition to these consequences, a new economy has appeared, the Creative Economy, that was considered as a way of sustainable development, by creating value in products that are derived from intangible resources, as the intellectual property, new technologies and the tourism; therefore, less dependent on the non-renewable natural resources. This research has the general objective of evaluating the evolution of creative activities in the cities of Porto Alegre (Rio Grande do Sul) and Curitiba (Paraná), considering the public policies for the development of the respective local economies, under the perspective of the creative economy. And in order to achieve this, four specific objectives were created: 1) to identify a model that allows to aggregate typical activities of the creative economy and that it is vulnerable of operation based on data obtained from the Annual Relation of Social Information (RAIS - abbreviation in Portuguese), available for consultation by the Work and Employment Ministry (MTE - in Portuguese); 2) to elaborate a databank to treat the quantitative information obtained from the RAIS; 3) to evaluate the impacts on the urban economy of the resulting activities originated from the transformation of the traditional development basis into the ones organized on the creative economy; 4) and to evaluate the differences and similarities between the public policies of incentive to the creative economy in the cities of Porto Alegre e Curitiba. The research is quantitative, where using the UNCTAD model, organization related to UNO, whose model is used nationally and internationally it was identified as the National Code of Economic Activities (CNAE - in Portuguese) for each activity considered in the model to execute the data collection on the basis of MTE. On the qualitative section, the experiences with public policies of the States of Paraná and Rio Grande do Sul (and respective capital cities) were analyzed. It is possible to see by the results that the creative economy can be considered as an alternative of viable development, once its results are products that do not bring more aggressive consequences for the society as a traditional industry, as well it reinforces the culture, the arrival of new actives of intellectual property, and it incentives the creation of multidisciplinary and innovative policies.

**Key-words:** Creative economy, urban economy, local development

## **LISTA DE SIGLAS**

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social

CBD – *Central Business District*

CD – Compact Disc

CNAE – Código Nacional de Atividade Econômica

DVD – Digital Versatile Disc

DCMS – *Department for Culture, Media and sport*

FEE – Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser

FIRJAN – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro

FSA – Fundo Setorial do Audiovisual

FUNDAP – Fundação do Desenvolvimento Administrativo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDSA – *Industrial Design Society of America*

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MEC – Ministério da Educação

MinC – Ministério da Cultura

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

OIC – Observatório de Indústrias Criativas

ONU – Organização das Nações Unidas

P – Página

PIBIC – Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PR – Paraná

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais

RS – Rio Grande do Sul

TV – Televisão

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio de Desenvolvimento)

Unesco – Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e Cultura

## **ÍNDICE DE QUADROS**

Quadro 1 – Pergunta e objetivos de pesquisa.....	9
Quadro 2 – Pergunta, objetivos, fonte e técnicas de pesquisa .....	45
Quadro 3 – Representação de Curitiba 1995-2001.....	60
Quadro 4 – Representação de Curitiba 2002-2015.....	63
Quadro 5 – Representação de Porto Alegre 1995-2001 .....	70
Quadro 6 – Representação de Porto Alegre 2002-2015 .....	74
Quadro 7 – Representação de Curitiba no número de vínculos 1995-2001.....	81
Quadro 8 – Representação de Curitiba no número de vínculos 2002-2015.....	83
Quadro 9 – Representação de Porto Alegre em números de vínculos 1995-2001 ...	89
Quadro 10 – Representação de Porto Alegre em números de vínculos 2002-2015 .	91
Quadro 11 – Representação dos vínculos no Estado do Paraná.....	98
Quadro 12 – Representação dos vínculos no Estado do Rio Grande do Sul.....	98
Quadro 13 – Estabelecimentos no Estado do Paraná 1995-2001.....	112
Quadro 14 – Estabelecimento no Estado do Paraná 2002-2015 .....	112
Quadro 15 – Estabelecimentos em Curitiba 1995-2001.....	113
Quadro 16 – Estabelecimento em Curitiba 2002-2015.....	114
Quadro 17 – Estabelecimentos no Estado do Rio Grande do Sul 1995-2001.....	115
Quadro 18 – Estabelecimentos no Estado do Rio Grande do Sul 2002-2015.....	115
Quadro 19 – Estabelecimentos em Porto Alegre 1995-2001 .....	116
Quadro 20 – Estabelecimentos em Porto Alegre 2002-2015 .....	117
Quadro 21 – Vínculos no Estado do Paraná 1995-2001 .....	117
Quadro 22 – Vínculos no estado do Paraná 2002-2015 .....	118
Quadro 23 – Vínculos em Curitiba 1995-2001 .....	119
Quadro 24 – Vínculos em Curitiba 2002-2015 .....	119
Quadro 25 – Vínculos no Estado do Rio Grande do Sul 1995-2001 .....	120
Quadro 26 – Vínculos no Estado do Rio Grande do Sul 2002-2015 .....	121
Quadro 9 – Vínculos em Porto Alegre 1995-2001.....	121
Quadro 10 – Vínculos em Porto Alegre 2002-2015.....	122

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Representatividade da Economia Criativa em 2005 (em US\$ bilhões) ...	32
Tabela 2 – Atividades associadas as indústrias criativas por grupo.....	47
Tabela 3 – Atividades econômicas de modelos de núcleo de indústria criativa .....	49
Tabela 4 – Atividades relacionadas à indústria criativa por grupos (2002-2015) .....	51

Tabela 5 – Atividades relacionadas à indústria criativa por grupos (1995-2001) .....	52
--	----

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Número de estabelecimentos no Paraná.....	53
Gráfico 2 – Quantidade de estabelecimentos no Paraná 1995-1996.....	54
Gráfico 3 – Número de estabelecimentos no Paraná 2002-2015.....	55
Gráfico 4 – Quantidade de estabelecimentos no Paraná 2009 a 2011 .....	56
Gráfico 5 – Número de estabelecimentos em Curitiba 1995-2001 .....	58
Gráfico 6 – Quantidade de estabelecimentos em Curitiba 1995-1996 .....	59
Gráfico 7 – Representatividade de atividades no Estado 1995-2001 .....	60
Gráfico 8 – Número de estabelecimentos em Curitiba 2002-2015.....	61
Gráfico 9 – Quantidade de estabelecimento em Curitiba 2008-2009 .....	62
Gráfico 10 – Representatividade de atividades no estado 2006-2015 .....	63
Gráfico 11 – Número de estabelecimentos no Rio Grande do Sul – 1995-2001 .....	64
Gráfico 12 – Quantidade de estabelecimentos no Rio Grande do Sul 1996 e 2000 ..	65
Gráfico 13 – Número de estabelecimentos no Rio Grande do Sul 2002-2015.....	66
Gráfico 14 – Quantidade de estabelecimentos por atividades 2009-2011 .....	68
Gráfico 15 – Número de estabelecimentos em Porto Alegre 1995-2001 .....	69
Gráfico 16 – Variação do número de estabelecimentos 1995-2001.....	70
Gráfico 17 – Número de estabelecimentos em Porto Alegre 2002-2015 .....	71
Gráfico 18 – Números de estabelecimentos por atividade 2009-2011 .....	73
Gráfico 19 – Número de vínculos empregatícios no Paraná 1995-2001 .....	75
Gráfico 20 – Representatividade dos vínculos no Paraná 1995-2001.....	76
Gráfico 21 – Números de vínculos empregatícios no Paraná 2001-2015 .....	77
Gráfico 22 – Representatividade dos vínculos no Paraná 2002-2015.....	78
Gráfico 23 – Números de vínculos empregatícios em Curitiba 1995-2001 .....	79
Gráfico 24 – Representatividade dos vínculos de Curitiba no Paraná 1995-2001 ....	80
Gráfico 25 – Representatividade dos vínculos das atividades criativas em Curitiba 1995-2001 .....	80
Gráfico 26 – Número de vínculos empregatícios em Curitiba 2002-2015 .....	82
Gráfico 27 – Representatividade das atividades criativas em Curitiba 2006-2015....	83
Gráfico 28 – Número de vínculos no Rio Grande do Sul 1995-2001.....	84
Gráfico 29 – Representatividade das atividades criativas no Rio Grande do Sul 1995-2001 .....	85
Gráfico 30 – Números de vínculos empregatícios no Rio Grande do Sul 2002-2015	86

Gráfico 31 – Representatividade das atividades criativas no Rio Grande do Sul 2002-2015 .....	86
Gráfico 32 – Números de vínculos empregatícios em Porto Alegre 1995-2001 .....	87
Gráfico 33 – Representatividade de atividades em Porto Alegre 1995-2001 .....	88
Gráfico 34 – Representatividade das atividades em Porto Alegre 1995-2001 .....	88
Gráfico 35 – Número de vínculos empregatícios em Porto Alegre 2002-2015.....	90
Gráfico 36 – Representatividade de atividades em Porto Alegre 2006-2015 .....	90
Gráfico 37 – Número de vínculos com Educação Básica no PR e RS (1995-2001) .	92
Gráfico 38 – Número de vínculos com Educação Básica no PR e RS (2006-2015) .	92
Gráfico 39 – Número de vínculos com Graduação no PR e RS (1995-2001) .....	93
Gráfico 40 – Número de vínculos com Graduação no PR e RS (2007-2015) .....	94
Gráfico 41 – Número de vínculos com Pós-Graduação no PR e RS (2006-2015)....	94
Gráfico 42 – Número de vínculos com Educação Básica Curitiba e Porto Alegre (1995-2001) .....	95
Gráfico 43 – Número de vínculos com Educação Básica em Curitiba e Porto Alegre (2002-2015).....	95
Gráfico 44 – Número de vínculos com Graduação em Curitiba e Porto Alegre (1995-2001) .....	96
Gráfico 45 – Número de vínculos com Graduação em Curitiba e Porto Alegre (2002-2015) .....	97
Gráfico 46 – Número de vínculos com Pós-Graduação em Curitiba e Porto Alegre (2006-2015).....	97
Gráfico 47 – Participação do PIB Criativo no PIB total Brasileiro – 2004 a 2015 .....	99
Gráfico 48 – Participação estimada do PIB Criativo nas UFs .....	99
Gráfico 49 – Participação dos empregados criativos no total de empregados do estado – 2013 e 2015 .....	100

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Abordagens teóricas e empíricas da pesquisa.....	10
---	----

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	7
CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS .....	12
1. ECONOMIA URBANA.....	12
1.1. Desenvolvimento da Economia Urbana .....	12
1.2. A Economia Urbana e as cidades .....	16
1.3. A industrialização e sua relação com o crescimento das cidades.....	19
1.4. Desenvolvimento local nas cidades .....	21
1.5. As cidades mundiais e suas especialidades .....	24
2. ECONOMIA CRIATIVA .....	26
2.1 Surgimento e desenvolvimento da economia criativa .....	26
2.2 Setores Criativos .....	28
2.3 Indústrias Criativas.....	33
2.4 Cidades Criativas .....	34
3. POLÍTICAS PÚBLICAS.....	35
3.1 Conceito de Políticas Públicas .....	36
3.2 A experiência de Rio Grande do Sul e Porto Alegre .....	38
3.3 A experiência de Paraná e Curitiba.....	41
CAPÍTULO II – ABORDAGEM METOLÓGICA .....	44
1. ESTRATÉGIAS E MÉTODOS DE PESQUISA .....	44
2. TÉCNICAS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS .....	46
3. FASES DA PESQUISA .....	47
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....	49
1. Identificação do modelo de classificação das atividades criativas .....	49
2. Número de estabelecimentos relacionados à Economia Criativa .....	52
2.1. Estabelecimentos no Paraná e Curitiba .....	52
2.2. Estabelecimentos no Rio Grande do Sul e Porto Alegre.....	63
3. Número de vínculos empregatícios relacionados à Economia Criativa.....	74
3.1. Vínculos empregatícios no Paraná e Curitiba .....	74
3.2. Vínculos empregatícios no Rio Grande do Sul e Porto Alegre.....	84
4. Nível de especialização dos vínculos empregatícios relacionados à Economia Criativa .....	91
4.1. Nível de especialização no Paraná e Rio Grande do Sul.....	91
4.2. Nível de especialização em Curitiba e Porto Alegre .....	95

5. Paraná (Curitiba) e Rio Grande do Sul (Porto Alegre) diferenças e similaridades  
98

CONCLUSÃO.....	102
REFERÊNCIAS.....	107
APÊNDICE.....	112

## INTRODUÇÃO

Conforme os anos vão passando, as transformações na política, na economia, nas cidades, na cultura e na sociedade vêm acontecendo de forma cada vez mais rápida e interferem de forma direta nas ações tomadas pelo governo, pela população e pelo mercado. Essas transformações, quase sempre acontecem em virtude de um processo pelo qual a sociedade está passando, por exemplo, o processo de industrialização, que trouxe o crescimento econômico, mas que também transformou o espaço geográfico e a cidade. Nestas mudanças, as atividades tradicionais ocasionam alguns problemas, relacionados à mobilidade, às matérias-primas, à poluição e à perda da vitalidade urbana pelo comprometimento da estética das cidades.

Muitos pensadores surgiram ao longo da história, criando modelos que explicassem as localizações das pessoas nas cidades e no campo. Esses modelos, bem como outras teorias, deram início a um novo campo da economia: a Economia Urbana (NADALIN, 2011, p. 223). Essa nova perspectiva de análise econômica tem como um dos objetivos principais compreender como funcionam os fluxos econômicos e as estruturas instaladas principalmente dentro das cidades (THISSE, 2011, p. 23).

No Brasil, o processo de industrialização iniciou com mais intensidade a partir dos anos 50. Com ele houve também um desenvolvimento intenso das atividades industriais em algumas cidades, o que trouxe consequências positivas e negativas. O processo de urbanização também foi intensificado a partir desse momento histórico. Com o governo de Juscelino Kubitschek e suas metas foram iniciadas ações para voltar a “economia para dentro”, o que fortaleceu a economia nacional e promoveu o desenvolvimento econômico, que teve como mecanismo a indústria (GIAMBIAGI, VILLELA, CASTRO E HERMANN, 2011, p. 25-27). Com estímulos de uma nova alternativa de desenvolvimento e de enfrentamento a crises, aumentando a competitividade de forma sustentável, junto com as consequências da globalização, foram pesquisadas outras maneiras de identificação de atividade estratégicas que tivessem principalmente uma integração com a economia do conhecimento. Isso levou ao aumento do interesse pelas atividades ligadas à economia criativa.

Como alternativa de desenvolvimento local de forma sustentável, a Economia Criativa vem sendo tratada com atenção. A emergência deste conceito teve início em meados do século XXI, acompanhado de diversas outras transformações e alterações

econômicas globais. Uma destas transformações que merece destaque é a utilização e a valorização do conhecimento como recurso produtivo (MADEIRA, 2014, p. 37). A economia criativa engloba bens e serviços que surgem fundamentados na criatividade aplicada para ter como resultado produtos e serviços inovadores, que abrangem desde a intensa tecnologia em produtos e serviços tradicionais, passando pelo artesanato e também o desenvolvimento de jogos e vídeos *online* (FIRJAN 2008).

Pode-se dizer que não existe uma definição exclusiva para o termo “economia criativa”. Essa definição vem sendo moldada e modificada conforme os estudos nesta área têm avançado (UNCTAD, 2010a, p.39). A UNCTAD adotou a seguinte definição: “é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.” Essa organização coloca a economia criativa como um meio que pode servir de estímulo para a geração de renda e de empregos, bem como ganhos originários de exportações. Isso, por consequência, traz significativos potenciais para estímulo à inclusão social, ao desenvolvimento humano e à diversidade cultural. A associação entre fatores econômicos, sociais e culturais se manifestam em valor gerado pela propriedade intelectual, pelas atividades do turismo e pelo aporte de novas tecnologias nas demais atividades econômicas. Nessa linha, a economia criativa é vista como composta por um grupo de atividades econômicas, que estão essencialmente embasadas no conhecimento e com influência no desenvolvimento por meio de conexões entre os contextos macro e micro níveis da economia. Portanto, com tais características, existe a possibilidade de o potencial se transformar em uma opção de desenvolvimento viável, que faz com que também apareçam novas demandas de políticas multidisciplinares e inovadoras (UNCTAD, 2010a, p. 40).

Associadas com os fundamentos da economia criativa, surgem as cidades criativas, como um conjunto ou contexto urbano onde ocorrem diversas atividades culturais de geração de valor em cadeias produtivas baseadas no conhecimento, fazendo parte do funcionamento social e econômico da cidade. As cidades que se caracterizam como criativas possuem uma infraestrutura cultural e social muito forte e apresentam um elevado número de empregos criativos, atraindo investimentos estrangeiros em decorrência de uma cultura bem estabelecida de inovação. Charles Landry ressalta que essas cidades possuem um recurso muito importante: suas pessoas (UNCTAD, 2010, p. 42)

A presente pesquisa tem como objetivo avaliar a evolução das atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa. Foram adotadas as duas capitais da Região Sul que possuem uma semelhança com relação à população, extensão territorial e economia, além de que essa avaliação se agrega aos resultados obtidos em pesquisas anteriores realizadas para compreender como vem se desenvolvendo a perspectiva da economia criativa em Curitiba e em contextos nacionais e globais (PROCOPIUCK e FREDER, 2013a; 2013b; 2014) e para avaliar como se estruturaram as políticas públicas de multiníveis para fomento da economia criativa nas cidades de Curitiba e Porto Alegre (FREDER, 2015).

A presente pesquisa está vinculada ao projeto de pesquisa financiado pelo CNPq, intitulado *economia e cidades criativas: novas bases de desenvolvimento urbano sustentável a partir da articulação entre criatividade, cultura, economia e tecnologia*, cujo objetivo é “*avançar na construção do conhecimento teórico e prático sobre economia criativa e cidades criativas como alternativas para geração de valor para a coletividade a partir da articulação entre criatividade, cultura, economia e tecnologia em estratégias de desenvolvimento urbano sustentável, via adição de valor na dimensão intangível a partir da criatividade humana em produtos e serviços produzidos localmente*”. O objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa estão definidos no Quadro 1

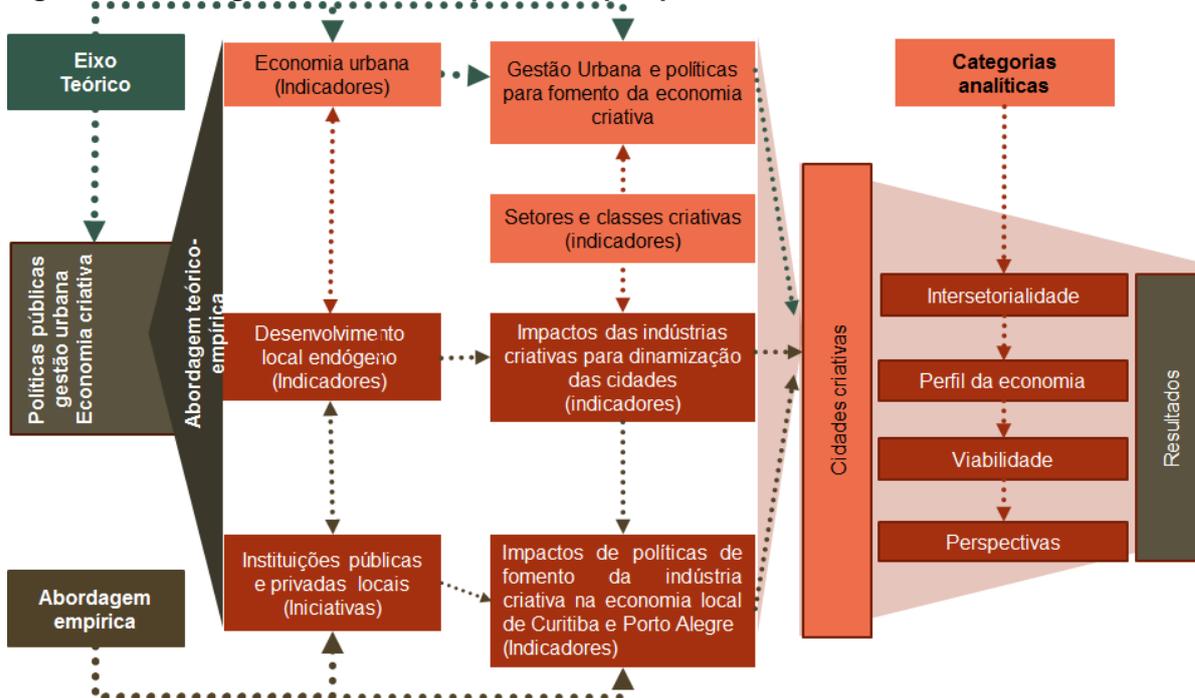
<b>Pergunta de pesquisa</b>	Como têm evoluído as atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa?
<b>Objetivo geral</b>	Avaliar a evolução das atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa.
<b>Objetivos específicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar um modelo que permita agregar atividades típicas da economia criativa e que seja passível de operacionalização com base em dados obtidos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), disponibilizada para consulta pelo Ministério do Trabalho e Emprego.</li> <li>2. Elaborar um banco de dados para tratamento das informações quantitativas obtidas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).</li> <li>3. Avaliar os impactos na economia urbana das atividades resultantes da transformação das bases de desenvolvimento tradicionais para as pautadas na economia criativa.</li> <li>4. Avaliar diferença e similaridades nas políticas públicas de fomento à economia criativa nas cidades de Porto Alegre e Curitiba.</li> </ol>

**Quadro 1 - Pergunta e objetivos de pesquisa**

Fonte: Elaboração própria

É importante ressaltar que a dissertação foi elaborada de acordo com o sequenciamento lógico de temas e abordagens trazidos na Figura 1. O trabalho possui como eixo teórico os temas de políticas públicas, abordando as iniciativas de instituições públicas e privadas locais, bem como os impactos de políticas de fomento da indústria criativa na economia local de Curitiba e Porto Alegre (Indicadores); a gestão urbana abordando os indicadores da economia urbana, de desenvolvimento local endógeno e dos impactos das indústrias criativas para dinamização das cidades, assim como a Gestão Urbana e as políticas de fomento da economia criativa e a Economia Criativa abordando os indicadores dos setores e classes criativas. No eixo teórico também serão abordados os conceitos e indicadores das cidades criativas. As categorias analíticas da pesquisa serão a intersetorialidade, o perfil da economia, a viabilidade e as perspectivas.

**Figura 1 - Abordagens teóricas e empíricas da pesquisa**



**Fonte: Elaboração própria**

A presente dissertação está estruturada em quatro momentos, três capítulos e considerações finais. Destinado à fundamentação teórico-conceitual, o primeiro capítulo inicia tratando sobre a Economia Urbana e o seu desenvolvimento relacionado com o surgimento das cidades e com o processo de industrialização, urbanização e o de desenvolvimento local das cidades. Outro ponto importante

desenvolvido no primeiro capítulo é o conceito e a análise da Economia criativa, contemplando seus setores e os conceitos de indústrias e cidades criativas. Por fim, aborda-se o conceito de Políticas Públicas. No segundo capítulo, são expostos os objetivos, geral e específicos e a abordagem aplicada para o desenvolvimento da pesquisa. No terceiro capítulo é feita a apresentação e análise dos dados, com fins de responder à questão de pesquisa, e, conseqüentemente, cumprir o objetivo geral, por meio do cumprimento de objetivos específicos.

## **CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS**

No presente capítulo é apresentada a fundamentação teórica necessária para compreender como se relacionam questões envolvendo políticas públicas e economia criativa para o desenvolvimento local endógeno que podem levar à formação de cidades criativas.

### **1. ECONOMIA URBANA**

Historicamente tem sido possível observar o grande número de transformações que vêm ocorrendo na esfera política, social, cultural e econômica que interferem diretamente no comportamento do governo, da população e do mercado. Algumas dessas grandes transformações foram causadas pelo processo de industrialização, por um lado, vem trazendo progresso e influenciando no crescimento econômico, mas, por outro, tem transformado o espaço geográfico e a cidade. Nessa transformação, as atividades tradicionais têm trazido problemas, como, por exemplo, comprometimento da mobilidade urbana em decorrência do fluxo de pessoas, matérias-primas e produtos industrializados; poluição decorrentes de processos produtivos tradicionais; perda de vitalidade urbana pelo comprometimento da estética urbana em função das próprias características de edificações construídas para finalidades industriais.

Para compreender esse conjunto de reflexos de atividades econômicas em contextos urbanos, na seção que segue a economia urbana é discutida e contextualizada a partir de sua relação com as teorias de localização, o desenvolvimento das cidades, o processo de industrialização, inovação e o surgimento de uma nova economia, com o momento de pós-industrialização e seu impacto nas cidades.

#### **1.1. Desenvolvimento da Economia Urbana**

A sistematização das atividades de uma cidade vem sendo expandida por meio de teorias desenvolvidas para buscar explicações dentro da perspectiva da economia urbana. Um marco interessante nesse sentido está no trabalho de Von Thünen, de 1823, que foi o primeiro a procurar fundamentos que tivessem lógica para a instalação de diferentes atividades produtivas agrícolas aos arredores do meio econômico. O

modelo original deste autor buscou explicitar como ocorria a ocupação do solo pelas atividades agrícolas, trazendo como novidade o modo que os gastos com transporte se constituiriam com variável mais importante na tomada de decisão para a localização de empreendimentos (NADALIN, 2011, p. 222).

Com esse modelo, Von Thünen também procurou identificar e explicar padrões de atividades agrícolas em torno de cidades pré-industriais na Alemanha. Em seu modelo, os locais seriam caracterizados por vários elementos, como, por exemplo, o relevo, as condições do solo e a posição geográfica. Essa teoria tinha como foco as diferenças do transporte/custo entre determinados locais. A importância dessa análise vinha em mão dupla, já que reconhecia o espaço com um bem econômico e, ao mesmo tempo, como essência das atividades econômicas. Além disso, mostrou que a destinação de terras para diferentes atividades econômicas surgia como fruto da estabilidade em um mercado de terras competitivo, criando explicações para a dinâmica econômica de mercados imobiliários locais. Thünen pensou, pois, em um processo onde proprietários ofertassem suas terras baseando-se no excedente que poderiam gerar ao usufruir da terra. Esse pensamento fez com que fosse desenvolvido um conceito sobre a curva de *bid rent*, que descreve qual o preço máximo que um indivíduo se propõe a pagar no mercado imobiliário para ocupar determinado espaço. Esse modelo baseia-se na concepção de que a terra que está em uma determinada localização, não é simplesmente uma *Commodity*, cujo preço de compra poderia ser definido pela relação entre, por um lado, grandes números de vendedores e, por outro, de compradores. De uma forma mais específica, a terra que seria destinada para uma determinada atividade seria vendida aos produtores em uma sistemática de lances, na qual os produtores analisavam a quantidade necessária para sua produção e qual seria a distância que essa terra estava (THISSE, 2011, p. 21).

Embora ainda com foco na natureza rural, foi a partir deste momento que surgiram vários outros modelos que se pautaram na ideia de cidades monocêntricas, as quais tinham como característica principal o uso do solo e o exercício de atividades econômicas somente por famílias que moravam na cidade. Em relação a esses modelos, o pressuposto principal de Von Thünen foi preservado, pois a manutenção de um centro econômico faria com que a otimização dos gastos com transporte fosse mantida. Marcas dessas ideias podem ser observadas nas configurações das cidades que buscavam otimizar o deslocamento de pessoas de casa para o trabalho, para obterem produtos e serviços em mercados locais, e *vice-versa*, fazendo com que o

espaço da cidade continue sendo configurado sob a forma circular (NADALIN, 2011, p. 222).

Com o passar do tempo, esse modelo foi sofrendo adaptações. Por exemplo, Alonso, em 1964, demonstrou como as famílias que moravam em uma determinada cidade escolhiam o tamanho e o local de suas casas. Nessa mesma época Muth, 1962/1969, e Mills, 1972, contemporâneos de Alonso, realizaram algumas complementações para o modelo, que ficou conhecido posteriormente como modelo de Alonso-Muth-Mills (AMM). Essa concepção de modelos é relativamente nova, quando comparada com o ano do modelo de Von Thünen, e deu início a uma nova área de estudos na economia, denominada economia urbana (NADALIN, 2011, p.223).

Adotando o pressuposto de que as atividades agrícolas usam a mão de obra e a terra, e os demais bens são produzidos na cidade apenas com a mão de obra, que na maioria das vezes é especializada, o modelo de Thünen se completa. Surge, assim, a especialização das atividades como reflexo de uma divisão do trabalho mais tradicional entre o campo e a cidade (THISSE, 2011, p. 23). O problema desse modelo é que, por ser estático, “não leva em consideração mudanças tecnológicas que afetam os custos de produção e transportes” (SOUZA, 2009, p. 30).

Em 1964, Alonso fez pequenas mudanças no pensamento de Thünen sobre as curvas *bid rent*, considerando um cenário mais urbano, onde haveria substituição de um mercado por um centro de emprego, que seria uma área central de negócios “*Central Business District*” (CBD). Com isso, o único aspecto espacial que interferiria no valor de uma determinada área de solo seria a distância que estaria do centro cidade em que se situa. O reflexo observado disso foi que as terras disponíveis para a atividade agrícola começaram a ser utilizadas para a instalação de fábricas, escritórios, moradias e infraestrutura (THISSE, 2011, p. 23).

A partir dessas ideias iniciais, pode-se considerar que o objetivo principal da economia urbana é esclarecer a estrutura instalada dentro da cidade, isto é, como o solo é dividido entre as atividades e por que motivos uma mesma cidade possui um ou vários centros de negócios. Como um conceito simples para economia urbana também poderia ser adotado o de que é um mercado de terras, que serão utilizadas para trazer agentes e atividades econômicas naquele mesmo espaço. Como fundadores desta área da economia, pode-se considerar Alonso, Mills e Muth, os dois últimos nos anos de 1967 e 1969 (THISSE, 2011, p. 23).

E a partir dos anos 70, a economia urbana avançou de forma mais rápida. O motivo para isso pode ter sido porque o modelo passou a ser apoiado principalmente no padrão de concorrência das teorias econômicas (THISSE, 2011, p.24).

A Economia Urbana tem as cidades como agentes que possuem a natureza de agrupar bens públicos, que promovem a interação local com as responsabilidades políticas e a tem a habilidade de implantar planos de ações de médio e longo prazo. O seu desenvolvimento recente foi inserido no rápido processo de urbanização mundial e na preocupação de algumas cidades desenvolverem-se mais e melhor que as outras. Isso tem como hipótese que as autoridades regionais seriam os incentivadores principais para as inovações e lideranças no processo de produção e na mudança institucional. Sendo assim, as cidades de mostram como elementos incentivadores principal para a transformação social e para o crescimento econômico dos países. Mario Pólese, em 1998, denominou esse reposicionamento como uma revolução na geografia populacional e nas atividades econômicas (DUQUE, 2013, p. 221).

Duque (2013, p. 221) ressalta que quando se referem a Marshall-Arrow-Romer (MAR), as externalidades são resultado da economia externa da empresa. Para a indústria são as internas, que correspondem: às possibilidades de processos de especializações entre as empresas, bem como a ligação intensa de entrada/saída (compra/venda); à redução de custos de transações entre as diferentes unidades de produção; o desenvolvimento de mão de obra especializada no mercado de trabalho, assim como a acumulação de competências técnicas agrupadas; à geração de vários serviços que possibilitem uma valorização da produção local, gerando efeitos positivos a imagem do mercado da economia local; e à criação de uma cultura industrial disseminada. É uma economia capaz de não ter apenas a combinação tecnológica e organizacional, mas também que determina inovações rápidas, o que resulta em uma diminuição da insegurança existente no ambiente dos processos econômicos e de inovação.

As dimensões específicas que a globalização assumiu fez com que surgissem requisitos especiais nas organizações. O aumento dos investimentos como a forma de transação principal, o aparecimento de do mercado global de serviços e finanças cooperaram para a que a procura por serviços especializados aumentasse. A combinação da incorporação de sistemas e da dispersão geográfica das atividades econômicas, em vez de tornarem as cidades antigas e ultrapassadas, acabaram

tornando-se pontos de dinamização econômica, pois concentram as funções de ordem, se constituem em espaços de produção pós-industrial para as indústrias de serviços financeiros e especializados, e são os locais onde as empresas e governos podem adquirir estes serviços devido aos mercados transnacionais. A globalização, portanto, foi constituída por meio de terrenos estratégicos, em uma grade mundial, como uma nova geografia de centralidade (SASSEN, 1998, p.3).

O estímulo de enfrentar a crise, aumentando a competitividade de forma sustentável, junto com os efeitos da globalização fizeram com que fossem buscados meios de identificar atividades mais estratégicas que fossem adaptas nas cadeias e nos estoques daqueles recursos específicos para que houvesse uma integração da economia do conhecimento mais efetiva. Nesse sentido crescem também o interesse pelas atividades ligadas à economia criativa (MENDEZ, 2012, p. 5).

## **1.2.A Economia Urbana e as cidades**

Aproximadamente até o século XVIII, o homem habitava no ambiente natural e não modificava de forma significativa o espaço (SANTOS, 1988). Com o passar dos anos, essas modificações tornaram-se mais frequentes em decorrência de fatores econômicos, políticos e sociais que tiveram reflexos nas atividades industriais e urbanísticas. Historicamente, o principal local para o estabelecimento do comércio e da indústria era a cidade, pois essas atividades precisavam de abastecimento sem interrupção. A maneira como eram feitos pagamentos por tal abastecimento se mostrava como elemento diferenciador entre o que se considerava cidade e demais aglomerados humanos. Embora os aglomerados, cuja diferenciação ia além da sua produção agrícola, pudessem ter a capacidade de realizar os pagamentos — por exemplo, por meio da sua produção industrial, do comércio, da renda gerada de salários e venda de terras, pensões de funcionários e oficiais — poderiam não ser caracterizados como cidade. Só eram considerados cidades os aglomerados “fortificados” e os centros que se tornavam sedes da administração religiosa e política (WEBER, 2010, p. 290-291).

Em uma perspectiva histórica, as cidades ganharam diferenciadas configurações em diferentes momentos e lugares, bem como os modos como foram e continuam a ser concebidas. Nessa trajetória, alguns acontecimentos marcantes, como a Revolução Industrial, fizeram com que ocorressem as grandes expansões das

idades. Então, as discussões, definições e conceituações sobre cidade passaram, em sua maioria, a serem relacionados à aglomeração de pessoas que moram próximas e se relacionam umas com as outras. Mas, adicionalmente, é importante considerar também a função econômica da cidade. Neste ponto, surge a atividade industrial, principalmente a de transformação, como uma prática tipicamente urbana. Esse contexto socioeconômico passa a utilizar equipamentos que exigem um grande número de pessoas para operá-los a fim de viabilizar retornos econômicos da produção, que são dependentes de grandes volumes. Ampliando o significado de cidade sob a perspectiva econômica, é possível considerar, por exemplo, que unidades produtivas maiores, quando instaladas nas cidades, trazem outras menores, que, muitas vezes, atuam em funções complementares. Complementarmente à atividade produtiva, o comércio se integra como atividade que depende um grande número de pessoas para acontecer; logo, torna-se também outra atividade essencialmente da cidade (SINGER, 1998, p. 29-33).

No Brasil, o crescimento das cidades e a urbanização ocorreu durante os anos de 1940 e 1980, quando houve grande migração da população do campo para as áreas urbanas. Nesse período, o país era uma economia exportadora tradicional, muito parecida com a dos outros países latino-americanos. Pode-se admitir que a sustentação da economia da maioria das capitais brasileiras era fundamentada na produção agrícola até o fim da Segunda Guerra Mundial. Após este evento, o papel das capitais no surgimento e migração para o urbano passou a ser importante tanto no quesito quantitativo quanto no qualitativo. Nesse sentido, Santos (2008, p. 21), observa que

O Brasil foi durante muitos séculos, um grande arquipélago, formado por subespaços que evoluíram segundo lógicas próprias, ditadas em grande parte por suas relações com o mundo exterior. Havia, sem dúvida, para cada um desses subespaços, polos dinâmicos internos. Estes, porém, tinham entre si escassa relação, não sendo interdependentes.

A partir dos anos 50, o Brasil inicia com mais propriedade seu processo de industrialização. Com isso, houve a intensificação do desenvolvimento de atividades industriais em algumas cidades, o que trouxe consequências positivas e negativas complexas, e a criação de mercados internos. Isso tudo impulsionou o processo de urbanização. O governo de Juscelino Kubitschek intensificou o processo de substituição de importações uma vez que como *slogan* de sua campanha o famoso: “50 anos em 5”, acompanhado por um plano de 30 metas, mais a construção de

Brasília. Dessa forma, ele tinha como um dos principais objetivos fortalecer a indústria de transformar uma economia até então “voltada para fora” em uma economia “voltada para dentro”, fortalecendo a economia e promovendo o desenvolvimento econômico, tendo como mecanismo a indústria (GIAMBIAGI, VILLELA, CASTRO E HERMANN, 2011, p. 25-27)

Essa condensação de desenvolvimento repercutiu em centros mercantis e as políticas econômicas adotadas pelas cidades passaram a ser determinantes, principalmente das cidades em processo de industrialização. Esse processo de industrialização e suas relações com a configuração das cidades é descrito por Feldman e Fernandes (2007, p.101), nos seguintes termos:

Foi sobre esse conjunto de cidades, chamado por alguns autores de *arquipélago urbano*, e apenas nelas, que se concentravam as condições gerais de produção exigidas pelo capitalismo industrial no Brasil. Apenas nessas áreas urbanas estavam concentradas as infraestruturas necessárias de energia elétrica, transportes, redes de comunicação; serviços sociais de apoio, como educação e saúde; a regulamentação do trabalho, com o salário mínimo, as leis sociais do trabalho, os programas de pensão e previdência, assim como a legislação moderna.

Em síntese, as cidades brasileiras, que eram cidades isoladas que formavam grandes centros urbanos, na maioria das vezes capitais, assumiam a função, segundo Feldman e Fernandes (2007, p. 101), de “*cidades mães*”, onde o desenvolvimento econômico era resultado da industrialização. E foi para estas cidades que a maior parte das pessoas que moravam no campo migrou. Nesse contexto, o processo de industrialização e de desenvolvimento socioeconômico e socioespacial, que as autoras chamam de *urbanização extensiva*, que surgiu nas grandes cidades e em áreas metropolitanas, teve expansão imediata e se estendeu pelo espaço nacional.

A economia tradicional altamente dependente de recursos tangíveis (minérios, madeira, produtos agrícolas etc.) passou a ter as suas atividades exercidas nos contextos urbanos com crescentes externalidades negativas, como poluição, congestionamentos de trânsito, degradação ambiental etc. Isso, na atualidade, está demandando a busca de novas alternativas, que passam pela transformação das atividades econômicas para serem menos dependentes de recursos tangíveis a partir da intensificação da utilização de recursos intangíveis. Essas preocupações com novas perspectivas de industrialização são objetos da seção que segue.

### **1.3.A industrialização e sua relação com o crescimento das cidades**

Conforme as atividades econômicas cresceram (indústria, comércio e agricultura) para atender as necessidades da população, mais o espaço geográfico se modificou. Além disso, o crescimento da produção passou a exigir uma quantidade maior de insumos naturais. Esse crescimento da produção também está associado ao aumento da população, que, por consequência, passou a demandar do sistema capitalista de produção. Existem alguns movimentos e, principalmente, eventos que podem influenciar uma sociedade em busca de mudanças estruturais. No passado, por exemplo, a Revolução industrial trouxe uma transformação estrutural completa, dando origem à urbanização e fazendo com que processos artesanais passassem para escalas industriais (MANKIW, 2013). Embora situado em passado bastante remoto é ainda importante analisar esse evento como ponto inicial do processo de industrialização, bem como a relação com a urbanização, desenvolvimento e o meio ambiente. Com o surgimento da indústria e de sua expansão, a partir da criação de uma diversidade de produtos e com a elevação dos níveis de consumo pelo crescimento da população urbana, aumentou a preocupação com a otimização na utilização de recursos, principalmente os naturais. Não obstante os problemas gerados até então, o processo de urbanização e de industrialização acabaram se posicionando como símbolos do desenvolvimento tecnológico e crescimento econômico (OLIVEIRA, 2001, p.12).

Na segunda metade do século XVIII, a Revolução Industrial surgiu como resultado da crescente industrialização para produção de grandes quantidades para elevar o potencial de lucros. Isso se configurou como marca da evolução do capitalismo e do modelo de crescimento econômico das nações, que serviram de incentivo para a produção em grande escala. Em um primeiro momento, essa revolução refletiu na crescente melhoria do rendimento de um grande número de atividades. As técnicas tradicionais de comercialização e de produção deram lugar para operações de grande escala, principalmente de bens de consumo não duráveis. A elevação da eficiência pela ampliação da escala de produção repercutiu na redução de custos para o consumidor (OLIVEIRA, 2001, p.12). Embora as cidades já existissem antes das indústrias, acabaram sendo o principal incentivo para as famílias saírem do campo, alimentadas pela esperança de oportunidades novas e melhores.

Com a mudança do perfil das atividades produtivas, a Revolução Industrial foi sentida de várias formas, principalmente no crescimento das cidades. Em um curto período de tempo, grande parte da população saiu da área rural e mudou-se para as cidades, principalmente para aquelas que abrigavam maiores quantidades de unidades produtivas. Com essa mudança em massa, intensificaram-se os problemas sociais e de saneamento, o que obrigou os governantes a envidarem esforços para manutenção de padrões mínimos de qualidade de vida em contextos urbanos. No processo de urbanização é importante não só observar a atração das pessoas para as cidades, mas, também, as grandes transformações que vieram com a ampliação e diferenciação da atividade industrial. Uma das consequências imediatas da evolução capitalismo industrial foi a mudança das finalidades e da estrutura das cidades.

Mais recentemente, a Segunda Revolução Industrial, que vigorou da segunda metade do século XIX até a Segunda Guerra Mundial, trouxe uma ideia de inovação que estava relacionada com o surgimento de novas matérias-primas, como o aço, a energia elétrica, o petróleo entre outros. Essa perspectiva de inovação associada com mudanças nos sistemas de transporte repercutiram na expansão do capitalismo para se tornar um fenômeno global (OLIVEIRA, 2001, p. 22-23). Nesse processo, na proporção em que os recursos naturais se tornam mais escassos, cresceram as preocupações com a obtenção de outras fontes de recursos para atender às necessidades de diferentes sociedades, o que refletiu diretamente na necessidade de mudança do perfil de atividades econômicas.

Já durante a Terceira Revolução Industrial, iniciada após a Segunda Guerra Mundial, principalmente entre as décadas de 1940 a 1960, especialmente os Estados Unidos passaram a experimentar um crescimento econômico com elevada intensidade. Esse período foi chamado de “os trinta dourados” do sistema capitalista, que acabou por influenciar estratégias de desenvolvimento de grande parte dos demais países. Sob o amparo do modelo fordista de produção em grande volume parecia que o capitalismo estava atendendo o que havia anunciado dois séculos antes, ou seja, boas condições de habitação, saúde, educação etc. A vontade de mudar a sociedade em uma população que pudesse usufruir do bem estar social, atingindo o desenvolvimento econômico, que só tinha chances de ocorrer a partir do momento em que esse sistema gerasse um rápido crescimento econômico com geração de empregos e acesso à cidadania para a população (MEINERS, BITTENCOURT e RESZKO 2009, p.12).

Entretanto, após esse ciclo inicial, esse modelo de expansão capitalista passou a demonstrar sinais de saturação, principalmente pela crescente limitação de recursos naturais para alimentar o sistema de produção altamente dependente de recursos tangíveis e novas fontes de energia. Desde então, diferentes sociedades têm procurado meios para desenvolver novas fontes de energia renováveis e não poluidoras, bem como novas formas de geração de recursos com minimização de recursos tangíveis. Isso tem aberto discussões sobre o que seria a Quarta Revolução Industrial, que tem como fundamento a aplicação de recursos informacionais. Essa nova fase do capitalismo tem como substrato a elevação da presença de tecnologias digitais, das alternativas de mobilidade e conectividade de pessoas, dissolução da diferenciação de homens e máquinas em sistemas produtivos. É nessa perspectiva que passam a ser discutidas as tendências de desenvolvimento urbano pautadas em atividades vinculadas à aplicação de novas tecnologias e fortalecimento de atividades vinculadas ao que se chama Nova Economia. Nessa nova perspectiva econômica, aposta-se em atividades vinculadas à prestação de serviços como forma de se tornar menos dependente da aplicação intensiva de capital e da utilização de recursos tangíveis. Nessa perspectiva que se situa a economia criativa.

#### **1.4. Desenvolvimento local nas cidades**

Cada contexto urbano local possui diferentes combinações de características e bens coletivos, que influenciam na sua capacidade de produzir conhecimento, de aprender e de inovar. No sistema de relações que configura o ambiente local, a capacidade dos atores de tomar decisões estratégicas e de aprender e inovar é determinante nos processos de crescimento e mudança, ou seja, de desenvolvimento local (ALBAGLI e MACIEL, 2004, p. 11).

Com um cenário econômico global em mudança, os mercados locais passaram a ser essenciais para o desenvolvimento urbano a partir de uma perspectiva micro. O desenvolvimento nas últimas décadas deixou de ser visto como um novo modelo de produção, passando a ser considerado mais com um método de renovação da organização empresarial altamente dependente de momentos de ascendência e descendência de atividades que definem os níveis de competitividade local (MEINERS, BITTENCOURT e RESZKO 2009, p.15). Nesse sentido, segundo Buarque (1999, p. 10) “o desenvolvimento local está associado, normalmente, a

iniciativas inovadoras e mobilizadoras da coletividade, articulando as potencialidades locais nas condições dadas pelo contexto”. Este autor define desenvolvimento local como um processo, que pode ser observado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos que têm a capacidade de promover dinamismos econômicos estreitamente relacionados com a melhoria da qualidade de vida da população local. Representa uma transformação econômica e social, resultado da mobilização da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas.

Nessas interações locais que podem levar ao desenvolvimento, há tendências de o conhecimento coletivo passar a ser gerado em perspectivas em que deixa de corresponder à soma de conhecimentos individuais. O desenvolvimento, portanto, passa a ser dependente das sinergias geradas a partir de vários tipos de interação local potencializadas e conectadas pela circulação globalizada de informação e conhecimento (ALBAGLI e MACIEL, 2004).

Nessa linha, a transição de um modelo fordista para o modelo pós-fordista originou uma mudança obrigatória e significativas nas estruturas industriais, dando origem a novos polos industriais, fazendo com que houvesse um resgate e uma reestruturação em um processo de aglomeração produtiva. Toda essa transição passou a exigir uma reformulação no cenário microeconômico, mas principalmente no cenário macroeconômico. Essas reformulações dependentes de políticas públicas para regulação e redefinição das esferas econômicas foram essenciais para a retomada do tema de desenvolvimento local. O desafio que surge nesse novo cenário é que a globalização deixou a sensação de ter se pulverizado em todo o mundo, mas sem transformá-lo em um único. Neste contexto, a partir da década de 1980, diversas tentativas locais surgiram como respostas à competição globalizada. Exemplos disso são os *clusters* nos Estados Unidos, os distritos industriais na Itália, os arranjos e sistemas produtivos do Brasil e as aglomerações produtivas da Alemanha e França (MEINERS, BITTENCOURT e RESZKO 2009, p.15).

Com potencial de definição de um ambiente mais propício para o desenvolvimento local, é importante ressaltar o papel do estado na economia, que, inicialmente, foi realizado de duas formas: (I) criação de leis com a finalidade de regulamentar as ações econômicas, e (II) participação estatal tem funções empresariais, como por exemplo por meio da criação de empresas estatais. Essas, principalmente no caso brasileiro, se sobressaíram como políticas de diferentes governos, que, futuramente, seriam chamadas de políticas públicas (HEIDEMANN

2009, p. 26-30). Essa perspectiva de desenvolvimento tem demonstrado resultados pouco promissores por ter dificuldades de inserir iniciativas individuais e do próprio mercado local, sendo fomentada pelo Estado como potencializadora do desenvolvimento local.

As políticas públicas são o principal instrumento do estado, principalmente quando estão voltadas para fomentar o desenvolvimento. De políticas públicas, por exemplo, são dependentes as ações que buscam alternativas para recuperação de cidades que passaram a depender essencialmente das unidades de produção tradicionais em declínio e, conseqüentemente, perderam postos de trabalho e originaram o crescimento nos índices de desemprego. Por meio dessas políticas públicas forma adotadas estratégias com a finalidade de assegurar programas de estímulo à criação de empregos e à dinamização do comércio. Como novas fontes de recursos, para geração e agregação de valor para atividades locais, passaram a ser crescentemente valorizados o conhecimento, a cultura, a criatividade e a informação. Para que essas alternativas sejam viabilizadas, há necessidade de investimentos em processos com potencial de elevar oportunidades sociais e aumento da riqueza associados com a conservação dos recursos ambientais (BUARQUE 1999, p. 7-9).

Em perspectivas evolutivas, é possível perceber que, apesar de problemas ainda perdurarem, houve um progresso da autonomia local, com aumento na distribuição de renda e de inclusão social em diferentes contextos. Além disso, são perceptíveis as preocupações com a criação de condições que permitam elevar a eficiência local para agregar e usufruir do excedente gerado com as novas atividades econômicas utilizadas com maior racionalidade dos recursos naturais, considerando a necessidade de fortalecimento da identidade local. Para que iniciativas de desenvolvimento local avancem para geração de emprego e renda, o papel do Estado, e principalmente de governos locais, tem sido fundamental. Pois, para além de questões meramente econômicas, o desenvolvimento local é dependente de uma transformação estrutural que resulte em melhor qualidade de vida da população local (ALBUQUERQUE 2001, p. 25).

Assim, um dos elementos potencializadores do desenvolvimento local se faz presente na capacidade de as sociedades se prepararem para internalizarem atividades capazes de gerar valor a partir da articulação dos novos recursos da Nova Economia. Dentre essas atividades, ganham destaque aquelas vinculadas à economia criativa.

### 1.5. As cidades mundiais e suas especialidades

Para Sassen (2008), a “Economia Global”, considerando a ideia de uma economia com hierarquias evidentes e sem fronteiras, não existe. A autora acredita que a realidade está ligada a um grande número de circuitos globais. Alguns desses circuitos possuem especialidades, outros são de nível mundial, enquanto outros são mais regionais. Esses circuitos são formados por conjuntos distintos de países e cidades.

Por exemplo, hoje em dia, Mumbai faz parte de um circuito global de incorporação imobiliária, que inclui empresas provenientes de cidades tão diversas quanto Londres e Bogotá. O comércio global do commodities, no caso do café, tem seus eixos principais em Nova Iorque e em São Paulo. Buenos Aires pertence a um circuito comercial global de commodities que também inclui Chicago e Mumbai. As commodities comercializadas globalmente – ouro, manteiga, petróleo, café, sementes de girassol – são, em alguns casos, redistribuídas e enviadas para grande número de destinos, independentemente dos respectivos pontos de origem. O atual colapso de grandes instituições financeiras, por envolver conjuntos específicos de circuitos globais, não está afetando todas as cidades globais da mesma maneira (SASSEN, 2008, p. 01).

O crescimento de circuitos não acontece somente pela robustez das economias globais. A formação e o desenvolvimento destes circuitos globais decorrem de migrações, trabalhos culturais e combate para conservação dos direitos ambientais e humanos, e busca de justiça social. Nesse contexto,

As ONGs estão, portanto, lutando pela proteção da floresta tropical em circuitos que incluem o Brasil e a Indonésia, os centros globais de mídia de Nova Iorque e Londres, e os locais onde estão estabelecidas as principais madeireiras e compradores de madeira, ou seja, cidades tão diversas quanto Oslo, Londres e Tóquio (SASSEN, 2008, p. 01).

Associado com essas tendências está o aumento da urbanização nessas redes globais. As características dessas cidades revelam a especificidade e a diversidade da sua localização em um ou em vários circuitos. Esse crescimento relacionado com as geografias das cidades começa a operar como infraestrutura para diferentes formas de globalização. Diante disso, Sassen (2008) conclui que tais características das cidades são relevantes e que a concorrência entre elas não é tão grande. Portanto, a divisão regional, global ou das funções é mais importante do que parece, como exemplo, a autora cita:

As economias do conhecimento de São Paulo, Chicago, e Xangai compartilham um longo histórico de prestação de serviços para importantes setores da indústria pesada. Seus históricos econômicos foram

desenvolvidos, ou compartilhados, por outras cidades globais, tais como Nova Iorque e Londres. Dessas diferenças especializadas surge uma divisão global de funções. Assim sendo, uma siderúrgica, mineradora ou fabricante de máquinas, desejando se tornar global, irá a São Paulo, Xangai ou Chicago para obter serviços tais como assessoria jurídica, contábil e financeira, além de seguros, previsões econômicas e outros serviços especializados, e não irá a Nova Iorque ou Londres para obter serviços altamente especializados (SASSEN, 2008, p. 01).

A identificação do valor da especialização das cidades e das regiões urbanas na atual economia global mostra que o aprofundamento da história econômica de um determinado lugar pode influenciar no perfil da economia do conhecimento existente. Com o aumento de cidades globais, é possível observar uma concepção mais abrangente de uma alteração para um mundo cada vez mais multipolarizado (SASSEN, 2008).

O recente aumento das economias informais em grandes cidades da América do Norte, da Europa Ocidental e, em uma pequena escala, do Japão, faz com que sejam levantadas diversas questões relacionadas ao que faz parte, ou não, dos progressos nas economias urbanas dos dias de hoje. Para Sassen (2008), há três tendências que podem sugerir que grande parte da informalidade da atualidade está relacionada com importantes características do capitalismo urbano:

Uma delas seria aguda emergência e crescimento de economias informais nas principais cidades do hemisfério norte. Em segundo lugar, a geralmente subestimada proliferação de uma economia informal composta por profissionais criativos – artistas, arquitetos, designers, desenvolvedores de software, organizadores de eventos, etc. trabalhando nessas cidades. Finalmente, os novos tipos de trabalho informal estariam de fato, funcionando como o equivalente informal de uma desregulamentação formal das finanças, telecomunicações e outros setores de ponta da economia, buscados sob a égide de ‘flexibilidade e inovação’ (SASSEN, 2008, p. 04).

A economia de profissionais essencialmente criativos faz com que as oportunidades cresçam e colaborem com um aspecto específico da nova economia urbana: sua característica inovadora e que configura um tipo de espírito de fronteira. Empresas e mercados globais, além de terem empreendimentos relacionados à cultura, possuem o desejo de estar em várias cidades globais. Isso ocorre porque elas possuem seus programas globais para operar e também porque essas cidades podem servir de ponte entre o global e as características específicas de cada uma das sociedades e economias nacionais. Sassen (2008), nesse sentido, afirma que “cidades globais são construídas, desenvolvidas e concluídas”.

## 2. ECONOMIA CRIATIVA

Atualmente a cultura vem sendo tratada com crescente atenção pela sociedade (CIEDES 2010; PROCOPIUCK e FREDER 2013; 2014), principalmente no campo econômico (HOWKINS, 2013). A aproximação entre cultura e economia vem evoluindo de com bastante rapidez tanto em termos de instrumentalização de tomadores de decisões em organizações públicas e privadas quanto como objeto estudos científicos (UNCTAD 2010b). No campo acadêmico, a associação das potencialidades da cultura vem sendo exploradas economicamente no turismo, nas indústrias culturais, na dinamização de cidades etc. (BOTELHO 2011; LEITÃO 2011). Exemplo de dinamização de cidades podem ser observados nas sociotecnologias resultantes da associação da cultura às telecomunicações e à informática para, por exemplo, produzir *games*, aplicativos para entretenimento pessoal, aplicativos utilizados para a indústria cinematográfica (NIGRI 2009; UNCTAD 2010). Diante deste cenário, torna-se natural compreender como surgiu o termo “economia criativa”, que evidencia a estreita ligação entre economia e cultura (MIGUEZ 2007). Disso, naturalmente, derivam as noções de “cidades criativas” (BELLOWS 2011; CAIADO 2011; BANKS 2013) e tentativas de aplicação dessas novas bases para o desenvolvimento urbano como ocorre, por exemplo, por meio da inserção da economia criativa no Plano Diretor de Belo Horizonte como estratégia para o desenvolvimento local (MACHADO e SANTOS 2012).

Para compreender de forma sistemática os fundamentos da economia criativa associada com a perspectiva das cidades criativas, nas subseções que seguem são tratados os conceitos de indústrias criativas e classes criativas situados em contextos de desenvolvimento urbano a partir de inovação de atividades econômicas.

### 2.1 Surgimento e desenvolvimento da economia criativa

A emersão do conceito de economia criativa vem acontecendo desde o começo do século XXI, junto com várias outras transformações econômicas globais, a exemplo da valorização do conhecimento como recurso produtivo (MADEIRA, 2014). A economia criativa engloba bens e serviços que contam com atividades baseadas na criatividade, aptidões e potencialidades pessoais aplicadas para resultar em produtos e serviços inovadores, que vão da intensificação da tecnologia em produtos e serviços tradicionais, o fortalecimento do artesanato até o desenvolvimento de jogos *online*

construídos com base em conhecimentos extraídos de diferentes bases culturais e de conhecimento (FIRJAN 2008). Nessa linha, o grupo de atividades abrangidos pela economia criativa tem se tornado o setor mais dinâmico da economia global (COUTINHO 2011; MELEIRO e FONSECA 2012).

O termo economia criativa surgiu em 2001, como matéria de capa da revista *Business Week*, e depois deu título a um livro escrito por John Howkins, ainda em 2001, intitulado *The creative economy – how people make Money from ideas*. Nesse livro, com novas edições publicadas em 2007 e 2013, o autor estabelece estreitas relações entre a economia e a criatividade. A preocupação não foi em focar na demonstração desses conceitos como novos, mas em evidenciar o enorme potencial de geração de riqueza quando esses recursos intangíveis são colocados para criar valor em bens e serviços tangíveis e intangíveis. A economia criativa emerge da transação entre os produtos criativos (MADEIRA, 2014).

Quando é abordada a questão da criatividade, percebe-se que ela tem aparecido como um componente necessário para o crescimento econômico e também para aumentos na produtividade. Nessa perspectiva, a criatividade vem sendo considerada como o ingrediente principal na economia e nas indústrias criativas, apesar de ter seu significado ainda não perfeitamente definido, o que tem motivado grandes discussões em disciplinas como filosofia, economia, psicologia, sociologia. Não obstante as controvérsias que gera quanto se trata de sua aplicação prática, a criatividade vem demonstrando-se favorável para a dinamização de atividades econômicas típicas da urbanização globalizada. Em um contexto de competição econômica acirrada e diante de uma ausência de acordo sobre a valorização de recursos utilizados tradicionalmente como bases de desenvolvimento, a criatividade, como novo ingrediente de dinamização econômica tem se destacado.

Howkins (2013, p. 15) dividiu essa nova economia em quinze setores, que serão apresentados a seguir. São setores que se inserem e transformam desde a lógica transacional de circulação e criação de riquezas vigente em pequenas comunidades até os maiores centros urbanos globais. A vantagem da economia criativa está na geração de valor a partir da potencialização da dimensão intangível de recursos tangíveis, o que, por consequência, está em consonância com ideias vinculadas ao desenvolvimento sustentável, ou seja, utilizar recursos naturais como o menor impacto possível sobre sua disponibilidade para gerações futuras.

## 2.2 Setores Criativos

Após identificar os produtos criativos, há uma complexidade para mensurar e estimá-los (UNCTAD 2010a). Determinar e estimar uma patente ou um direito autoral em um produto criativo é, pois, uma tarefa complicada, principalmente diante de fontes incompletas de informações acessíveis a governos sobre como transformar essa perspectiva em meio para potencializar o desenvolvimento endógeno (HOWKINS 2013, p. 20)

Apesar de os governos considerarem a Economia Criativa como relevante, principalmente quando associada à nova economia, a maior parte deles ainda demonstra preferência por setores manufatureiros e de serviços tradicionais, pois, quando considerados em perspectivas de curto prazo, são os que rendem maior arrecadação de impostos. Na atualidade, principalmente em economias em desenvolvimento, isso é facilmente perceptível quando se analisa o produto interno dos países e na representatividade de produtos criativos no comércio internacional. O movimento de exportações e importações de produtos criativos ainda é, em termos relativos, pouco expressivo nas estatísticas de comércio internacionais e de economias locais. Isso pode ser explicado, em parte, pelo estágio de desenvolvimento ainda incipiente e, em parte, por, na maioria das vezes, os produtos criativos serem de difícil exposição para cobrança de impostos de importações e mesmo à cobrança de impostos pelo país em que são criados ou produzidos (UNCTAD 2010a).

A Economia Criativa, cuja abrangência foi definida em 15 setores por Howkins (2013), considera variáveis as variáveis (i) tamanho de mercado e (ii) gastos do setor. O tamanho é determinado pela soma gasta anualmente pelas empresas e consumidores de um determinado mercado enquanto os gastos fornecem a receita do setorial.

O primeiro setor é representado pela *propaganda*, que está passando por uma grande mudança ao passar de prática relacionada a direitos autorais a uma prática ligada a marcas. Segundo Howkins (2013, p.110), existem duas maneiras de se medir propaganda. Valendo-se das agências que trabalham somente com a elaboração de campanhas e também com base as agências que utilizam, além da elaboração das campanhas, a inclusão de suas criações na mídia e espaço de TV, jornais e outros.

Do segundo setor faz parte a *arquitetura*, que é uma atividade pautada em direitos autorais e não em marcas e patentes. Os projetos dos arquitetos são, pois,

protegidos por direitos autorais. Dentro dos 15 setores identificados por Howkins, a arquitetura é o setor mais internacional deles, pois até mesmo economias que restringem a importação cultural dos demais setores não restringem a contratação de arquitetos estrangeiros (HOWKINS, 2013).

O terceiro o setor das *artes*, que lida somente com obras genuínas, raras e exclusivas, apesar de a maioria dos setores tentarem copiar e vender o maior número de cópias possível. Ao artista cabe o direito autoral da obra. Em relações comerciais, o comprador normalmente compra apenas o objeto e não o direito autoral ligado à obra. Mensurar a quantidade de artistas e seus lucros tem se mostrado atividade bastante difícil, principalmente em virtude de a maioria das transações ocorrerem entre particulares, o que acontece fora das galerias e leilões. As galerias e museus normalmente mantêm a custódia dessas obras, não comercializando os direitos autorais. Exceções a essas práticas surgem quando há fornecimento de um catálogo que tenha como exigência a compra de direitos autorais, por exemplo, as editoras (HOWKINS, 2013).

O quarto setor é o *artesanato*, que, segundo Howkins (2013, p. 117), “prospera em dois mercados distintos: o das artes, onde as peças são exibidas em galerias e vendidas em leilões, e também os mercados (muito maiores) de turismo e de entretenimento”. Os indivíduos comercializam artesanato sem a preocupação, na maioria das vezes, com a autoria. O valor dos produtos do artesanato é mensurado pelo valor agregado do produto, representado pelo preço e pela serventia. Apesar das obras de artesanato serem apreciadas como trabalhos artísticos, quando seu ineditismo é identificado e assegurado por perícias, a grande parte dos artesãos não utilizam os seus direitos autorais.

O quinto setor é o *Design*. A IDSA (*Industrial Design Society of America*) define desenho industrial como a “criação e o desenvolvimento de conceitos e especificações que otimizam a função, o valor e a aparência de produtos e sistemas para benefício mútuo de usuários e fabricantes”. O desenho tem uma importante função como processo, desde o *design* de interiores até grandes infraestruturas urbanas. O *design*, é, portanto, importante em todos os processos de criações e fabricação de bens e serviços (HOWKINS, 2013).

O sexto setor diz respeito à *moda*, que se sobressai como um setor extremamente competitivo e tem uma combinação de segmentos tais como: arte, artesanato, desenho, manufatura, varejo e publicidade. Os produtos vinculados à

moda são protegidos por direitos autorais somente se identificados como um trabalho artístico. Por exemplo, roupas produzidas em larga escala não são protegidas por direito autorais, já uma roupa única produzida por um estilista pode ser protegida por direito autoral. Os estilistas utilizam como proteção a criação de marcas registradas, segredos industriais e outras formas de proteção. Atualmente a comercialização de acessórios de grife cresce mais rápido que a comercialização das próprias roupas (HOWKINS, 2013).

O sétimo setor é o *cinema*, que é dividido em quatro setores principais: o cinema americano, a produção de outros países (Austrália, Canadá, Brasil, Grã-Bretanha, França entre outros em escala menor), distribuidoras globais pertencentes a americanos e distribuidores locais detentoras de salas de cinema, canais de televisão e lojas de DVDs. Um forte movimento atual diz respeito à animação digital e ao crescente número de espectadores que trocaram as salas de cinema para assistirem filmes em casa, normalmente via canal de televisão pago e DVDs (HOWKINS, 2013).

A *música* é o constitui o oitavo setor, sendo o mais impalpável dentre os produtos criativos e com maior penetrabilidade. Segundo Howkins (2013, p. 124), esse setor “tem quatro ramos principais: composição, apresentações, publicação/licenciamento e gravações de música”. Uma letra de música é protegida por direitos autorais. A composição tem proteção durante o período de vida do compositor mais 70 anos, já as gravações pelo tempo de vida de quem as exercem mais 50 anos. As editoras compram os direitos autorais para explorar por meio de gravações e *shows*. Nos últimos anos, as vendas de músicas tiveram um impacto grande com a utilização da internet e uso de celulares. Na atualidade, o mercado passa por um período de adaptação, já que a internet tem um grande impacto afetando de várias maneiras a produção, o compartilhamento e a maneira de como as pessoas obtém música (HOWKINS, 2013).

O nono setor é o de *artes cênicas* (Teatro/Ópera/Dança/Balé), que englobam as apresentações em eventos e palcos. Compreendem em suas práticas técnicas de escrita, produção, elenco, direção e atuação; design; iluminação e som; figurino; cenário; marketing e administração. Passam a ter a proteção de direitos autorais somente quando a obra é escrita e quando é rerepresentada se qualificando como um trabalho literário (HOWKINS, 2013).

O décimo setor é o *setor editorial*, que compreende o maior setor mundial de mídia, impressão e publicação. Nesse setor, o autor e o direito autoral foram identificados, passando a serem os alicerces da lei de propriedade intelectual. Nos últimos anos, esse setor vem passando por mudanças para atender hábitos culturais nacionais e o incremento da internet com a publicação eletrônica. O comércio de livros passou por mudança recente, com o grande sucesso de compras *on-line* e o ingresso de *megastores*. Dentre os produtos criativos, o livro é o que possui maior apelo visual e variedade de preços e assuntos. O setor editorial engloba livros, revistas, jornais, CDs, DVDs entre outros (HOWKINS, 2013).

O décimo primeiro setor é o de *pesquisa e desenvolvimento*, que configura um setor de patentes e compreende atividades científicas e técnicas elaboradas por universidades, empresas e organizações de pesquisa. P&D, como forma secundária, é ligada ao setor de direitos autorais. O setor pode ser mensurado por meio do número de patentes concebidas e via investimentos em P&D (HOWKINS, 2013).

O décimo segundo setor é o setor de *software*, que trabalha com a criação e a idealização de programas de computadores. As criações de programas de computadores produzem propriedade intelectual, mas vários criadores preferem não utilizar tal propriedade, deixando suas criações para acesso livre. Os programas de computador são considerados também como obra literária, podendo ser empregados patentes a um programa e suas aplicações (HOWKINS, 2013).

O décimo terceiro setor é o de *brinquedo e jogos* (excluindo os vídeos games), que se caracterizam por várias formas de propriedade intelectual, como, por exemplo, marcas registradas, direitos autorais e em alguns casos como obra artística. Os desenhos impressos nos jogos, os personagens podem ser protegidos por marcas ou direitos autorais, já as regras dos jogos não podem ser amparadas (HOWKINS, 2013).

O décimo quarto setor é o setor de *TV e rádio*. Esse setor foi inaugurado pelo rádio, mas hoje a televisão predomina e assume papel de um dos principais instrumentos de importância política e social. Atualmente, os programas que mais crescem são os chamados *reality shows*, que possuem baixo custo de produção e potencial de produção em larga escala. Como, normalmente, envolvem votação do público aumentam significativamente a receita das emissoras. Esses programas podem ser protegidos por direitos autorais e exportados mundialmente (HOWKINS, 2013).

O décimo quinto setor é o de *vídeo games*, que, segundo Howkins (2013, p.139) “consiste em três ramos: jogos de console com software e consoles proprietários; jogos em CD e DVD que podem ser jogados em qualquer computador; e jogos on-line”. O mercado de jogos é extremamente inconstante e dependente de novos consoles. Os países que atualmente dominam o mercado de desenvolvimento de jogos são: Estados Unidos, Coreia do Sul e Japão. Os vídeos games são protegidos por direitos autorais, assim como trabalhos literários, artísticos e dramáticos. Os jogos de vídeo games podem se transformar em objetos como brinquedos, desenhos na televisão e filmes, portanto dependem cada vez mais de marcas registradas (HOWKINS, 2013).

Howkins (2013, p.141) exemplifica na tabela a seguir o tamanho da Economia Criativa no início do século XXI.

**Tabela 1 – Representatividade da Economia Criativa em 2005 (em US\$ bilhões)**

Setor	Mundial	Estados Unidos	Reino Unido	China
Propaganda	55	22	16	1
Arquitetura	45	25	7	1
Arte	11	5	4	...*
Artesanato	30	3	2	1
Design	140	49	23	4
Moda	16	5	2	0,4
Cinema	81	28	8	0,3
Música	80	27	10	0,2
Artes Cênicas	50	13	3	0,5
Editorial	605	126	44	10
P&D	676	330	42	17
Software	600	410	26	3
Brinquedos e Jogos	59	22	6	3
TV/Rádio	237	85	21	5
Vídeo Games	21	7	4	5
<b>Total</b>	<b>2709</b>	<b>1157</b>	<b>218</b>	<b>51</b>

...\* abaixo de US\$ 0,2 bilhões.

Fonte: Howkins (2013, p.142)

Além dos critérios definidos por Howkins (2013), há várias organizações que procuram encontrar outros para definir objetivamente os setores criativos. Embora já exista uma reagrupação dos setores e atividades da Economia Criativa, o estabelecimento de setores unificados tornaria mais fácil quantificar e qualificar os agentes envolvidos no desenvolvimento e na avaliação de seu impacto. Isso, se consideradas políticas de desenvolvimento urbano, é importante em termos de

planejamento de áreas para formação de *clusters*; incentivo ao desenvolvimento de atividades de educação e de formação de profissionais da economia criativa, ou seja, dos integrantes das classes criativas; a criação de infraestruturas de suporte às atividades criativas etc. (FIRJAN 2008; UNCTAD 2010a; BRASIL, 2011) .

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (Unesco) receosa com essas divergências de grupos parâmetros elaborou um escopo dos setores criativos, que posteriormente foram sendo modificados de acordo com as necessidades de cada nação. Foram divididas em duas macroeconômicas: “setores criativos nucleares e os setores criativos relacionados”, o primeiro agrupa aquelas atividades que estão relacionadas diretamente com a questão do ato criativo e o segundo não está diretamente ligado na criatividade, mas se relaciona com ela. E uma terceira linha são os setores de patrimônio imaterial, que são aqueles definidos pela Unesco como transversais aos dois anteriores. Diante disso, ao poder público e à iniciativa privada se sobressai como atividade árdua a decisão de realizar investimentos, pois é necessário que haja uma ideia mínima dos setores e da potencial habilidade da região para estimular o crescimento (LEITÃO, 2012).

Independentemente da classificação que se considere, grandes desafios se mostram para obter dados objetivos para dimensionar a importância de cada setor criativo na composição de economias locais.

### **2.3 Indústrias Criativas**

A ideia de indústrias criativas vinculada diretamente à de setores criativos, dados que, na realidade, essas duas perspectivas de classificação de atividades econômicas coincidem em termos práticos. A diferenciação ocorre em função de nomenclaturas diferenciadas serem utilizadas em diferentes países (PROCOPIUCK e FREDER, 2014). Segundo Reis (2008), as indústrias criativas surgiram inspiradas no *Creative Nation* (Nação criativa), que foi projeto australiano de 1994. Essa perspectiva ganhou força apenas em 1997, no Reino Unido como meio de enfrentar uma conjuntura econômica problemática nos setores tradicionais. Aliada à necessidade de revitalização econômica, as indústrias criativas representavam uma grande oportunidade de revitalização urbana, com a predestinação de grande parte de imóveis inativados pela sucumbência de indústrias tradicionais.

Diante disso, os britânicos então identificaram treze setores que tinham maior potencial no país e os chamaram de indústrias criativas, que são aquelas que têm sua origem na criatividade ou talento individual e que possuem potencial para a geração de riqueza e de empregos por meio de sua exploração. A ação do Reino Unido tornou-se um modelo por utilizar do programa de contextualizar as indústrias criativas como respostas para um cenário econômico em transformação. Em termos de políticas públicas, foram privilegiados os setores que tinham maior competitividade para o país tornando-os como prioridades públicas para fomentá-los e divulgavam as estatísticas reveladoras que as indústrias criativas vinham tendo, de forma crescente e impactante. A partir destas ações, o conceito foi se multiplicando nos mais diversos países, como Cingapura, Líbano e Colômbia (REIS, 2008).

No Brasil, a maior contribuição do programa britânico foi ter provocado reflexões em relação às mudanças no cenário socioeconômico em encontros culturais e políticos. Por esse motivo, a Economia Criativa vem suscitando debates que se inserem em outras áreas, como no sistema educacional (avaliando o sistema atual e os profissionais que nele operam), novas propostas de melhorias em sistemas urbanos (trazendo a valorização de cidades históricas, criando parques criativos etc.), fazendo com que grandes instituições financeiras se atentem para a importância da valorização das ideias criativas, colocando o papel da cultura como estratégia socioeconômica de desenvolvimento local e, talvez, até mesmo trazendo uma revisão na estrutura econômica, das cadeias setoriais de valor (UNCTAD 2010b).

## **2.4 Cidades Criativas**

A importância do conceito de cidade criativa fica cada vez mais evidente, principalmente em discursos de grandes instituições, como a ONU, e em ações de governos locais. Nesses discursos se sobressaem como permanência em discussões sobre a criatividade como fonte de desenvolvimento e sobre a importância da cultura como elemento impulsionador da competitividade local derivada de produtos e serviços criativos.

Nessa linha, a história recente tem sido pródiga em mostrar que operadores de atividades econômicas tendem a entretecer crescentes interdependências funcionais que convergem para determinados centros geograficamente localizados, que se tornam atrativos para trabalhadores com diferentes perfis de atuação profissional

(SCOTT 2007, p.198). Nesses pontos de confluência de atividades de diferentes indústrias e de formação de comunidades humanas tem sido, como consequência, originada a maior parte dos centros urbanos. Apesar da importância das forças econômicas para imposição de dinâmicas locais, não são suficientes, *per se*, para colocarem os contextos urbanos que estruturam em trajetória de interdependência para se alçarem espontaneamente para ocupar pontos de referência em economias regionais, nacionais ou internacionais.

Nesse contexto, de acordo com Landry (2000, p. 133-134), surgem as cidades criativas com base na ideia de que a cultura surge como valor ou inspiração para modos de vida e formas de expressão criativa. As cidades criativas representam, portanto, o solo a partir do qual a criatividade surge e cresce, fornecendo impulso para o desenvolvimento. Os centros urbanos criativos passam a ser identificados com base nos seguintes sete principais fatores: qualidades pessoais; vontade de agir e liderança; diversidade humana e acesso a talentos variados, a cultura organizacional; identidade local; espaços e instalações urbanas, e redes dinâmicas. O conjunto formado pela interação dinâmica desses atributos formaria uma cidade criativa. Em alguns casos, entretanto, cidades podem ser criativas com apenas alguns deles, mas tanto maior será sua capacidade quanto mais próxima estiver de possuir todos e elevado patamar.

### **3. POLÍTICAS PÚBLICAS**

Nos últimos anos tem se registrado a importância do conhecimento em uma área chamada de políticas públicas, bem como dos atores, modelos, instituições que regulamentam a tomada decisão, criação, implementação e avaliação de programas governamentais com reflexos sobre diferentes dimensões das relações sociais que ocorrem em diferentes sociedades. Existem vários elementos que ajudaram a dar uma maior visibilidade para este campo, como, por exemplo, a adoção de políticas de gastos públicos adotadas por muitos países, principalmente aqueles que optaram por estratégias de desenvolvimento a partir do pensamento keynesiano. Entretanto, as novas visões em torno das responsabilidades e do papel dos governos que veio substituir a política keynesiana do pós-guerra por outras políticas relacionadas aos gastos públicos. Com isso, na visão das políticas públicas, há que se buscar ajustes fiscais que levem a orçamentos mais equilibrados e à diminuição das ações do Estado

nas políticas públicas e na economia. Também com relação aos países em desenvolvimento, de democracia recente ou que foram recém-democratizados, na maioria das vezes, ainda não formaram acordos políticos capazes de fomentar o desenvolvimento econômico e a inclusão social de suas respectivas populações. Esses desafios não são simples, pois dependem de fatores externos e internos. Por isso, é, por um lado, fundamental que se compreenda como as políticas e as regras que conduzem as decisões, a elaboração e a implementação de ações estatais e, por outro, que também se compreenda como se comportam os conflitos relacionados às decisões acerca das políticas públicas (SOUZA 2006).

A compreensão sobre como são desenvolvidas e como podem interferir em estratégias de desenvolvimento local coloca as políticas públicas como fundamentos de iniciativas locais voltadas para o desenvolvimento pautado na perspectiva da economia criativa (FREDER, 2015). Com essa finalidade, a seção que segue procura trazer os traços essenciais de políticas públicas e de suas finalidades como instrumentos de fomento do desenvolvimento local.

### **3.1 Conceito de Políticas Públicas**

O campo de política pública só começou a ser mais aparente no último século em virtude de algumas atitudes tomadas, principalmente por países em desenvolvimento. São exemplos de tais atitudes o corte de gastos públicos que influenciou para que políticas econômicas e sociais se fizessem mais presentes. Isso fez com que outras novas discussões surgissem para compreender o verdadeiro papel dos governos, indo além da simples redução da ação do estado na economia para vislumbrar novas iniciativas capazes de alavancar o desenvolvimento econômico, bem como com capacidade de proporcionarem maiores níveis de inclusão social (SOUZA, 2006).

Para Souza (2006, p. 4), na área de políticas públicas, dentre as diferentes concepções que tiveram seus fundadores, "a definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análise sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz".

Independentemente da concepção teórico-conceitual, a política pública tem que vir acompanhada da explicação das suas inter-relações (Estado, política,

economia e sociedade), justamente pelo fato de a política pública repercutir na economia e nas sociedades (SOUZA 2006, p. 4). E conclui que:

Pode-se então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, “colocar o governo em ação” e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente) (SOUZA, 2006, p.7).

O essencial era que toda e qualquer política pública abrangesse toda a sociedade, com suas diferenças, o que é o principal desafio do poder público quando está realizando suas ações, bem como quando estão sendo implementadas, controladas e, depois, avaliadas. Canela (2008, p.19) coloca como a definição de política pública “qualquer ação dos poderes públicos que seja executada a fim de garantir os mais diferentes direitos de cidadãos e cidadãs, segundo o estabelecido no ordenamento jurídico de um dado país”.

O ponto inicial da política pública em sua prática pode ser considerado as eleições, onde o cidadão decide quem dos candidatos está como melhor programa de governo. E depois que ocorre todo o processo eleitoral, o político escolhido pela maioria irá conduzir o destino dos recursos e em quais áreas serão priorizadas. Para as quais são escolhidas algumas soluções, que, quando estiverem aprovadas, comecem a ser implantadas (CANELA, 2008, p.22). Essa visão de política pública é importante por estabelecer uma relação direta entre as opções dos governantes e suas vinculações diretas com os compromissos que assumem com diferentes segmentos da sociedade. Exemplo disso são os diferentes resultados obtidos com a política pública de fomento da economia criativa em Curitiba e Porto Alegre, conforme levantados e discutidos por Freder (2015).

Para Souza (2006, p. 17), as políticas públicas são fundamentais por, a partir delas, ser possível identificar quais são as prováveis ações do governo, elas envolverem a articulação de interesses de vários atores em diferentes níveis de decisão, serem amplas o suficiente para abarcarem interesses de diferentes segmentos da sociedade, manifestarem explícita e implicitamente intenções e objetivos a serem alcançados; e apresentarem perspectivas de longo prazo.

A discussão de políticas públicas no presente trabalho se justifica por, apesar de não se realizar a avaliação direta dos impactos da política pública de fomento da economia criativa em Curitiba e Porto Alegre, se constituir em fundamento importante para associar os resultados da presente pesquisa aos obtidos na pesquisa realizada

pela mestrandia Schirlei Mari Freder sob o mesmo projeto de pesquisa a que o presente trabalho se relaciona. Nas discussões dos resultados, portanto, serão retomadas discussões e achados importantes daquela pesquisa para interpretar os resultados obtidos com o presente trabalho.

### **3.2 A experiência de Rio Grande do Sul e Porto Alegre**

No Estado do Rio Grande do Sul e em sua capital Porto Alegre, iniciativas para formar uma agenda voltada as políticas públicas relacionadas à Economia Criativa, que compreendem ações na área de tecnologia, inovação e cultura, vêm acontecendo desde 2011. Na área da inovação iniciou em 2009, quando houve primeiramente o cuidado de separar em categorias distintas a economia e a indústria criativa. Com o início de um novo plano de governo, tanto no nível estadual quanto municipal, em 2012 e 2013 aconteceram as primeiras ações a partir de iniciativas da Secretaria de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico e da Secretaria Municipal de Cultura em cooperação com *British Council*. O resultado disso foi a instituição do Núcleo de Economia Criativa, além de termos de cooperação internacional e criação do Gabinete de Inovação e Tecnologia, entre outros (FREDER, 2015, p. 115)

Porém, para tornar estas políticas públicas mais efetivas, seria necessário ter dados consistentes, mais precisos e que refletissem o perfil do Estado. Para isso, em 2012, a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção da Inovação (AGDI) assinou um convênio com a Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser (FEE) para desenvolver um mapeamento da indústria criativa do estado. O documento resultante foi chamado de “Indústria Criativa no Rio Grande do Sul” e publicado em 2013 (FREDER, 2015, p.116).

O relatório adotou metodologias para realizar o mapeamento e a investigação da indústria criativa ao longo do tempo no estado gaúcho e seus municípios. Com o Coredes (Conselho Regional de Desenvolvimento) foram obtidos os registros fiscais de saídas<sup>1</sup>, que permitiram serem analisadas as participações da indústria criativa nas saídas da indústria de transformação e do comércio. Além da participação foi recorrido

---

<sup>1</sup> Elaborados pela Secretaria da Fazenda do Estado do Rio Grande do Sul (Sefaz-RS) e fornecidos por meio de um termo de cooperação, que foi assinado em 2011.

a uma *proxy* do Valor Adicionado de Produção<sup>2</sup>, que poderia gerar uma distorção, pois desconsidera o consumo intermediário. Para garantir uma comparação com outros parâmetros nacionais foram extraídos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), na base do Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE), para obter números dos empregos, estabelecimentos, entre outros. Na coleta desses dados foram consideradas as atividades de núcleo e as relacionadas. Como um dos resultados do mapeamento foi identificado que 5,8% dos empregos estão vinculados a atividades relacionadas ao núcleo criativo. Em relação à participação econômica, a pesquisa utilizando a *proxy* demonstrou que aproximadamente 13% da indústria de transformação também está relacionada ao núcleo criativo (VALIATI e WINK JUNIOR, 2013, p. 24;57). Além deste estudo, o desenvolvimento de grupos de estudo que agruparam várias secretarias em âmbito estadual foi incluído como forma de fortalecer a agenda.

Já no começo da gestão do governo (2011-2014) foi estabelecida uma Política Industrial do Estado, quando foram colocadas prioridade para ações 23 setores considerados estratégicos<sup>3</sup>, que considerava além das atividades tradicionais, aquelas relacionadas à economia criativa. Após o estabelecimento dessa política, foram criados alguns programas setoriais para as duas economias, onde cada um deles possuía estratégias prioritárias, preferenciais e especiais. Para esta nova economia foram listados sete programas divididos entre tais setores. Dentro do setor especial se situou a estratégia relacionada à Indústria da criatividade, que englobou, além do mapeamento, a integração entre secretarias e o fomento por meio de editais. Algumas ações para o desenvolvimento local também foram incluídas. Esses programas foram construídos por um grupo de trabalho que posteriormente foi transformado no Comitê Gestor do Programa RS Criativo, por meio do Decreto nº 50.975/2013 (FREDER, 2015, p. 120;121).

Mais uma atividade desenvolvida no estado foi a parceria entre o MinC/SEC e a SEDAC, anunciada logo no início de 2012, para a instalação do escritório chamado Criativa Birô. O convênio tinha sido assinado em 2014, porém não houve a instalação

---

<sup>2</sup> Foi recorrido a proxy de Valor Bruto da Produção, onde conceitualmente esta informação de saídas pode ser considerada uma estimativa do valor bruto sem retirar o desconto do consumo intermediário de processo de produção.

<sup>3</sup> A responsabilidade de implementar esta nova política ficou para a SDPI (Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento junto com a AGDI (Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento).

por questões burocráticas. Outro resultado da parceria com o Ministério, em 2013, foi a criação do Observatório de Economia Criativa do Estado do Rio Grande do Sul em parceria da UFRGS. Esse projeto foi implementado em 2014 e também contou com o Observatório de Cultura de Porto Alegre, a Universidade de Valência e a SEDAC. Essas e outras atividades em âmbito estadual demonstram o início da criação de políticas públicas para a Economia Criativa no âmbito do Programa RS Criativo, onde cultura, audiovisual e games foram tratados como prioritários (FREDER, 2015, p. 123;125)

No âmbito municipal (Porto Alegre) também foram identificadas várias ações iniciais relacionadas com a Economia Criativa. No final de 2012 foi criada o NEC (Núcleo de Economia Criativa), por meio da assinatura de um termo de cooperação entre a prefeitura e o departamento de cultura governamental do Reino Unido, chamado *British Council* (FREDER, 2015, p.125).

Em 2013 houve a criação de um grupo de trabalho que foi chamado de “*Porto Alegre Criativo*”, que tinha como principal objetivo o desenvolvimento de propostas para o Programa Municipal de Economia Criativa. Também foi oficializado o Comitê Municipal de Economia Criativa, Decreto nº 18.422, formado por organizações públicas, privadas e sociedade civil (por meio de alguns representantes), e era coordenado pelo Inovapoa. Outra ação realizada em 2013 foi a oficialização de uma parceria com o Centro Universitário Metodista – IPA para instalar o primeiro Polo de Economia Criativa – Tecendo Ideias, que tinha como objetivo a promoção da inclusão social e do desenvolvimento local sustentável (FREDER, 2015, p. 125).

Logo no início de 2014 foi registrada a primeira reunião realizada no ano pelo comitê. O objetivo da reunião foi avaliar os trabalhos dos anos anteriores, estabelecer o calendário de ações daquele ano e elaborar o Plano Municipal de Economia Criativa, que tem como principal objetivo impulsionar e desenvolver os principais setores criativos utilizando como meio a criação de políticas públicas. Em meados de junho daquele ano foi realizada uma chamada de projetos que inaugurou o Polo de Economia Criativa, quando foram selecionados oito projetos inovadores que estavam ligados às áreas de design, moda, arquitetura, engenharia, moda, música, publicidade, jogos, audiovisual e turismo (FREDER, 2015, p. 127).

Existem diversas ações que estão acontecendo em paralelo no âmbito municipal e estadual, apesar de serem diferentes, esse processo de formação de

políticas públicas demonstra um avanço importante para atividades criativas na região.

### **3.3 A experiência de Paraná e Curitiba**

No Paraná, a discussão e as iniciativas em relação à Economia Criativa começaram a surgir em 2011. A responsabilidade das ações foi atribuída para a Secretaria de Estado da Cultura (SEEC). Essa Secretaria vem trabalhando desde então no desenvolvimento de algumas ações que possam formar uma agenda estadual. No estado do Paraná, como também em Curitiba, as ações estão mais relacionadas com o campo da cultura (FREDER, 2015, p. 100).

Em um dos primeiros eventos realizados pela SEEC, em 2011, como convidada estava a Secretaria de Estado do Turismo (SETU), para fins de elaboração de ações e iniciativas juntas. Contudo, aproximadamente dois anos depois, em 2013, a SETU foi extinta e, depois, reincorporada, havendo, então, a criação da Secretaria de Estado do Esporte e Turismo. Em virtude dessas mudanças e reestruturações não foi possível a realização de nenhuma ação juntas. No primeiro ano de iniciativas, em 2011, houve o Movimento Londrina Criativa, que tinha como objetivo atrair cidadãos criativos a fim de gerar um ambiente favorável na geração de riquezas para aquela cidade, a fim de torná-la uma Cidade Criativa. Em Curitiba foi realizado um Seminário de Economia Criativa onde estavam a SEEC e SETU, com o apoio do Sistema FIEP, no Museu Oscar Niemeyer. Também em 2011 foi criado o Fórum de Economia Criativa do Paraná, que teve sua estruturação iniciada em novembro de 2011 (FREDER, 2015, p. 100).

Já no ano seguinte, foi realizado o curso de Economia Criativa e Empreendedorismo, que foi organizado pela SEEC, patrocinado pelo SEBRAE Nacional. Além disso, foram realizadas Palestras e Oficinas em Foz do Iguaçu, Francisco Beltrão, Toledo, Londrina, Cianorte, Paranavaí, Piraí do Sul, Guarapuava, Paranaguá e Araucária, organizadas pela SEEC em parceria com a empresa Garimpo de Soluções. Essas oficinas e palestras tinham como objetivo a sensibilização dos participantes com o tema Economia Criativa. Em 2012 foi anunciado e noticiado que

o Paraná receberia o Criativa Birô<sup>4</sup> durante um Seminário sobre Economia Criativa na Universidade Federal do Paraná, que foi promovido pela sua Agência de Inovação. Em 2013, além de eventos realizados pelo MinC, também aconteceu o Primeiro Encontro de Economia Criativa do Litoral do Paraná<sup>5</sup> (FREDER, 2015, p. 100).

Em 2015, aconteceu o 1º Encontro de Economia Criativa no Paraná, na cidade de Maringá. Nessa ocasião houve o lançamento oficial da Incubadora Paraná Criativo. Nesse ano aconteceram o 2º e o 3º encontro de Economia criativa nas cidades de Londrina e Foz do Iguaçu. A Incubadora Paraná Criativo tem como objetivo apoiar a geração de empreendedores e profissionais criativos, a qualificação desses empreendedores. Com isso, busca contribuir na identificação dos setores criativos e no seu fortalecimento. Sendo assim realiza ações como seminários, cursos, oficinas, etc. Ainda em 2015, a Incubadora realizou uma sequência de formação que tinha duração de três dias em dez cidades do Estado: Curitiba, Colombo, Guarapuava, Londrina, Jacarezinho, Pato Branco, Maringá, Telêmaco Borba, Ponta Grossa e Toledo. A proposta para o Ano de 2016 foi de que estes cursos e palestras continuassem (SEED).

Em relação às ações realizadas na esfera municipal, Curitiba iniciou a discussão sobre Economia Criativa, principalmente como política pública de desenvolvimento local. Em 2012 surgiu o Movimento Curitiba Criativa, como iniciativa coordenada pela Escola de Criatividade. Em 2013 foi realizado o “Encontro da cultura e indicadores de Economia Criativa inspirações para Curitiba, promovido pela Agência Curitiba de Desenvolvimento. Em 2014 foi promovida a Audiência Pública com o tema Economia Criativa e Cultura, o Curso Cultura & Autonomia – orientado para planejar o futuro<sup>6</sup> e a Palestra Economia Criativa – estudo e desenvolvimento de processos produtivos vinculados à criatividade e conhecimento<sup>7</sup> (FREDER, 2015, p.105). Essas ações estavam alinhadas de certa forma com o Plano de governo 2013-2016, no item que tratava do “Desenvolvimento sustentável e Emprego”, que, por sua vez, tinha como um dos objetivos “reposicionar Curitiba no patamar das principais cidades

---

<sup>4</sup> Um centro de apoio aos empreendedores e profissionais criativos que oferecerá consultoria e apoio na formação na área de gestão.

<sup>5</sup> Realizado pela Agência de Inovação da UFPR, em parceria com o município de Pontal do Paraná e REDEC.

<sup>6</sup> Promovido pela Fundação Cultura de Curitiba, SEBRAE e Agência Curitiba de Desenvolvimento

<sup>7</sup> Promovido pela Fundação Cultural de Curitiba, Fecomércio, Agência Curitiba de Desenvolvimento e SESC/PR

inovadoras e criativas do mundo através de incentivos e instrumentos de fomento apropriados”(CURITIBA 2013a, p. 29). Em 2016 foi lançado o Concurso Curitiba Economia Criativa<sup>8</sup>, direcionado para pessoas jurídicas ou físicas que tivessem uma ideia inovadora, original e viável economicamente.

Tanto na esfera Estadual quanto Municipal, ainda não há ações que evidenciem a formação de uma agenda específica para formular políticas públicas relacionada à Economia Criativa (FREDER, 2015, p.109).

---

<sup>8</sup> Iniciativa da Prefeitura de Curitiba, realizado pela Agência Curitiba de Desenvolvimento em parceria com o Centro Europeu Profissões & Idiomas.

## **CAPÍTULO II – ABORDAGEM METOLÓGICA**

A pesquisa será conduzida sob a perspectiva de *métodos mistos sequenciais*. Numa primeira fase serão exploradas quantitativamente bases de dados para definir o perfil evolutivo na última década das atividades criativas nas cidades estudadas. Em segundo momento, explicações serão buscadas por meio da aplicação de método qualitativo, mediante realização de pesquisa documental.

### **1. ESTRATÉGIAS E MÉTODOS DE PESQUISA**

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 30), o método científico pode ser considerado o grupo de atividades racionais e sistemáticas, que com maior segurança e economia, permite ao pesquisador alcançar os objetivos propostos, servindo como base para decisões durante o processo de pesquisa. Para delimitação do contexto a ser analisado, optou-se pelo formato de estudo de caso, que segundo Yin (1994), permite investigar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. O estudo de caso foi adotado por ser adequado para manter os dados coletados relacionados diretamente aos resultados de políticas públicas de fomento à economia criativa nas cidades de Curitiba e Porto Alegre.

Na parte quantitativa, com base no modelo de classificação da Economia Criativa, considerado pela UNCTAD, utilizando estratégia investigativa longitudinal de *levantamento*, estão os códigos correspondentes a cada atividade na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) e serão extraídos da base do Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de estabelecimentos e vínculos relacionados a Economia criativa no Paraná e Rio Grande do Sul, incluindo as capitais Curitiba e Porto Alegre, nos últimos vinte anos, ou seja de 1995 a 2015.

O estudo foi encaminhado com base na questão de pesquisa, objetivo geral e objetivos específicos. A aproximação da realidade empírica ocorreu com a utilização de variáveis constitutivas, que estabelecem ponte com a fundamentação teórica, e de variáveis operacionais, que permitem a aproximação da realidade empírica. Todos esses elementos são componentes da estrutura metodológica demonstrada no Quadro 2.

**Quadro 2 – Pergunta, objetivos, fonte e técnicas de pesquisa**

<b>Pergunta de pesquisa:</b> Como têm evoluído as atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa?			
↓			
<b>Objetivo Geral:</b> Avaliar a evolução das atividades criativas nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná), considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, sob a perspectiva da economia criativa.			
↓			
	→	→	→
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Finalidade</b>	<b>Fonte de dados e informações</b>	<b>Técnica de análise</b>
1. Identificar um modelo que permita agregar atividades típicas da economia criativa e que seja passível de operacionalização com base em dados obtidos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), disponibilizada para consulta pelo Ministério do Trabalho e Emprego.	Obtenção de dados quantitativos capazes de expressarem o perfil e o desenvolvimento das atividades relacionadas à economia criativa em Porto Alegre e Curitiba.	Literatura, tutoriais e relatórios técnicos publicados	Análise de conteúdo
2. Elaborar um banco de dados para tratamento das informações quantitativas obtidas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).	Desenvolver ferramenta para, além da aplicação para alcançar os objetivos da presente pesquisa, que possa ser utilizada para avaliação da dinâmica da economia criativa em outras cidades brasileiras.	Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)	Relacionamento lógico e estruturado de informações quantitativas
3. Avaliar os impactos na economia urbana das atividades resultantes da transformação das bases de desenvolvimento tradicionais para as pautadas na economia criativa.	Compreender a trajetória histórica e avaliar o estágio atual das atividades relacionadas à economia criativa em Porto Alegre e Curitiba.	Banco de dados elaborados para cumprir o objetivo 2.	Análise quantitativa de séries temporais.
4. Avaliar diferença e similaridades nas políticas públicas de fomento à economia criativa nas cidades de Porto Alegre e Curitiba.	Obter referenciais comparativos para pautar comparações entre as cidades de Porto Alegre e Curitiba e, com isso, servir de base para identificação de boas práticas em cada um destes dois contextos urbanos.	Banco de dados elaborados para cumprir o objetivo 2. Dissertação defendida por Freder (2015)	Análise de conteúdo.

Fonte: Elaboração própria, 2015.

A abrangência da pesquisa refere-se ao Paraná e ao Rio Grande do Sul, incluindo as capitais Curitiba e Porto Alegre, nos últimos vinte anos, ou seja, de 1995 a 2015, visto que as bases de dados trazem os dados de uma forma bastante completa. A unidade pode estar relacionada a um grupo, organização, subgrupos, ou pessoas previamente determinadas (MAZOTTI; GEWANDSZNAJDER 1999, p.

170). A unidade de observação é formada pelo conjunto de atividades relacionadas à economia criativa e que estão presentes nas duas cidades pesquisadas.

## 2. TÉCNICAS DE PESQUISA E COLETA DE DADOS

Para Creswell (2010, p.26), a pesquisa qualitativa é uma forma de investigar e compreender o motivo que as pessoas ou as sociedades colocam para um problema social e humano. Já a pesquisa quantitativa é uma forma de validar teorias mais objetivas, observando a relação entre as variáveis que elas compõem. No presente trabalho, em um primeiro momento, na pesquisa serão utilizadas técnicas quantitativas, uma vez que será trabalhado com vários dados exatos, como técnicas de estatísticas. Será utilizada a técnica qualitativa. Na parte qualitativa, mediante utilização da estratégia de investigação sob a forma de *estudo de caso*, serão analisados programas de governo, eventos e atividades desenvolvidas por entidades públicas e privadas para fomentar iniciativas para fortalecimento das bases daquilo na economia criativa.

Na parte quantitativa, com base no modelo de classificação da Economia Criativa, considerado pela UNCTAD, estão os códigos correspondentes a cada atividade na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) e, utilizando estratégia investigativa longitudinal de *levantamento*, serão extraídos da base do Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de estabelecimentos e vínculos relacionados à Economia criativa no Paraná e Rio Grande do Sul, incluindo as capitais Curitiba e Porto Alegre, nos últimos vinte anos (1995 a 2015).

Para Silva e Menezes (2005), na etapa de coleta de dados o pesquisador “fará a pesquisa propriamente dita, e para obter êxito neste processo, duas qualidades são importantes: a paciência e a persistência. Na presente pesquisa os dados serão coletados em um primeiro momento de bases estatísticas de órgãos como MTE (Ministério do Trabalho), IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), posteriormente será realizado análises nas duas cidades (Curitiba e Porto Alegre) por meios da análise documental e das principais políticas utilizadas pelas duas prefeituras para fomento da Economia Criativa.

Como o mais utilizado em âmbito nacional, o modelo da UNCTAD (2010) classifica em quatro grupos principais as indústrias criativas: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais com alguns subgrupos:

**Tabela 2- Atividades associadas as indústrias criativas por grupo**

Patrimônio	Une aspectos culturais dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, influencia a criatividade e se caracteriza como a origem de uma gama de produtos e serviços patrimoniais, além de atividades culturais. Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais e celebrações). Locais culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas e exposições).
Artes	Inclui as indústrias criativas baseadas puramente na arte e cultura. O trabalho artístico é inspirado pelo patrimônio, valores de identidade e significado simbólico. Artes visuais (Pintura, escultura, fotografia e antiguidades). Artes cênicas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.)
Mídia	Abrange dois subgrupos de mídia que produzem conteúdo criativo com o objetivo de esclarecer comunicação com grandes públicos (“novas mídias” recebem classificação separada) Editoras e mídias impressas (livros, imprensa e outras publicações). Audiovisual (filme, televisão, rádio e demais radiodifusões).
Criações funcionais	Constitui indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltada à prestação de serviços, com a criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais. Design (interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos). Novas Mídias (arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais). Serviços criativos (arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais).

Fonte: UNCTAD (2010).

Com base no modelo de classificação da indústria criativa desenvolvida pela UNCTAD, para o desenvolvimento deste estudo será utilizada a estratégia investigativa longitudinal de *levantamento*. Para isso serão identificados os códigos correspondentes a cada atividade na Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) na base do Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Com base nesses critérios será levantado o número de estabelecimentos e vínculos relacionados à Economia criativa no Paraná e Rio Grande do Sul, incluindo as capitais Curitiba e Porto Alegre, nos últimos vinte anos (1995 a 2015).

### 3. FASES DA PESQUISA

Segundo Silva e Menezes (2005, p. 22), a pesquisa científica dependerá de três fases: fase decisiva (que se refere a escolha do tema, definição do problema), fase construtiva (que se refere a elaboração do plano e a execução da pesquisa) e a fase redacional (que se refere a análise dos dados, organização de ideias, apresentação de relatórios, etc.)

A realização da pesquisa já ultrapassou a fase decisiva, no que diz respeito à delimitação do problema de pesquisa e à identificação dos principais problemas que a pesquisa irá contribuir. Na fase construtiva, houve o cumprimento do primeiro passo, representado pela fundamentação teórica dos conceitos de economia, indústria e cidades criativas, políticas públicas e desenvolvimento urbano no local. Houve também a estruturação das atividades da economia criativa, de acordo com o código CNAE (Classificação Nacional de Atividade Econômica) para cada uma das atividades dos setores da economia criativa, uma vez que esses códigos são fundamentais para a extração dos dados estatísticos, principalmente na base do MTE.

## CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo tem por função apresentar os dados coletados a fim de atingir os objetivos de pesquisa.

### 1. Identificação do modelo de classificação das atividades criativas

Atualmente há muitas organizações que buscaram conceituar e dividir a Economia e as Indústrias Criativas, porém cada uma delas apresenta um formato e considera atividades diferentes. Para exemplificar e deixar estas divisões mais claras, para fins de análise, a FEE, no estudo elaborado para mapear as Indústrias Criativas no Rio Grande do Sul, elaborou um quadro que representa essa comparação. Nesse quadro, que é trazido na Tabela 3, foram comparados os modelos da UNESCO, UNCTAD, IBGE, DCMS, FIRJAN, OIC, FUNDAP e FEE.

**Tabela 3 - Atividades econômicas de modelos de núcleo de indústria criativa**

Atividade	CNAE 2.0	UNESCO	UNCTAD	IBGE	DCMS	FIRJAN	OIC	FUNDAP	FEE
Fabricação de instrumentos musicais	32205								
Construção de obras de arte especiais	42120								
Edição de livros	58115								
Edição de Jornais	58123								
Edição de revistas	58131								
Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos	58191								
Edição integrada à impressão de livros	58212								
Edição integrada à impressão de jornais	58221								
Edição integrada à impressão de revistas	58239								
Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos	58298								
Atividades de produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59111								
Atividades de pós-graduação cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59120								
Distribuição cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59138								
Atividades de exibição cinematográfica	59146								
Atividades de gravação de som e edição de música	59201								
Atividades de rádio	60101								
Atividades de televisão aberta	60217								
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	60225								

Continua

Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	62015								
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis	62023								
Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis	62031								
Consultoria em tecnologia da informação	62040								
Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação	62091								
Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet	63119								
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de hospedagem na internet	63194								
Serviços de arquitetura	71111								
Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura	71197								
Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais	72100								
Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências humanas e sociais	72207								
Agências de publicidade	73114								
Agenciamento de espaços para publicidade exceto em veículos de comunicação	73122								
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	73190								
Pesquisas de mercado e de opinião pública	73203								
Design e decoração de interiores	74102								
Atividades fotográficas e similares	74200								
Atividades paisagísticas	81303								
Ensino de arte e cultura	85929								
Ensino de idiomas	85937								
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	90019								
Criação artística	90027								
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	90035								
Atividades de bibliotecas e arquivos	91015								
Atividades de museus e de exploração; restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	91023								
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	91031								
Parques de exposição e parques temáticos	93212								
Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	94936								

**Fonte: Valiati e Wink Junior (2013)**

Como padrão para este estudo será utilizado o modelo da UNCTAD, por ser o mais utilizado em âmbito nacional e também considerado um padrão internacional. Essa organização faz parte do sistema ONU e tem como responsabilidade a promoção do desenvolvimento econômico e social em vários países. O modelo foi

concebido para minimizar interferências locais. Nessa linha, para a presente pesquisa, as atividades utilizadas estão apresentadas no Quadro 4. Cada uma das atividades demonstradas nesse quadro foi associada ao respectivo código do CNAE.

**Tabela 4- Atividades relacionadas à indústria criativa por grupos (2002-2015)**

<b>Grupo</b>	<b>Atividade</b>	<b>CNAE</b>
Patrimônio	Atividades de museus e de exploração; restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	91023
	Atividades de bibliotecas e arquivos	91015
Artes	Fabricação de instrumentos musicais	32205
	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	90019
	Criação artística	90027
	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	90035
Mídia	Edição de livros	58115
	Edição de Jornais	58123
	Edição de revistas	58131
	Atividades de produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59111
	Atividades de pós-produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59120
	Distribuição cinematográfica de vídeos e de programas de televisão	59138
	Atividades de exibição cinematográfica	59146
	Atividades de gravação de som e edição de música	59201
	Atividades de rádio	60101
	Atividades de televisão aberta	60217
	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	60225
Criações funcionais	Serviços de arquitetura	71111
	Agências de publicidade	73114
	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	73190
	Design e decoração de interiores	74102
	Atividades fotográficas e similares	74200

Fonte: UNCTAD/CNAE<sup>9</sup>

No Quadro 5 são apresentados os códigos que foram utilizados para coleta dos dados do período de 1995 a 2001, pois neste período os códigos CNAE não haviam sido desmembrados ainda. O desmembramento aconteceu a partir do ano de 2002. Para fazer a relação dos códigos, foram utilizados como fonte os dados da base do CNAE, que disponibiliza um banco de dados com as correspondências de cada um dos códigos.

<sup>9</sup> UNCTAD/CNAE – Divisão de grupos da UNCTAD, nomenclatura das atividades CNAE

**Tabela 5 - Atividades relacionadas a indústria criativa por grupos (1995-2001)**

<b>Grupo</b>	<b>Atividade</b>	<b>CNAE</b>
Patrimônio	Atividades de Museus e de Conservação do Patrimônio Histórico	92525
	Atividades de Bibliotecas e Arquivos	92517
Artes	Fabricação de Instrumentos Musicais	36927
	Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias	92312
	Outras Atividades de Espetáculos, não Especificadas Anteriormente	92398
Mídia	Edição de Livros, Revistas e Jornais	22152
	Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo	92118
	Distribuição de Filmes e de Vídeos	92126
	Projeção de Filmes e de Vídeos	92134
	Atividades de Rádio	92215
	Atividades de Televisão	92223
Criações Funcionais	Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado	74209
	Publicidade	74403
	Atividades Fotográficas	74918

Fonte: UNCTAD/CNAE<sup>10</sup>

É importante ressaltar que neste modelo estão somente as atividades diretamente relacionadas com a economia criativa, não englobando assim atividades de natureza secundária.

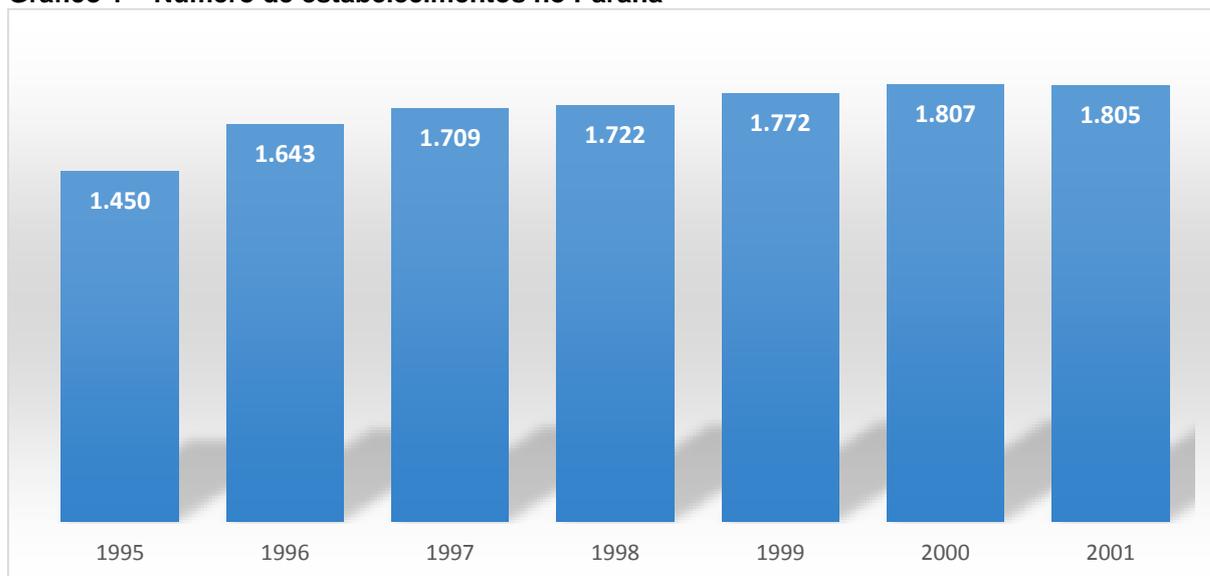
## **2. Número de estabelecimentos relacionados à Economia Criativa**

Após identificado todos os códigos CNAEs foram extraídos da base do MTE, em um primeiro momento, os números dos estabelecimentos vinculados à economia criativa no Paraná e Rio Grande do Sul, e também de suas capitais, Curitiba e Porto Alegre, nos anos de 1995 a 2015, utilizando o modelo da UNCTAD, conforme apresentado.

### **2.1. Estabelecimentos no Paraná e Curitiba**

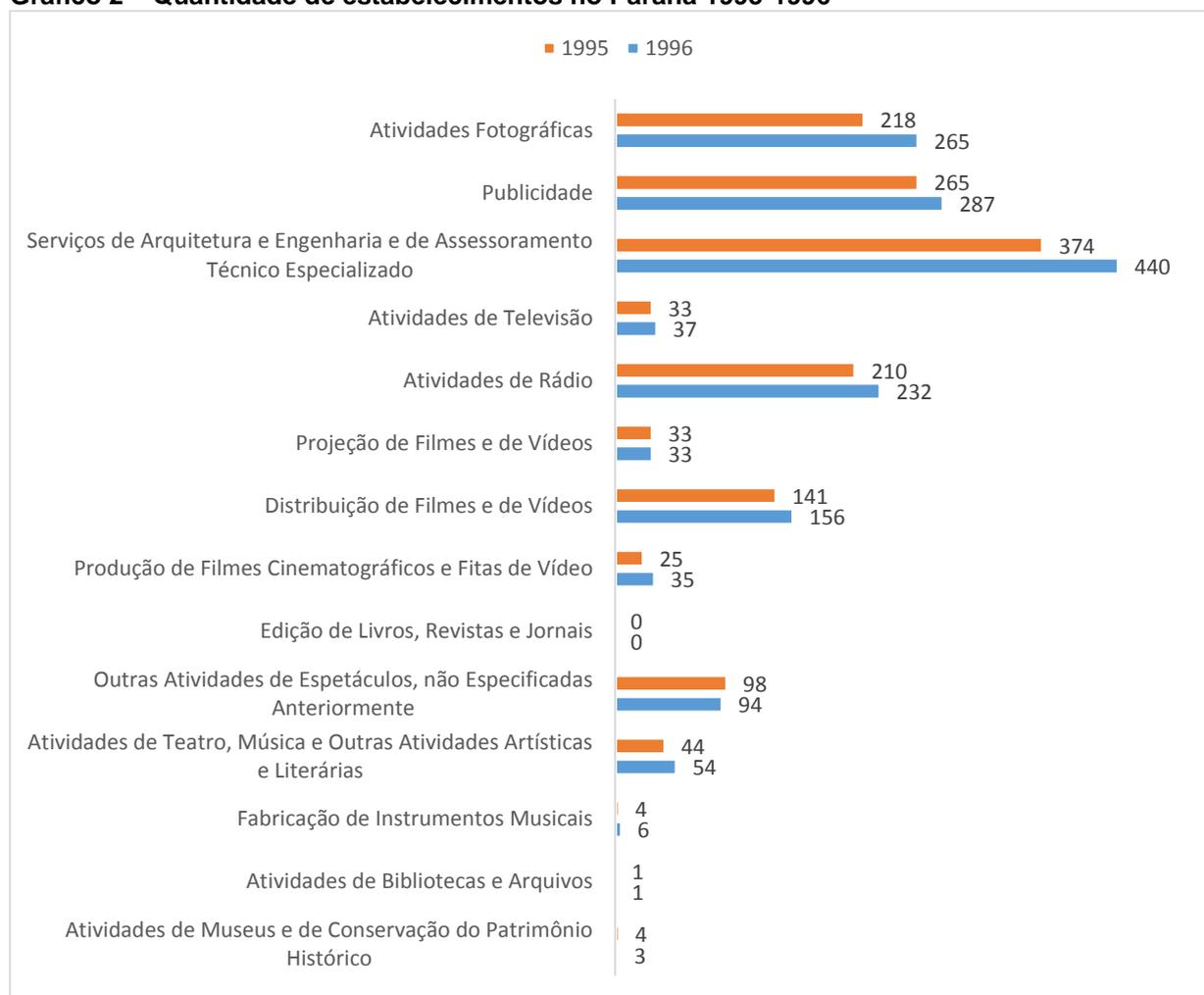
No período de 1995 a 2001, é possível perceber um aumento no número de estabelecimentos ano a ano no Estado do Paraná, conforme representado no Gráfico 1. Esse aumento foi na ordem 24,5%.

<sup>10</sup> UNCTAD/CNAE – Divisão de grupos da UNCTAD, nomenclatura das atividades CNAE

**Gráfico 1 – Número de estabelecimentos no Paraná**

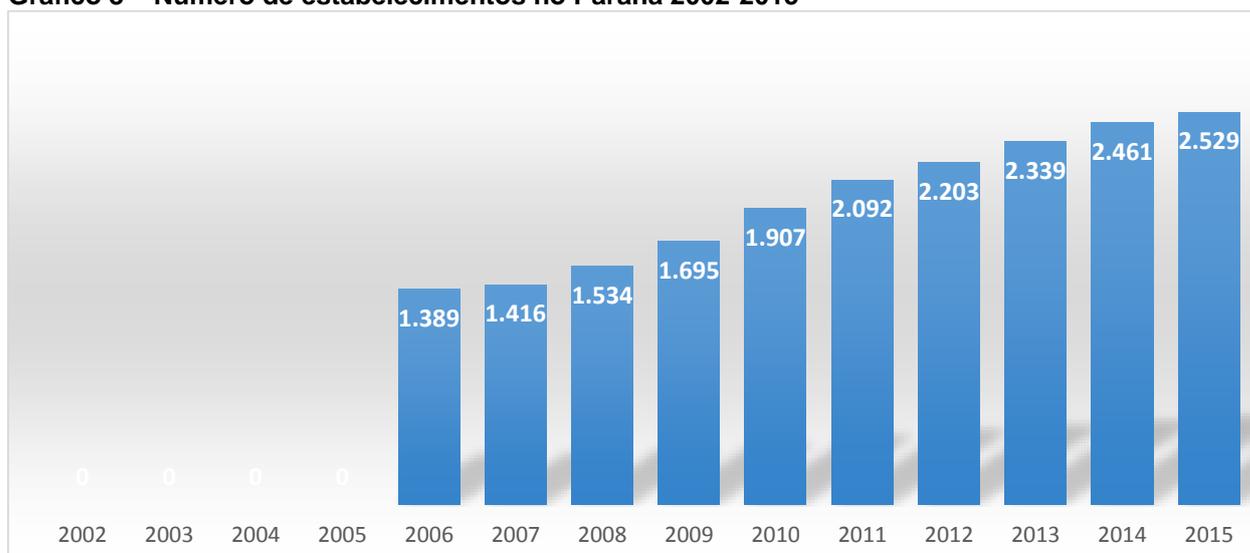
**Fonte: RAIS**

Do primeiro para o segundo ano pesquisado, houve a maior variação do período, que foi de 13%, enquanto nos demais anos a maior variação ficou em 4%. De 1995 a 1996 houve um aumento significativo em algumas atividades que poderiam explicar esta variação mais elevada, como a Fabricação de instrumentos musicais, com 50% de variação; a Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo, com 40%; e as Atividades de Teatro, Músicas e Outras Atividades Artísticas e Literárias, com 23%; e Atividades Fotográficas, com 22%. Dentre estas atividades que tiveram maior variação, apenas uma está entre as que possuem maior número de estabelecimentos, conforme pode-se observar no Gráfico 2, são elas: Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, 394 estabelecimentos em 1995 e 440 em 1996, Publicidade, com 265 e 287, Atividades Fotográficas, com 218 e 265 e Atividades de Rádio com 210 e 232.

**Gráfico 2 – Quantidade de estabelecimentos no Paraná 1995-1996**

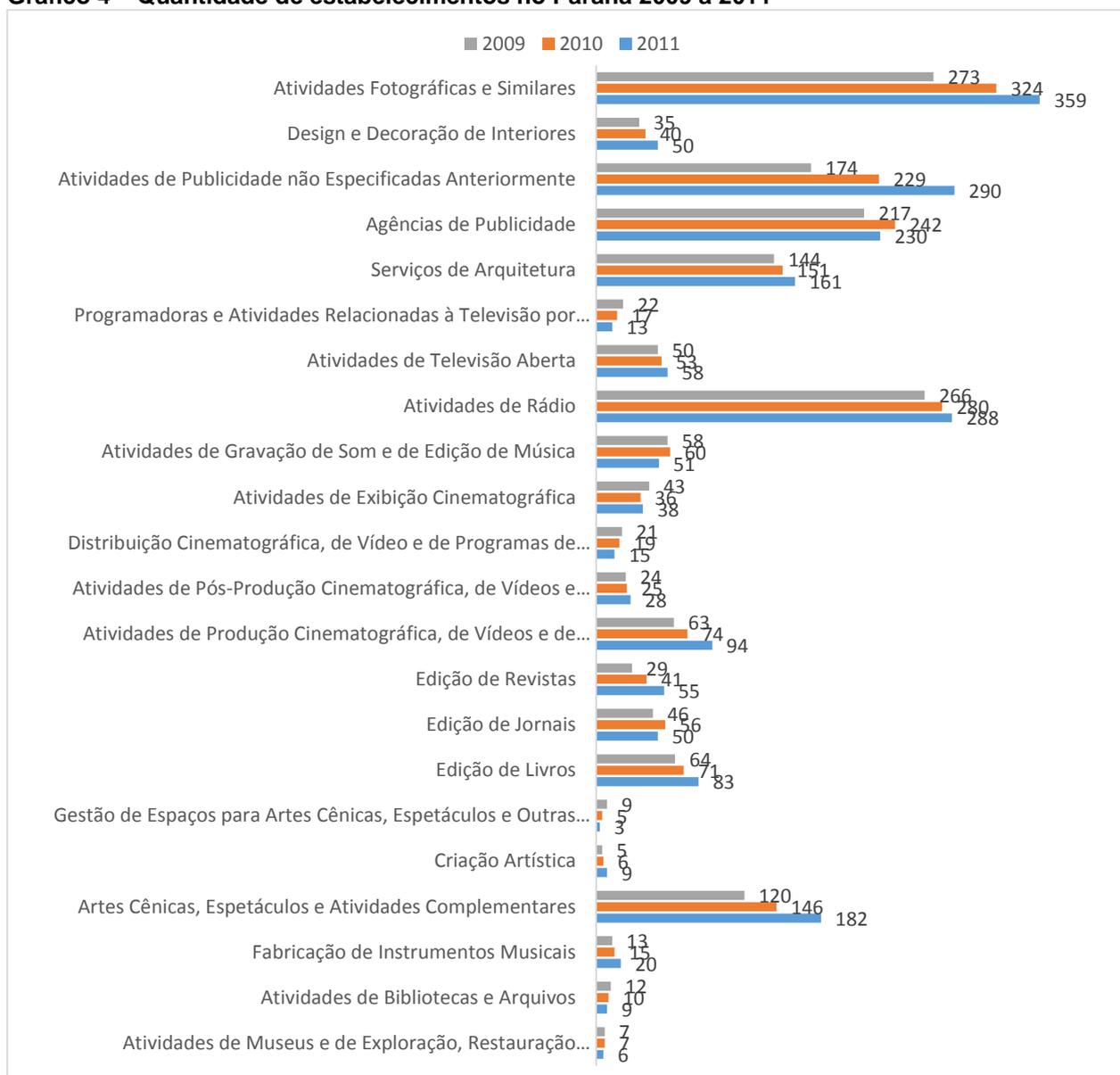
**Fonte: RAIS**

Para os demais anos, entre 2002 e 2015, também é possível observar por meio do Gráfico 3 um aumento no número de estabelecimentos com o passar dos anos.

**Gráfico 3 – Número de estabelecimentos no Paraná 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

Nesse segundo período, houve um crescimento relativo de 82,1%. No período de 2002 a 2005, não há informações de nenhum dos estados e nem das atividades na RAIS, uma vez que ocorreram adaptações dos códigos CNAEs relacionados às empresas. Para o período em que há dados disponíveis, diferentemente dos anos de 1995-2001, a variação mais alta está nos anos de 2009, 2010 e 2011 com 10%, 13% e 10%, respectivamente, o crescimento dessas atividades está representado no Gráfico 4.

**Gráfico 4 – Quantidade de estabelecimentos no Paraná 2009 a 2011**

**Fonte: RAIS**

As atividades que obtiveram o maior crescimento relativo entre os anos de 2006-2015 foram as atividades de Edição de Revistas, que teve um crescimento de mais de 1000%. No CNAE, o código contempla atividades relacionadas à “edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet”. Outro crescimento relativo importante ocorreu com as Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente, com 454,6%. Sob este código, segundo o CNAE, estão as atividades de:

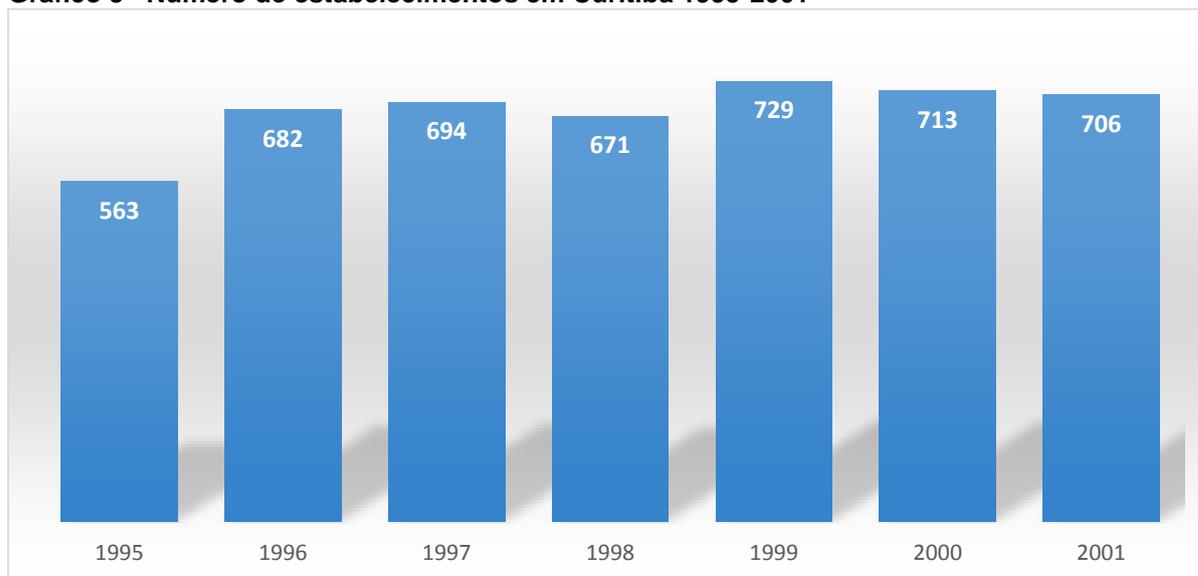
Atividades de criação de conteúdo publicitário de estandes para feiras e exposições, a promoção de vendas e a publicidade no local da venda, a distribuição ou entrega de material publicitário (fullfilment), a publicidade por mala direta, por telefone, em visitas de representantes (de laboratórios farmacêuticos, de empresas de produtos de beleza, etc.), as atividades de consultoria em publicidade e propaganda, a publicidade aérea, os serviços de alto-falante e de sonorização (uso de alto-falante) em veículos motorizados ou não, a com finalidade de publicidade;

Também apresentaram crescimento relativo importante as Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão, com 340%. Neste código, segundo o CNAE, estão as atividades relacionadas à:

Produção de filmes de todos os tipos e em quaisquer suportes, tais como: Filmes cinematográficos produzidos em estúdios cinematográficos, filmes destinados à difusão (broadcasting) pela televisão e pela internet produzidos fora dos estúdios de televisão, filmes publicitários institucionais, para comerciais na televisão, para campanhas políticas, etc., gravação fora dos estúdios de televisão, de programas de televisão por produtores independentes e arquivos de filmes cinematográficos, publicitários, etc.

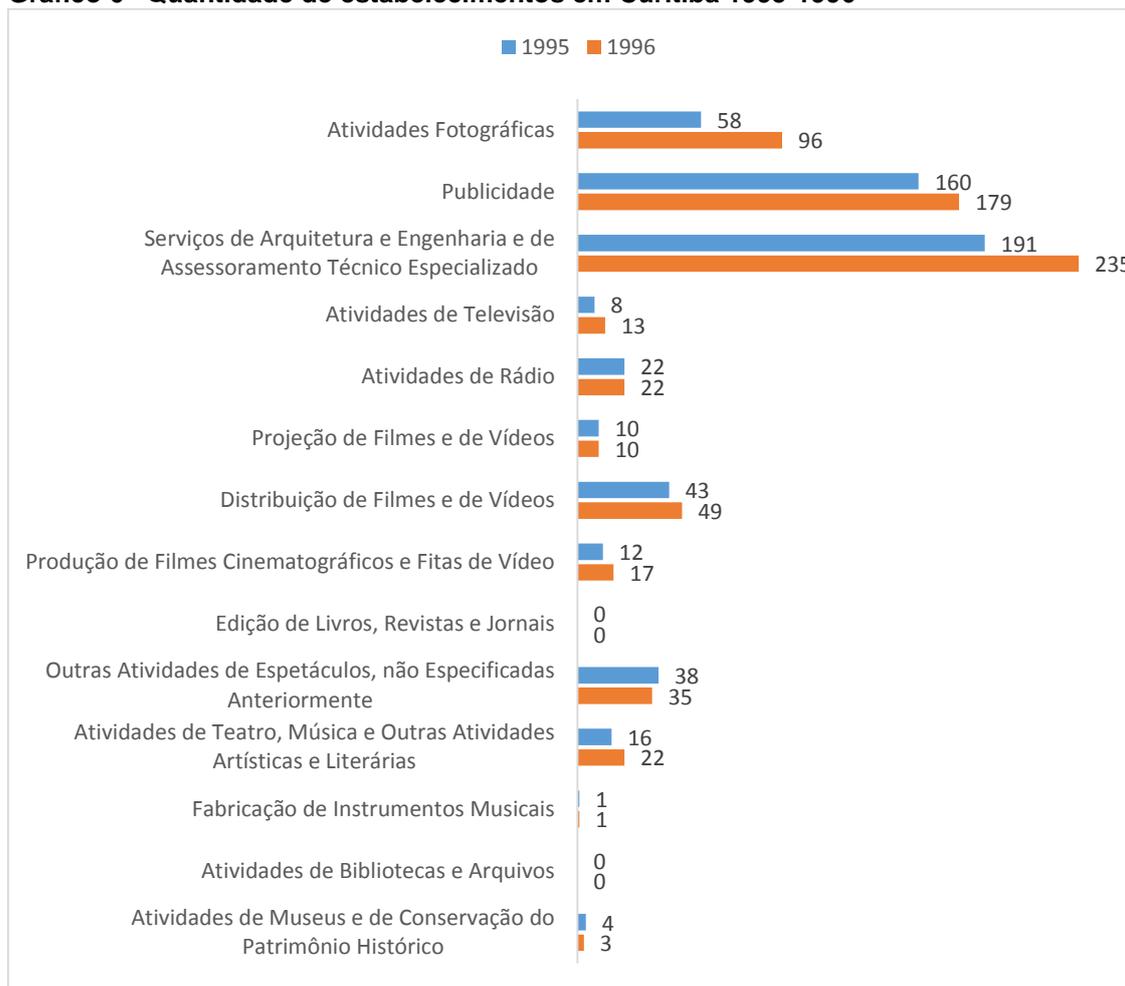
O crescimento deste setor da economia pode estar relacionado a diversos fatores, principalmente econômicos. No período analisado acima, tanto estadual quanto nacionalmente, ocorreram fenômenos, como a introdução de novas tecnologias, crises econômicas internacionais, mudanças de governos, mudanças no comportamento das pessoas, introdução de novas políticas públicas etc.

Quando analisados os dados da capital Curitiba, não houve um crescimento contínuo do número de estabelecimentos relacionados as atividades criativas. Contudo, é possível observar uma variação de 25,4% entre 1995 e 2001, conforme demonstrado no Gráfico 5.

**Gráfico 5– Número de estabelecimentos em Curitiba 1995-2001**

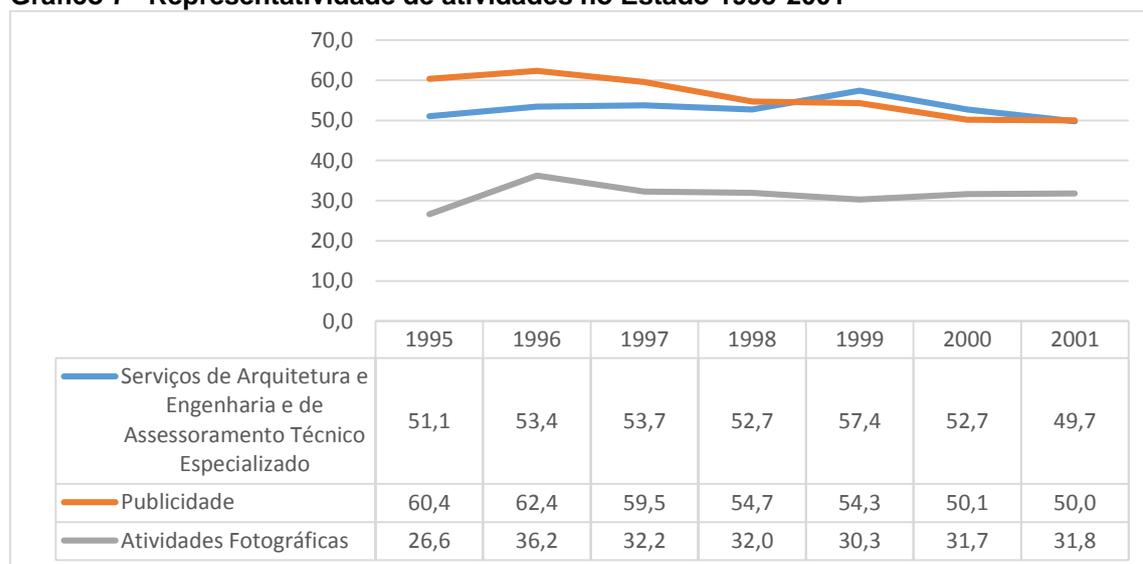
**Fonte: RAIS**

Assim como no Estado, em Curitiba a maior variação aconteceu do primeiro para o segundo ano(1995-1996), que foi de 21%. Essa variação baixou para 2% em1997 e para -3% em 1998. Nos primeiros anos, 1995 e 1996,as atividades que obtiveram as maiores variações são as Atividades Fotográficas, com 66%, Atividades de Televisão com 63%, Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo e Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias com 42% e 38%. Com exceção das Atividades de Televisão, as demais também representaram as maiores variações quando analisado o Estado no mesmo período. Porém, quando relacionadas as atividades que possuem maiores números de estabelecimentos, as que lideram em termos quantitativos são: Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, com 191 em 1995 e com 235 em 1996; Publicidade com 160 e 179; e Atividades Fotográficas, com 58 e 96. Dentre essas atividades, somente a última está presente também entre aquelas que possuem as maiores variações. No Gráfico 6, é possível observar os números de estabelecimentos nestes dois primeiros anos.

**Gráfico 6– Quantidade de estabelecimentos em Curitiba 1995-1996**

**Fonte: RAIS**

Estas três atividades (Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado; Publicidade; e Atividades Fotográficas) que possuem o maior número de estabelecimentos em Curitiba, são também as maiores do Estado. Quando calculado quantos destes estabelecimentos estão em Curitiba é possível perceber que somente as Atividade Fotográficas têm menos de 50% na capital. As demais chegam a ter 62,4% dos estabelecimentos do estado localizados em Curitiba, conforme apresentado no Gráfico 7. Representatividade que, quando comparada de forma geral, considerando o total de estabelecimentos do Estado e o total de Curitiba, percebe-se que em 1995 obteve-se a menor delas que foi de 38,8% e a maior foi no ano seguinte de 41,5%, e posteriormente não houveram maiores alterações, conforme demonstrado no Quadro 3.

**Gráfico 7– Representatividade de atividades no Estado 1995-2001**

Fonte: RAIS

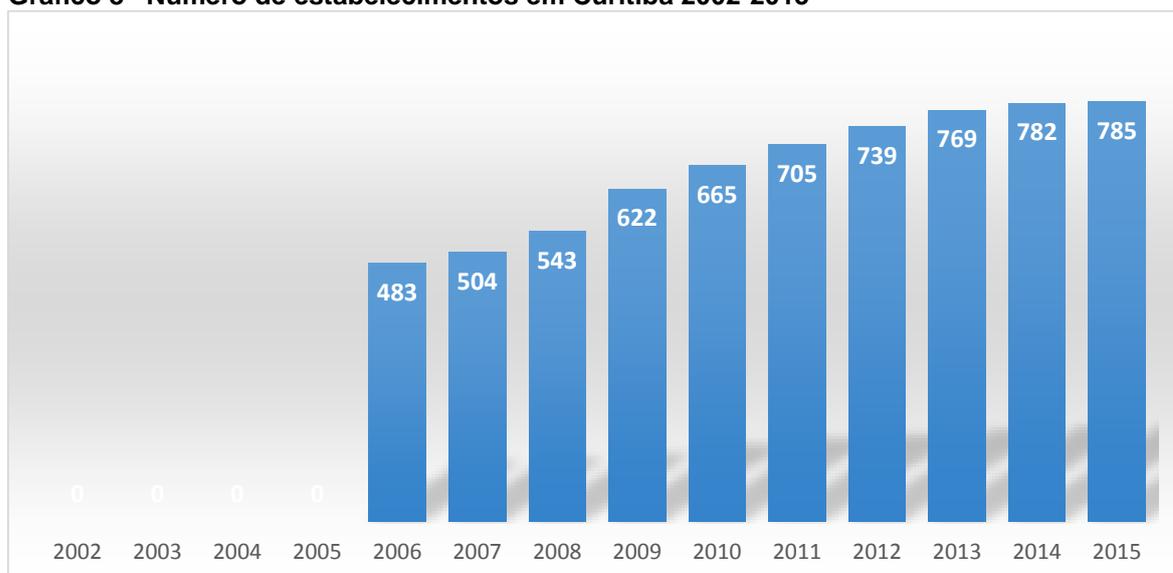
**Quadro 3- Representação de Curitiba 1995-2001**

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Representação	38,8	41,5	40,6	39,0	41,1	39,5	39,1

Fonte: RAIS

Conforme o Gráfico 8, entre os anos de 2002 a 2015, é possível observar o aumento no número de estabelecimentos. Esse crescimento atingiu 62,5%, que é maior do que os 25,4% do período anterior (1995 a 2001). Assim como nos dados estaduais, no período de 2002 a 2005, não há informações das atividades na RAIS em virtude das adaptações ocorrida nos códigos CNAEs relacionados às empresas.

Entre 2002 e 2015, a maior variação foi de 15%, ocorrida em 2009. Para os demais anos, a variação não passou de 8%, em 2008. As atividades que tiveram variação expressiva no ano de 2008 foram as de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão, com 100%; as de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão, com 42%; e as atividades de Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas, Edição de Jornais e Edição de Revistas tiveram 33% de variação. Em 2009 as atividades que tiveram as maiores variações foram as Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura cresceram 150% e as de Edição de Revistas, pelo segundo ano consecutivo, cresceram 113%. As atividades relacionadas com Design e Decoração de Interior estiveram crescimento de 89%.

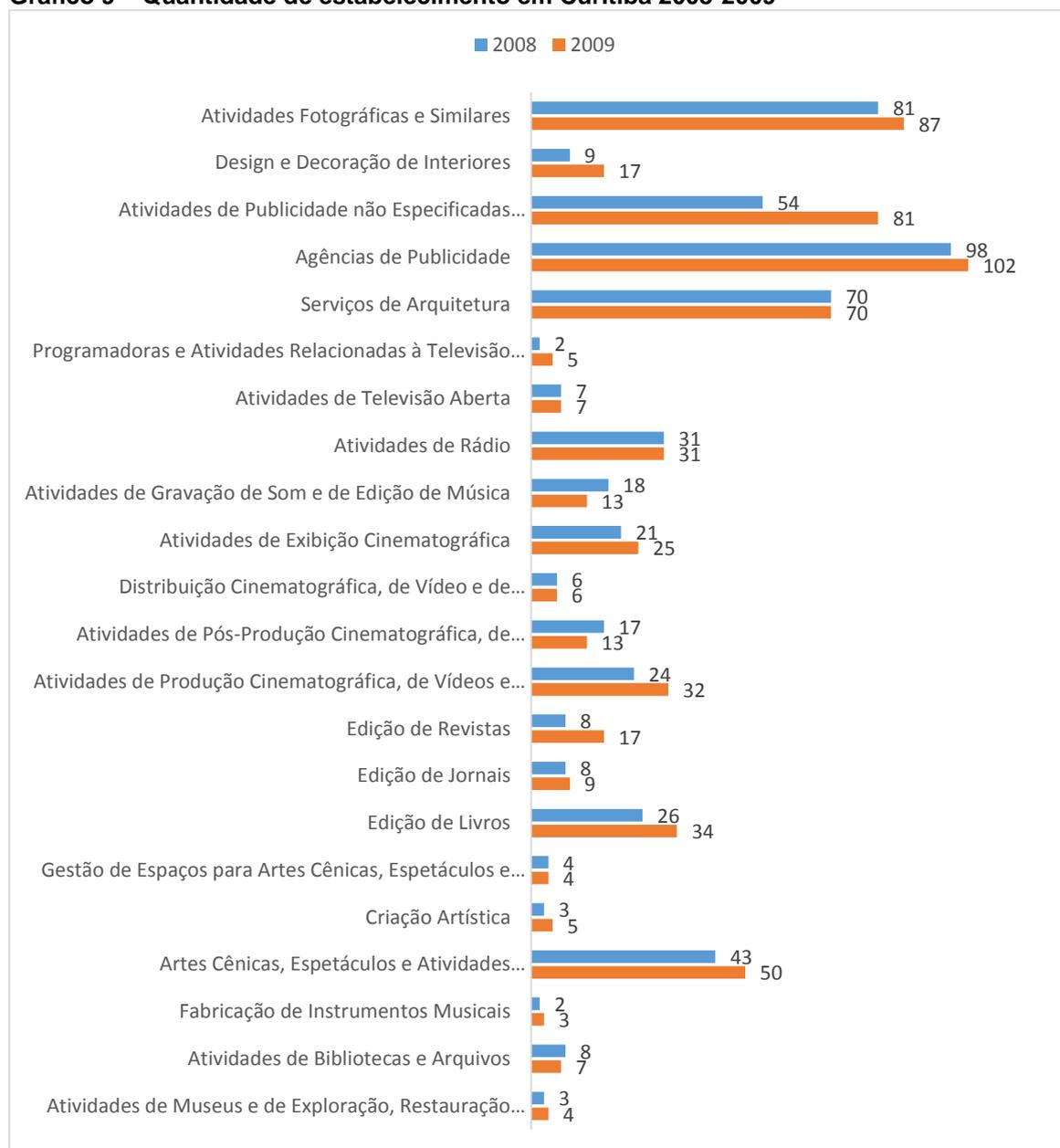
**Gráfico 8– Número de estabelecimentos em Curitiba 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

As atividades tiveram o maior crescimento relativo entre os anos 2002 e 2015 foram: Edição de Revistas<sup>11</sup>, que assim como de maneira estadual foi a que obteve maior crescimento (1066,7%) e na capital ficou em 1100%, a atividade de Design e Decoração de Interiores com 418,2% que para a descrição do CNAE contempla “As atividades de design de mobiliário, joias, sapatos, roupas (estilistas de moda) e de outros objetos pessoais e domésticos; atividades de decoração de interiores.” As Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão<sup>12</sup>, com 370%, fazem parte das mais cresceram no Estado do Paraná. No Gráfico 9 estão representadas as atividades e suas quantidades nestes dois anos.

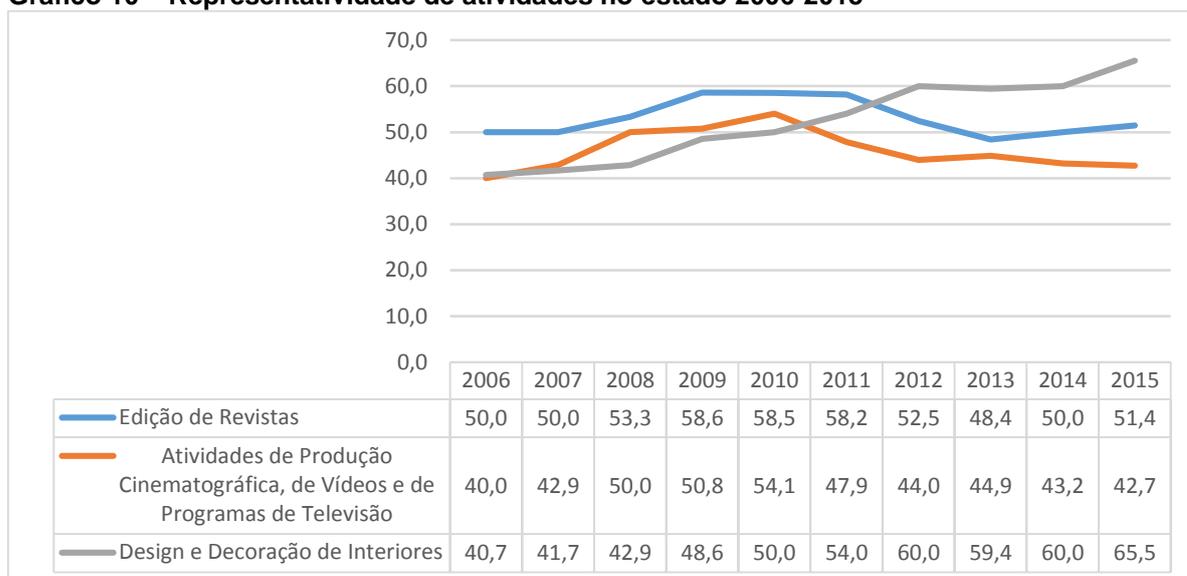
<sup>11</sup> Edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet. (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>12</sup> Produção de filmes de todos os tipos e em quaisquer suportes, tais como: Filmes cinematográficos produzidos em estúdios cinematográficos, filmes destinados à difusão (broadcasting) pela televisão e pela internet produzidos fora dos estúdios de televisão, filmes publicitários institucionais, para comerciais na televisão, para campanhas políticas, etc., gravação fora dos estúdios de televisão, de programas de televisão por produtores independentes e arquivos de filmes cinematográficos, publicitários, etc. (Descrição da atividade conforme CNAE)

**Gráfico 9 – Quantidade de estabelecimento em Curitiba 2008-2009**

**Fonte: RAIS**

Das três atividades que tiveram o maior crescimento, quando calculada a representatividade perante ao estado, todas elas ficam acima de 50%. Isso significa que grande parte dos estabelecimentos do estado estão localizados na capital, conforme apresentado no Gráfico 10.

**Gráfico 10 – Representatividade de atividades no estado 2006-2015**

Fonte: RAIS

Assim como a representatividade destas três atividades (analisadas no Gráfico 10), quando analisada no total das atividades, também é possível perceber uma participação considerável de Curitiba, o que demonstra que a capital tem uma participação importante neste setor da economia, apesar de que nos últimos seis anos essa participação vem diminuindo, conforme apresentado no quadro 4.

**Quadro 4- Representação de Curitiba 2002-2015**

Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Representação	0,0	0,0	0,0	0,0	34,8	35,6	35,4	36,7	34,9	33,7	33,5	32,9	31,8	31,0

Fonte: RAIS

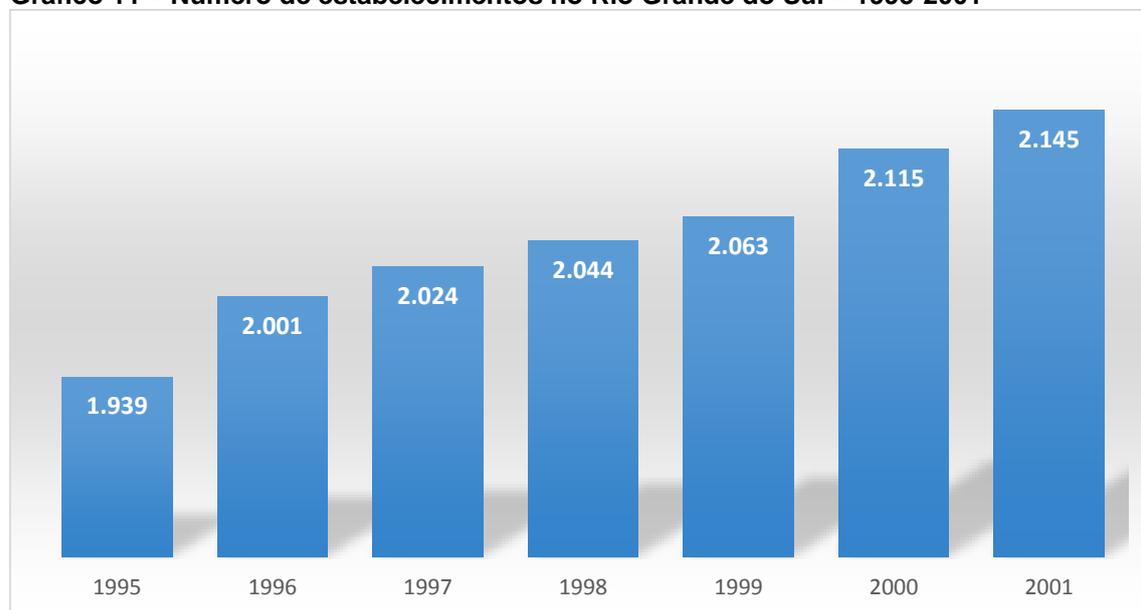
Essa diminuição da participação de Curitiba com relação aos estabelecimentos do Paraná, pode estar ocorrendo devido ao desenvolvimento e ao rápido processo de urbanização outras cidades do estado, que não estão necessariamente próximos à capital, que passaram por uma transformação social e sofreram incentivos para inovações e lideranças.

## 2.2. Estabelecimentos no Rio Grande do Sul e Porto Alegre

No período de 1995 a 2001, assim como no estado do Paraná, é possível perceber um aumento no número de estabelecimentos ano a ano. Entretanto, o Rio Grande do Sul apresenta número maior de estabelecimentos, mas com crescimento

relativo neste primeiro período menor em relação ao ocorrido no Paraná<sup>13</sup>, atingindo 10,6%, conforme apresentado no Gráfico 11.

**Gráfico 11 – Número de estabelecimentos no Rio Grande do Sul – 1995-2001**



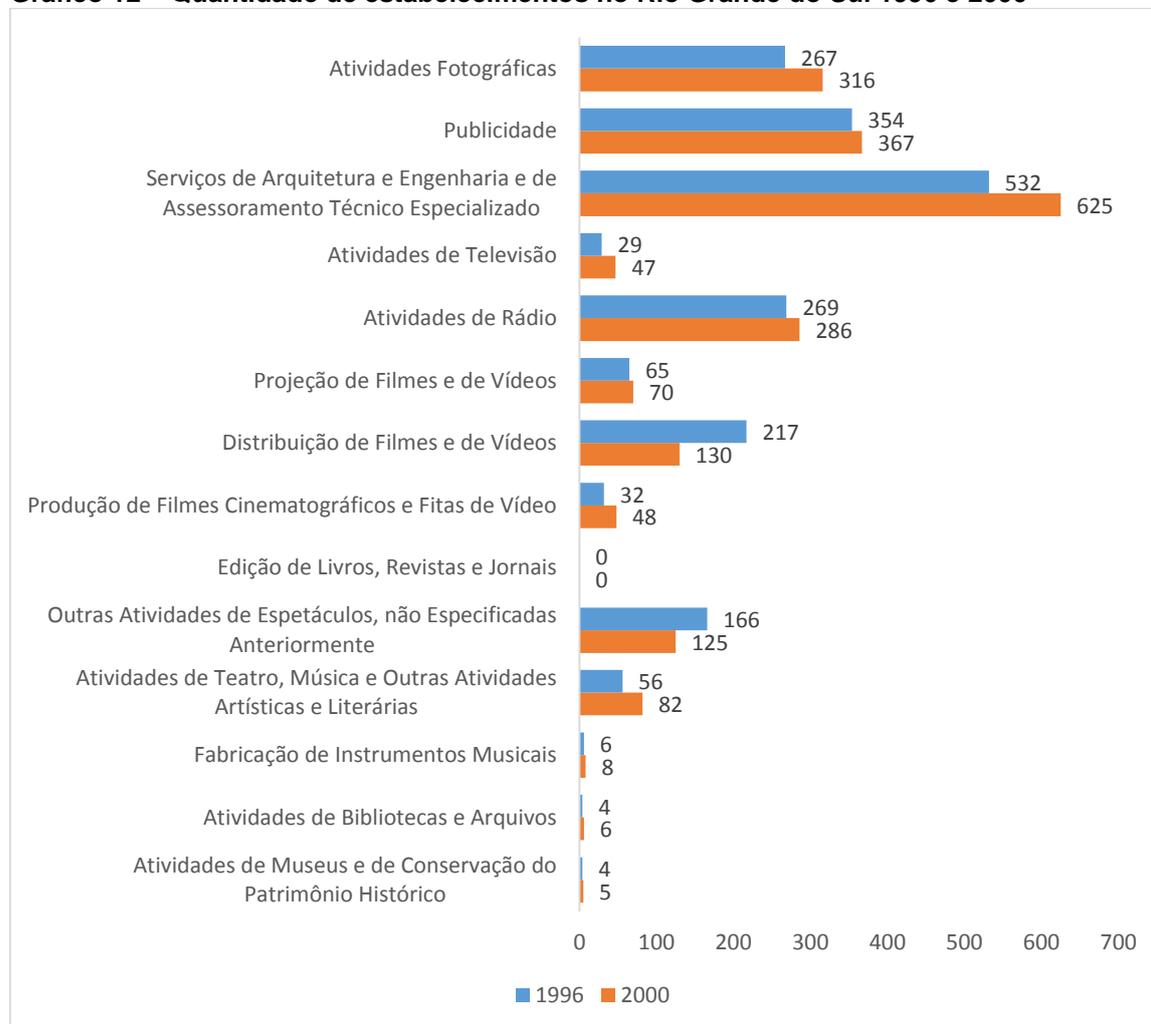
**Fonte: RAIS**

Diferentemente do Paraná, no Rio Grande do Sul, a variação entre os anos 1995 e 2001 ficou entre 3% e 1%. Nos anos de 1996 e 2000 ocorreram as maiores variações. Em 1996 as atividades com a maior variação foram as de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias, com 40%; Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, com 22%; e Fabricação de Instrumentos Musicais, com 20%. No ano 2000, as maiores variações ocorreram nas Atividades de Televisão, com 47%; Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo, com 23%; e Atividades de Bibliotecas e Arquivos, com 20%. Em números absolutos, as atividades com maiores números de estabelecimentos em 1996 eram Serviços de Arquitetura e Engenharia, com 532; de Assessoramento Técnico Especializado, com 354; e Publicidade e Atividades de Rádio, com 269. No ano de 2000, as duas atividades mais relevantes em termos quantitativos são as mesmas de 1996 (Serviços de Arquitetura e Engenharia com 625; de Assessoramento Técnico Especializado com 327 estabelecimentos), substituindo apenas a terceira atividade que era a de Publicidade e Atividades de Rádio e passou a ser Atividades

<sup>13</sup> O Paraná obteve um total de 24,5%

Fotográficas com 316. No Gráfico 12 estão apresentados os demais números destes dois anos.

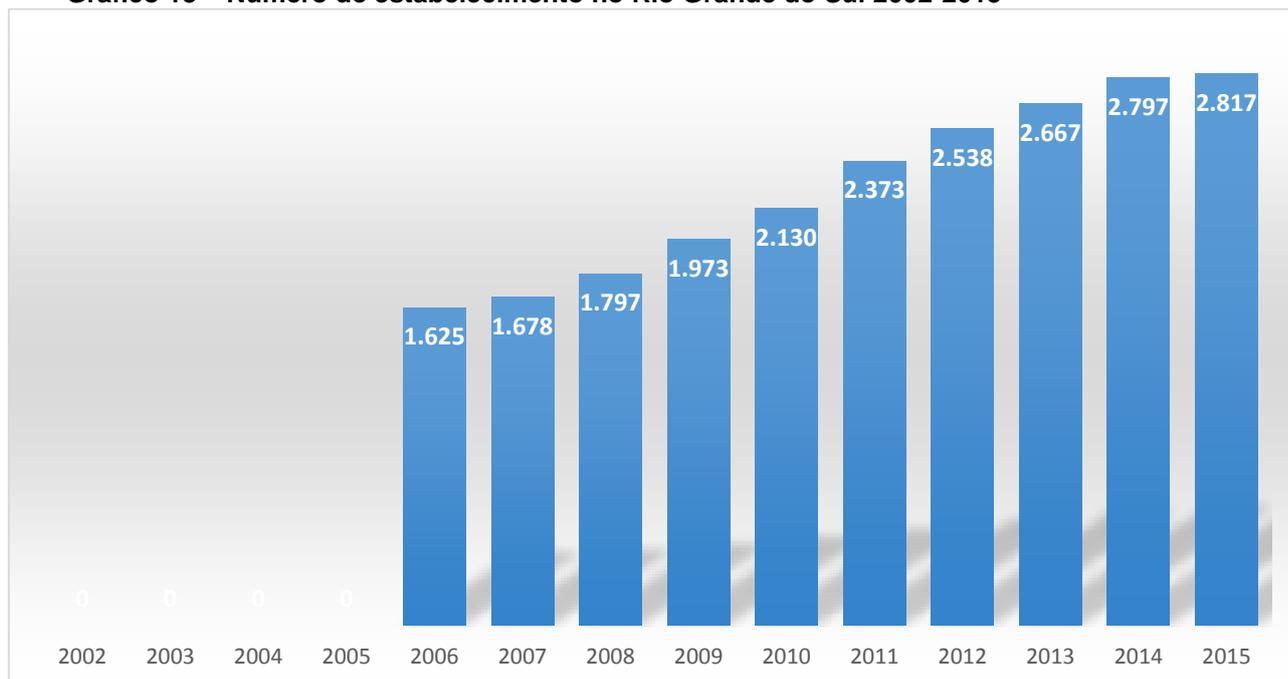
**Gráfico 12 – Quantidade de estabelecimentos no Rio Grande do Sul 1996 e 2000**



**Fonte: RAIS**

Para os demais anos (2002-2015), o aumento no número de estabelecimentos com o passar dos anos também é constante, no período de 2002 a 2005, assim como para o Paraná e Curitiba, não há informações de nenhum dos estados e nem atividades na RAIS, uma vez que houveram as adaptações dos códigos CNAEs relacionados às empresas.

Neste período (2002-2015), no Rio Grande do Sul, as maiores variações aconteceram nos anos de 2009, 2010 e 2011, com 10%, 8% e 11%. Os números totais de estabelecimentos estão demonstrados no Gráfico 13.

**Gráfico 13 – Número de estabelecimento no Rio Grande do Sul 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

As atividades com o maior número de estabelecimentos nestes anos (2009-2011), são as mesmas: Atividades Fotográficas e Similares com 366, 415 e 474, Atividades de Rádio com 317, 335 e 336 e Agências de Publicidade 271, 270 e 286.

Para o CNAE o código de Atividades Fotográficas e Similares, contempla:

As atividades de produção fotográfica para fins comerciais, de publicidade e pessoais, tais como: a fotografia para passaportes, escolas, casamentos; a fotografia para anúncios, editoriais, comerciais, atividades relacionadas com a moda; atividades imobiliárias e para fins turísticos; a produção de fotografias aéreas e submarinas, inclusive para publicidade; as atividades dos laboratórios de revelação de filmes e de processamento de fotografias, tais como: as atividades de revelação, impressão e ampliação fotográfica; os serviços de foto em 1 hora (que não sejam parte de loja de material fotográfico); a revelação de películas de filmes não destinada à indústria cinematográfica; a montagem de slides; a cópia, a restauração e o retoque de fotografias; a atividade de filmagem e de gravação de vídeos de festas e eventos; os serviços de microfilmagem de documentos; Esta classe compreende também: as atividades dos fotógrafos independentes.

Para as Atividades de Rádio o CNAE abrange as ações de:

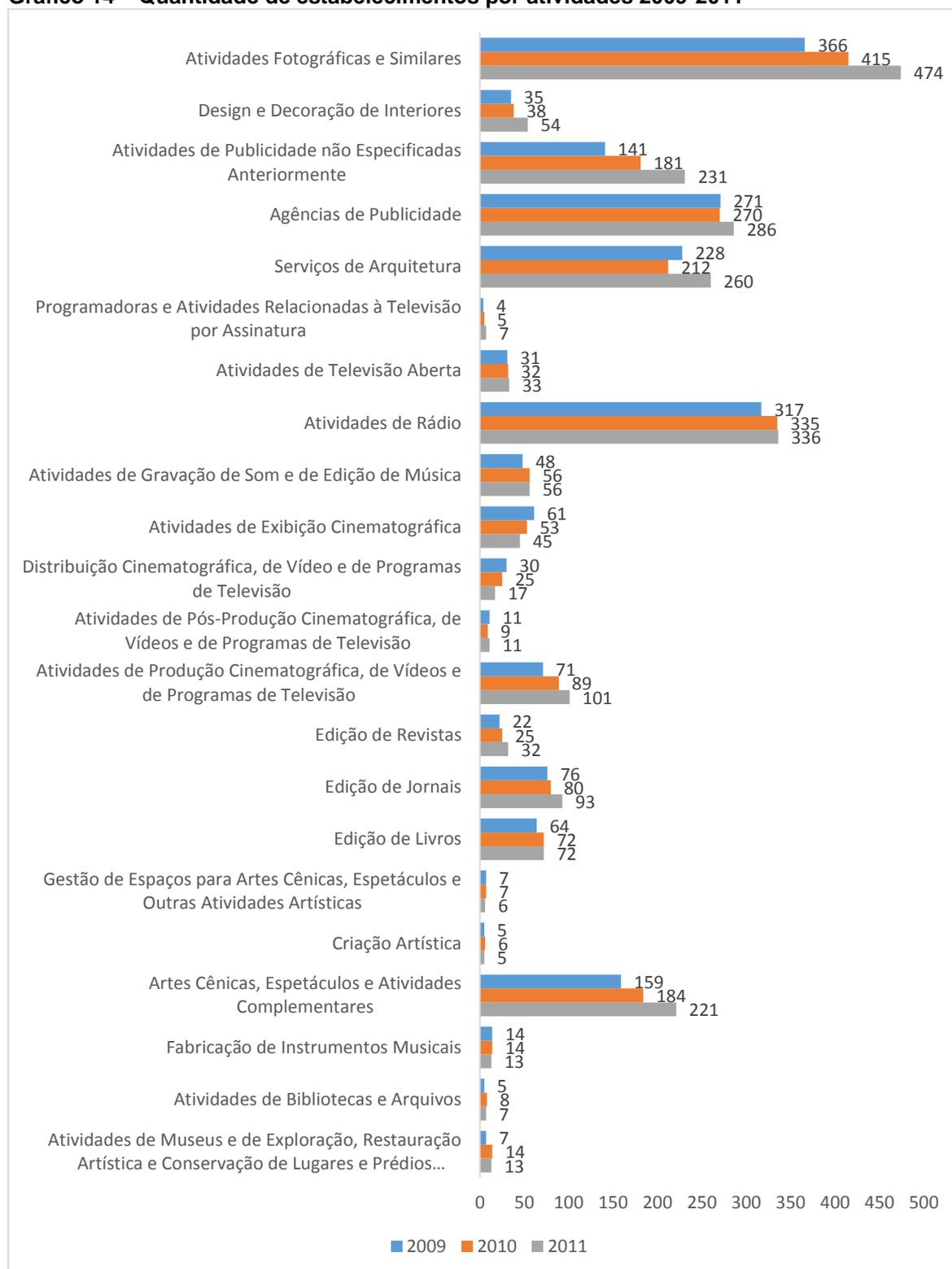
As atividades de difusão de sinais de áudio (broadcasting) através de instalações e estúdios de rádio e a transmissão de programas de rádio para o público em geral, para emissoras de rádio afiliadas ou para assinantes; a receita das unidades nesta categoria provém da venda de espaço publicitário, de programas, doações e subsídios. Esta classe compreende também: as atividades de cadeias radiofônicas, isto é, a montagem e transmissão de programas de áudio para assinantes, com o uso de tecnologia por microondas, cabo ou satélite; as atividades de difusão de

programas de rádio via internet (emissoras de rádio na internet); a difusão de dados integrada com a difusão de sinais de áudio.

E para a atividade de Agências de Publicidade a descrição do código CNAE, contempla as atividades de:

A criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; os representantes dos veículos de comunicação para venda de tempo ou espaço de publicidade a clientes; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão.

As quantidades destas e das demais atividades destes três anos estão apresentadas na Gráfico 14.

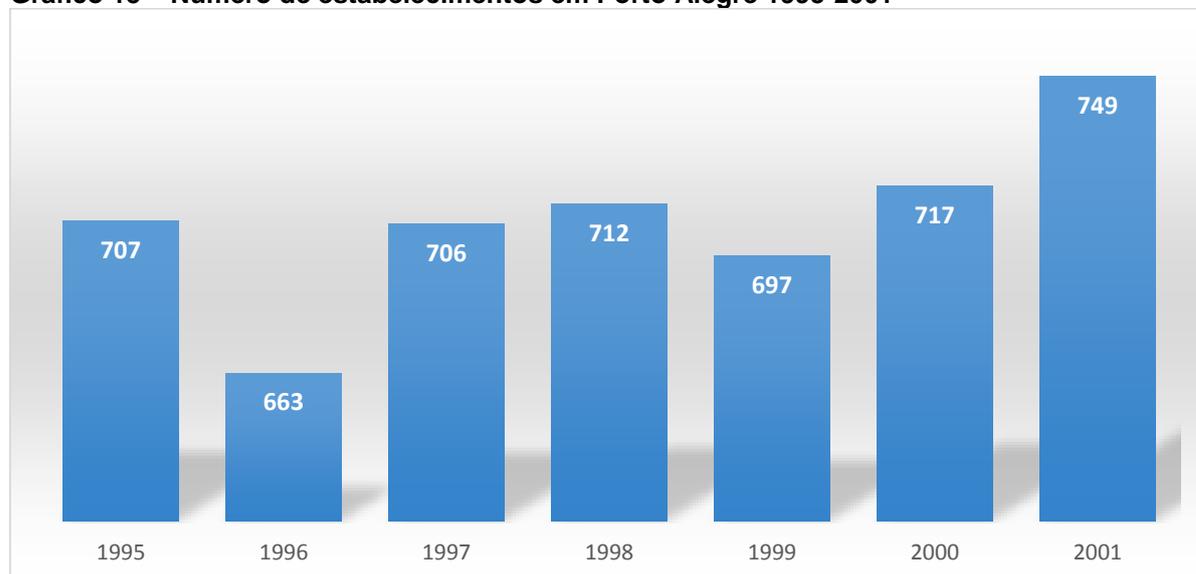
**Gráfico 14 – Quantidade de estabelecimentos por atividades 2009-2011**

Fonte: RAIS

Quando analisados os dados da capital, Porto Alegre, também pode-se notar que não há um crescimento contínuo do número de estabelecimentos relacionados

as atividades criativas, totalizando um aumento de 5,9%, que é menor do que ocorreu em Curitiba<sup>14</sup>. Este primeiro período está apresentado no Gráfico 15.

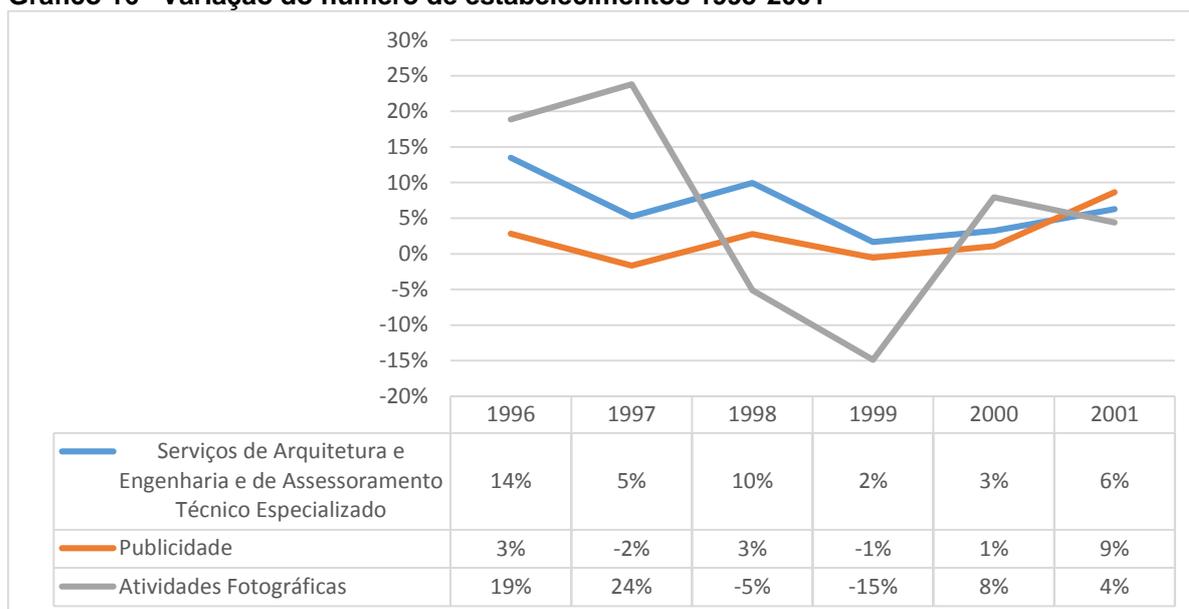
**Gráfico 15 – Número de estabelecimentos em Porto Alegre 1995-2001**



**Fonte: RAIS**

Diferentemente do que ocorreu no Estado, em Porto Alegre a maior variação aconteceu em 1997, com 6%; e 1998, com -3%. As atividades que apresentaram as maiores variações são as de Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, com 10%; e de Publicidade e Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo, com 3%. Com exceção da Atividade de Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo, as outras duas são as que também possuíam maior número de estabelecimentos na capital, com 221 e 179, respectivamente, depois dessas duas atividades, a que obtêm o terceiro maior número de estabelecimentos são as atividades Fotográficas, com 78, estas atividades (Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado; Publicidade e Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo e Fotográficas) obtiveram um crescimento total no período de 46,5%, 13,6% e 34% respectivamente, porém a variação ano a ano foi expressiva, principalmente a atividades relacionada a fotografia, conforme demonstrado no Gráfico 16.

<sup>14</sup> Curitiba obteve um crescimento total de 25,4% no mesmo período.

**Gráfico 16– Variação do número de estabelecimentos 1995-2001**

Fonte: RAIS

No quadro 5 está demonstrada a representatividade da capital no número de estabelecimentos do Estado. Em 1995 registrou-se a maior participação, que era de 36,5%, e que, com o passar dos anos, acabou diminuindo, chegando a ficar em 33,1%.

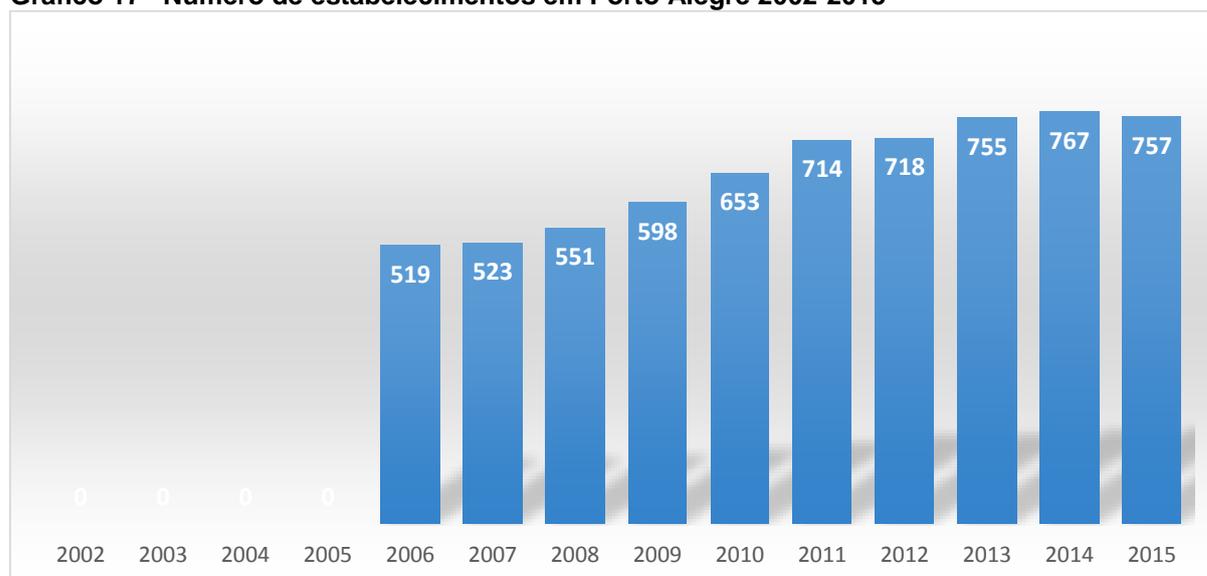
**Quadro 5- Representação de Porto Alegre 1995-2001**

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Representação	36,5	33,1	34,9	34,8	33,8	33,9	34,9

Fonte: RAIS

Para os anos 2002 a 2015 também é possível observar um aumento no número de estabelecimentos<sup>15</sup>. Diferentemente dos números em nível estadual, quando comparadas às capitais em nível municipal, Curitiba apresenta números mais elevados de estabelecimentos que Porto Alegre. A variação mais elevada da capital do Rio Grande do Sul foi de 9%, ocorrida de 2009 a 2011.

<sup>15</sup> Assim como no Estado no período de 2002 a 2005, não há informações das atividades na RAIS, uma vez que houveram as adaptações dos códigos CNAEs relacionados às empresas.

**Gráfico 17– Número de estabelecimentos em Porto Alegre 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

É importante ressaltar que este também foi o período de maiores variações no âmbito estadual. A atividade que mais cresceu em todo o período analisado (2006-2015) foi a de Edição de Revistas<sup>16</sup>, com 550%. Entre os anos de 2009 a 2011 essa atividade não está entre que mais variaram. Entre 2009 e 2010, a atividade que obteve a variação mais alta foi a de Bibliotecas e Arquivos, com 100% (de 1 estabelecimento em 2008 para 2 em 2009) e 50% (de 2 em 2009 para 3 em 2010), respectivamente. De acordo como CNAE, esse grupo contempla as atividades de:

As atividades de documentação e informação de bibliotecas de todos os tipos, salas de leitura, áudio e projeção, destinadas a servir o público em geral; as atividades de catalogação de coleções; o empréstimo e armazenamento de livros, mapas, periódicos, revistas, fitas de vídeo, DVDs, obras de arte, etc.; as atividades de recuperação de informação; as bibliotecas e os serviços de armazenamento de fotos e filmes. Esta classe compreende também: a gestão de bibliotecas e de arquivos públicos.

Em 2010, a atividade de maior variação foi as relacionadas a bibliotecas, e a de Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares, que também obteve uma variação de 50% (passando de 2 estabelecimentos em 2009 para 3 em 2010), atividade que para o CNAE abrange os serviços de:

<sup>16</sup> Edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet. (Descrição da atividade conforme CNAE)

A gestão de museus de todo tipo: os museus de arte, de jóias, de móveis, de costumes, cerâmicas, objetos de prata; os museus de história natural, de ciência e tecnologia, inclusive os museus militares e outros museus especializados; os museus ao ar livre. A operação de lugares e prédios históricos e atrações similares; a restauração e a conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares.

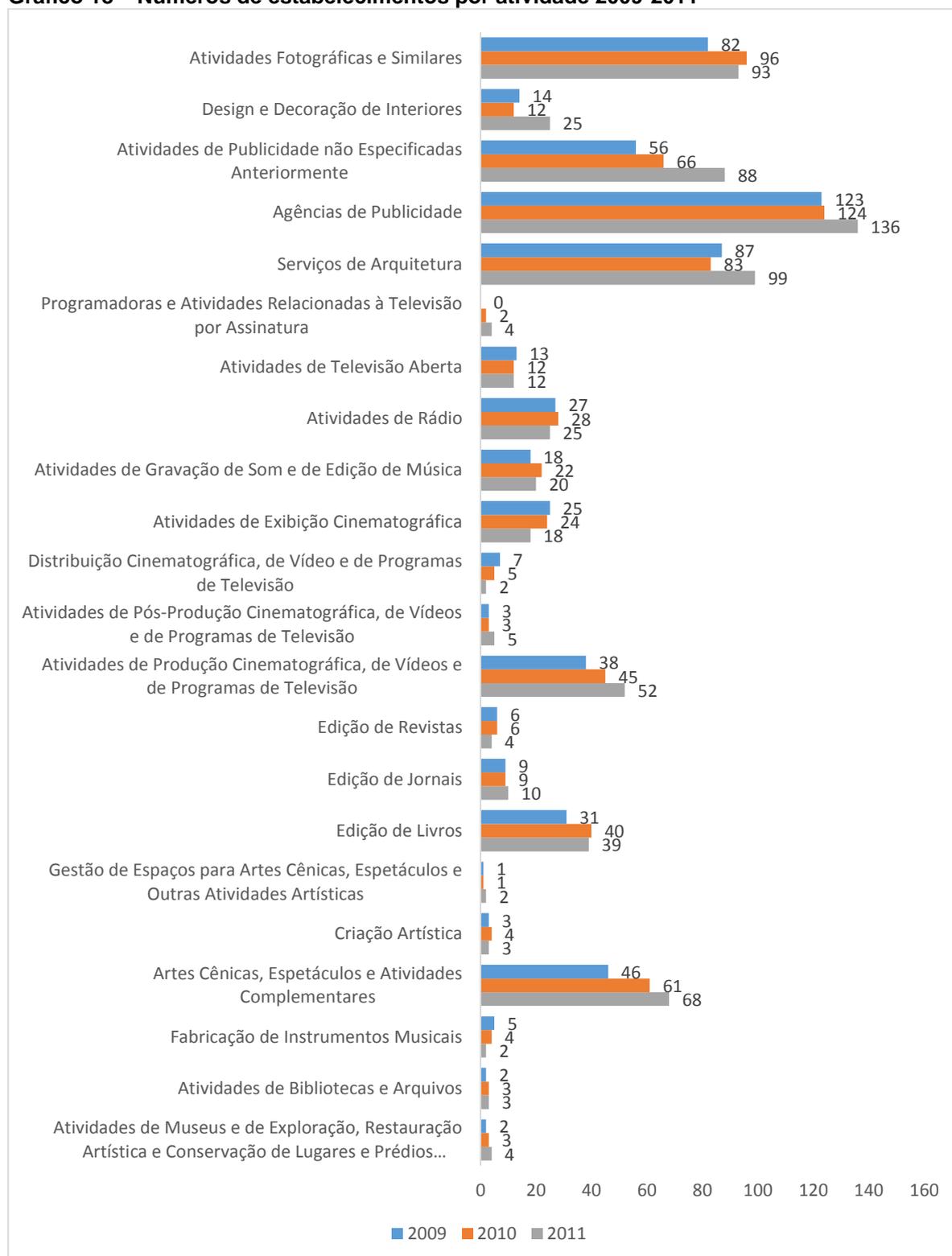
E em 2011, a atividade com maior variação em relação ao ano anterior foi a de Design e Decoração de Interiores<sup>17</sup>, com 108% (passando de 12 estabelecimentos em 2010 para 25 em 2011). Outra atividade que também obteve um crescimento expressivo foi a de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão, com 300%. Esse grupo, de acordo com o CNAE, abrange as atividades de:

Os serviços de dublagem de filmes cinematográficos, vídeos e programas de televisão; os serviços de mixagem sonora em produção audiovisual; a edição de filmes envolvendo telecinagem (transposição do filme em película para fita), colocação de títulos e legendas, edição dos créditos, animação e efeitos especiais; o processamento e montagem de filmes cinematográficos; os laboratórios de filmes cinematográficos; os laboratórios especiais para filmes de animação; outras atividades de pós-produção de filmes e gravações de programas de televisão. Esta classe compreende também: a reprodução de cópias de filmes cinematográficos (em película) a partir de matrizes originais para distribuição em salas de projeção.

No Gráfico 18 estão apresentados os números das demais atividades no período de 2009 a 2011.

---

<sup>17</sup> As atividades de design de mobiliário, joias, sapatos, roupas (estilistas de moda) e de outros objetos pessoais e domésticos; atividades de decoração de interiores (Descrição da atividade conforme CNAE)

**Gráfico 18 – Números de estabelecimentos por atividade 2009-2011**

Fonte: RAIS

No quadro 6 estão os números com relação ao volume de representatividade dos estabelecimentos localizados na Capital gaúcha com relação ao número do restante do estado. Percebe-se que no estado do Rio Grande do Sul, neste segundo

período (2002 a 2015), a participação vem caindo. No primeiro ano o número de estabelecimentos localizados na capital era 31,9% a representação mais alta, chegando a 26,9%, a mais baixa do período, que aconteceu em 2015.

**Quadro 6- Representação de Porto Alegre 2002-2015**

Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Representação	0	0	0	0	31,9	31,2	30,7	30,3	30,7	30,1	28,3	28,3	27,4	26,9

Fonte: RAIS

Assim como no estado do Paraná, essa queda na participação da capital com relação ao estado, demonstra que outras cidades, que não necessariamente estão próximos à capital têm se desenvolvido passando por uma transformação social e incentivos para inovações e lideranças.

### **3. Número de vínculos empregatícios relacionados à Economia Criativa**

Após identificados, todos os códigos CNAEs foram extraídos da base do MTE, em um segundo momento, depois dos números dos estabelecimentos, os vínculos são analisados empregatícios relacionados a economia criativa no Paraná e Rio Grande do Sul, e também de suas capitais, Curitiba e Porto Alegre, nos anos de 1995 a 2015, utilizando o modelo da UNCTAD, conforme apresentado anteriormente, no início deste capítulo.

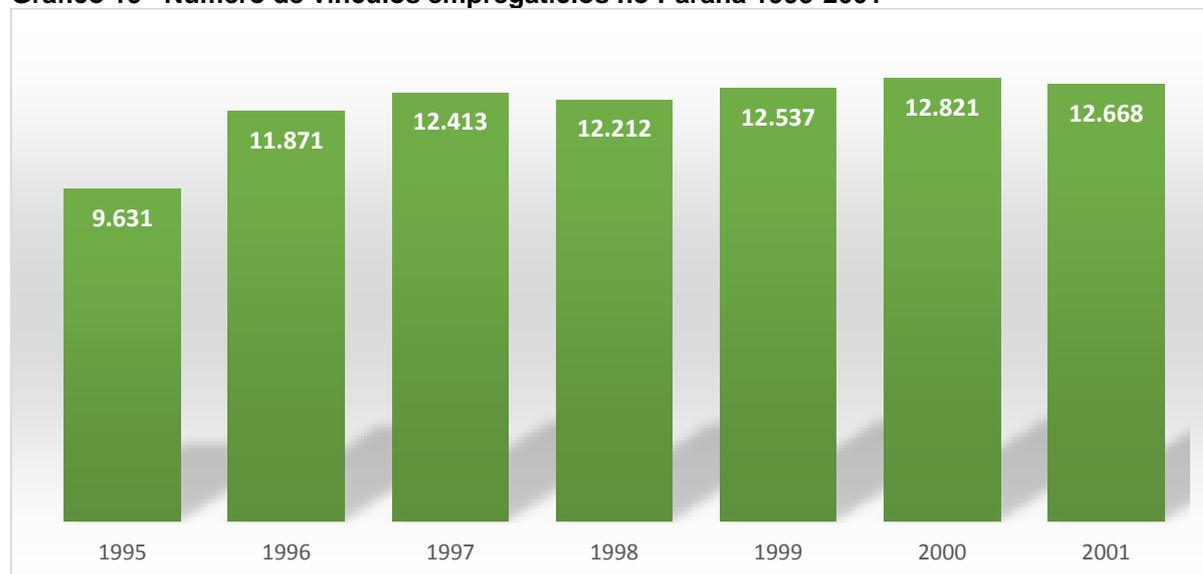
#### **3.1. Vínculos empregatícios no Paraná e Curitiba**

Com relação aos vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas, é importante ressaltar que, assim como o número de estabelecimentos, o número de profissionais também vem crescendo.

É possível observar no Gráfico 19 que o número de vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas no estado do Paraná obteve um aumento de 31,5%. A variação mais expressiva aconteceu entre 1995 e 1996, na ordem de 23%. As atividades que obtiveram a variação mais elevada neste período foram as de Fabricação de Instrumentos Musicais, com 57%, as Atividades Fotográficas, com 42%; e as de Televisão, com 40%. Em termos de quantidade de vínculos empregatícios, somente a atividade relacionada com televisão está entre as maiores, com 2827; acompanhada pela atividade de Serviços de Arquitetura e Engenharia e

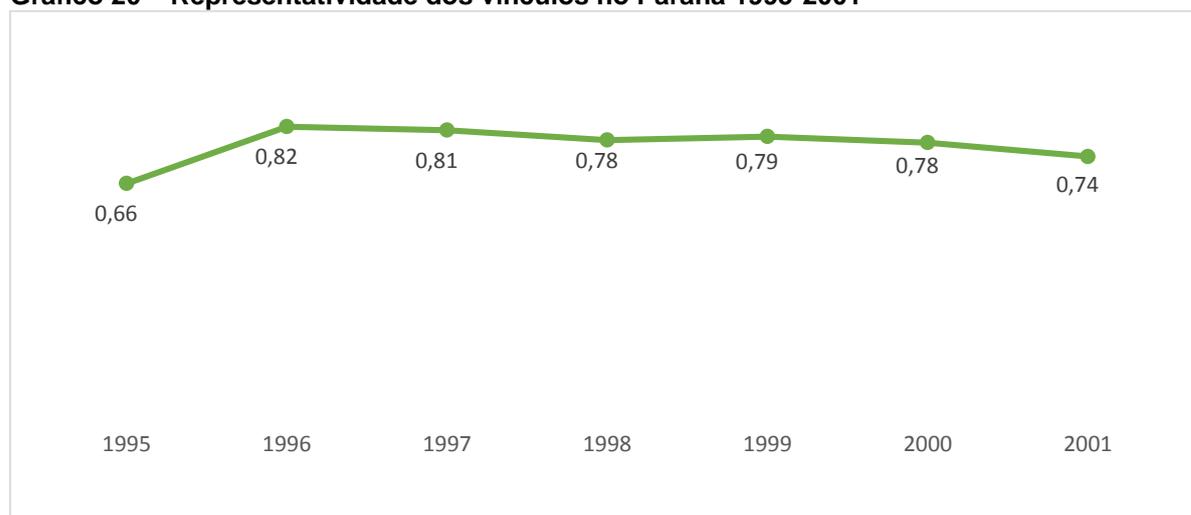
de Assessoramento Técnico Especializado, com 2902; e as Atividades de Rádio com 2545.

**Gráfico 19– Número de vínculos empregatícios no Paraná 1995-2001**



**Fonte: RAIS**

De maneira geral, no Paraná, o crescimento no número de vínculos empregatícios foi bem menor do que os relacionados às atividades criativas, ficando em 17,7%, e sem variações expressivas durante o período, chegando no máximo em 6% no ano de 1997. No Gráfico 20, consta a representatividade dos vínculos empregatícios relacionados com atividades criativas no total de vínculos de todo o Estado do Paraná. Nesse gráfico é possível perceber que, do primeiro para o segundo ano, houve um crescimento de 0,66% para 0,82%. Nos demais anos esse percentual vem diminuindo. Isso demonstra que neste primeiro período analisado os vínculos relacionados às atividades criativas vinham diminuindo, representando uma leve mudança no perfil da economia.

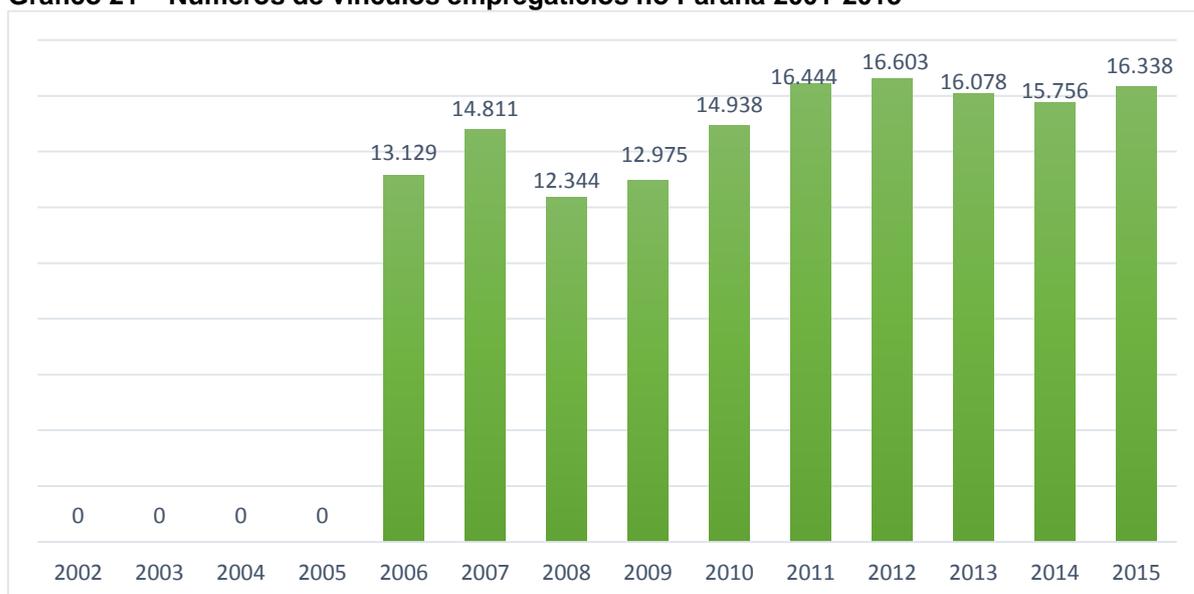
**Gráfico 20 – Representatividade dos vínculos no Paraná 1995-2001**

**Fonte: RAIS**

Para o período de 2002 a 2015<sup>18</sup>, de maneira geral, os vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas obtiveram um crescimento de 24,4%, um pouco menor do que o registrado no primeiro período analisado (1995 a 2001). A atividade que mais cresceu foi a de Edição de Revistas<sup>19</sup>, com 984,1%. Apesar de esta atividade ter obtido atingido esse elevado percentual, ela não está entre as que possuem maiores números de pessoas vinculadas (em 2006 possuía 44 vínculos empregatícios e chegou a 477 em 2015).

<sup>18</sup> Assim como nos demais dados já apresentados não há informações referentes aos quatro primeiros anos, uma vez que se passava por uma adaptação dos CNAEs.

<sup>19</sup> Edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet. (Descrição da atividade conforme CNAE)

**Gráfico 21 – Números de vínculos empregatícios no Paraná 2001-2015**

**Fonte: RAIS**

Houve uma variação expressiva entre 2006 e 2015. A maior variação ocorreu no ano de 2010, na ordem de 15%. Neste ano, as atividades que possuíam os maiores números de vínculos empregatícios eram as de rádio<sup>20</sup>, com 2.828; as de Agências de publicidade<sup>21</sup>, com 2.279; e as Atividades de televisão aberta, com 1857. Segundo o CNAE, estas últimas contemplam:

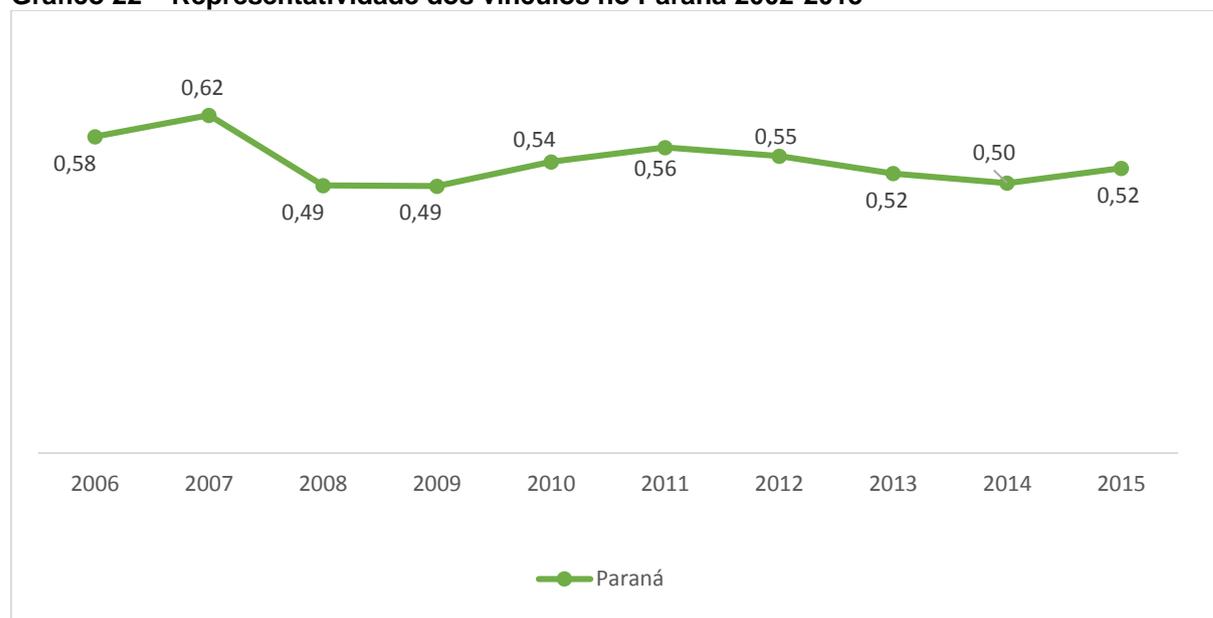
A operação de estúdios de televisão e a difusão (broadcasting) da programação para o público em geral e a produção de programas de televisão ao vivo, inclusive por produtores independentes; a receita das unidades nesta categoria provém da venda de espaço publicitário, de programas, doações e subsídios. Esta classe compreende também: as atividades de inclusão de programação da televisão aberta em canais de televisão por assinatura que emitem os programas para o público segundo um calendário predeterminado; as atividades das estações de televisão afiliadas.

<sup>20</sup>As atividades de difusão de sinais de áudio (broadcasting) através de instalações e estúdios de rádio e a transmissão de programas de rádio para o público em geral, para emissoras de rádio afiliadas ou para assinantes; a receita das unidades nesta categoria provém da venda de espaço publicitário, de programas, doações e subsídios. Esta classe compreende também: as atividades de cadeias radiofônicas, isto é, a montagem e transmissão de programas de áudio para assinantes, com o uso de tecnologia por microondas, cabo ou satélite; as atividades de difusão de programas de rádio via internet (emissoras de rádio na internet); a difusão de dados integrada com a difusão de sinais de áudio. (Descrição da atividade conforme o CNAE)

<sup>21</sup>A criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; os representantes dos veículos de comunicação para venda de tempo ou espaço de publicidade a clientes; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão. (Descrição da atividade conforme o CNAE)

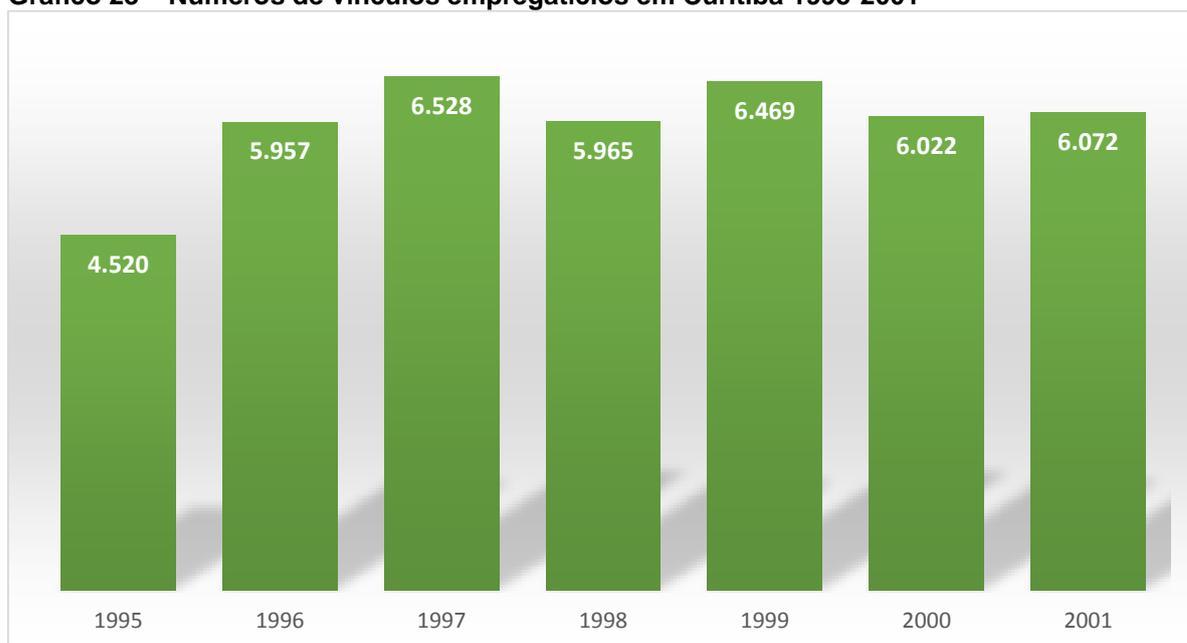
Com base nestes dados levantados fica evidente o crescimento do número de empregos formais relacionados às atividades criativas entre 2002 e 2015. O Gráfico 22 mostra a representatividade dos vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas em relação ao somatório de todos os demais vínculos empregatícios do Estado do Paraná, que obtiveram um crescimento de 38,3%. Assim como no primeiro período analisado, as variações dos vínculos do Estado não passam de 6%.

**Gráfico 22 – Representatividade dos vínculos no Paraná 2002-2015**



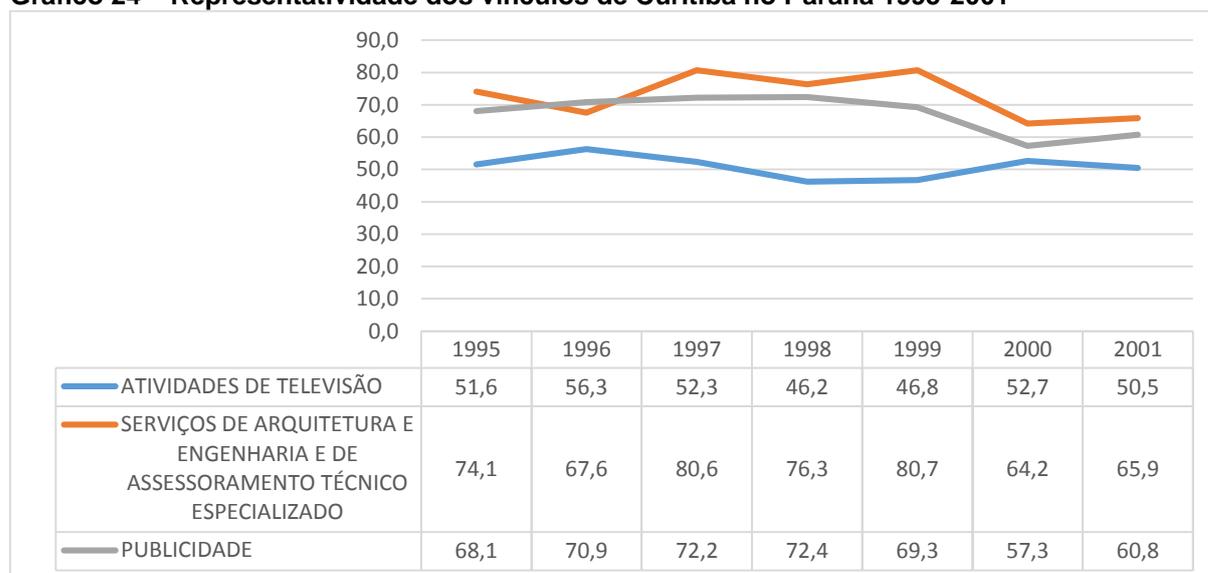
**Fonte: RAIS**

Em Curitiba, o crescimento no número de vínculos relacionados às atividades criativas foi de 34,3%, ou seja, um pouco maior do que o crescimento do estado. As atividades que mais cresceram nesse período foram as de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias, com 770,3% e as de Fotográficas, com 149,6%.

**Gráfico 23 – Números de vínculos empregatícios em Curitiba 1995-2001**

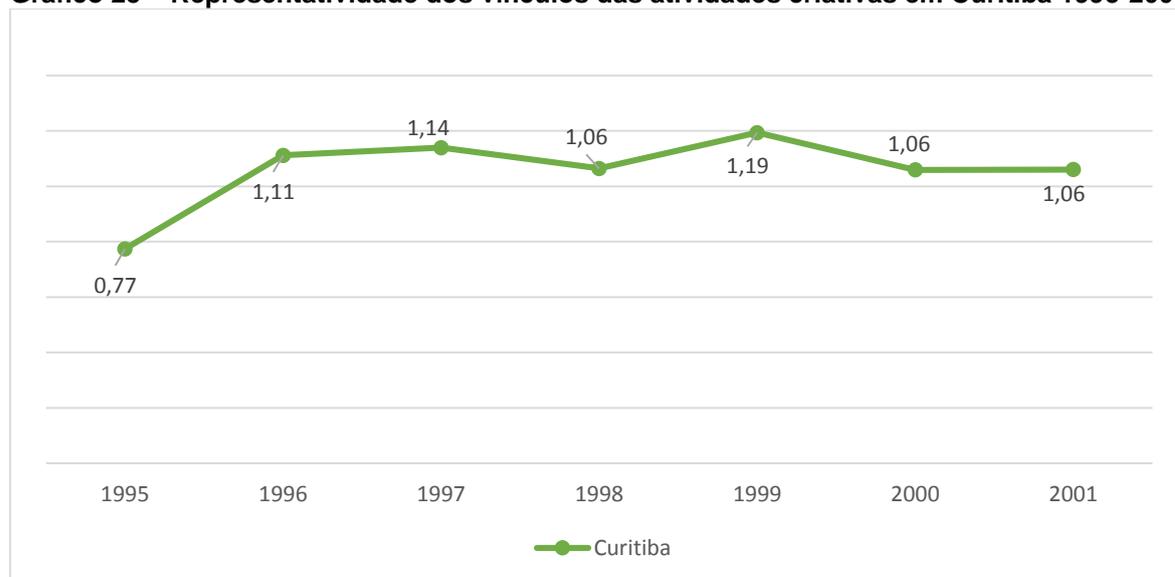
**Fonte: RAIS**

A maior variação do período ocorreu em 1997, chegando a 32%. Neste ano, as atividades que possuíam um grande número de vínculos relacionados à criatividade foram os Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, com 1961; as de Televisão, com 1591; e as de Publicidade, com 1026 vínculos empregatícios. O Gráfico 24 expressa a representatividade destas três atividades com relação aos vínculos empregatícios gerados por elas em âmbito estadual. Nesse gráfico fica evidente que a maioria das pessoas vinculadas a essas atividades se concentra em Curitiba.

**Gráfico 24 – Representatividade dos vínculos de Curitiba no Paraná 1995-2001**

Fonte: RAIS

O número de empregos formais em Curitiba, no primeiro período analisado, obteve uma queda -1,93%, com maior variação ocorrida em 1997 (7%), enquanto os relacionados às atividades criativas obtiveram crescimento de 34,3%. O Gráfico 25 demonstra a evolução da representatividade dos vínculos das atividades criativas em relação ao total de empregos formais em Curitiba.

**Gráfico 25 – Representatividade dos vínculos das atividades criativas em Curitiba 1995-2001**

Fonte: RAIS

O Quadro 7 apresenta a representatividade de Curitiba no número de vínculos empregatícios relacionados as atividades criativas do Estado, onde a maior representação aconteceu em 1997, com 52,6%.

**Quadro 7- Representação de Curitiba no número de vínculos 1995-2001**

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Representação	46,9	50,2	52,6	48,8	51,6	47,0	47,9

Fonte: RAIS

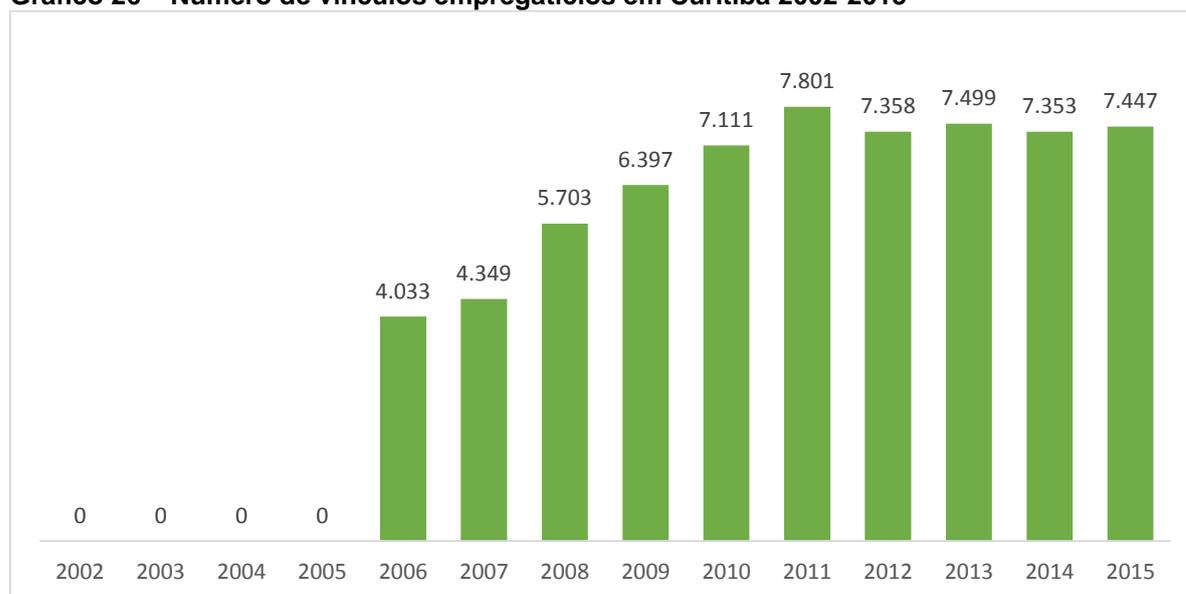
Para o segundo período analisado, 2002 a 2015<sup>22</sup>, o crescimento do número de empregos formais relacionados às atividades criativas foi expressivo, na ordem de 84,7%. As atividades que apresentaram elevado crescimento foram as de Edição de Revistas<sup>23</sup>, com 1448,1%; que foi de 27 empregos, em 2006, para 418 em 2015; as Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares<sup>24</sup>, com 1360%, que foi de 5 em 2006 para 73 em 2015; e as Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão<sup>25</sup>, com 840,7%, que saiu de 27 vínculos empregatícios em 2006 passando para 254 em 2015 .

<sup>22</sup>Nos anos de 2002 a 2005, assim como nos demais dados, não há informações na base da RAIS.

<sup>23</sup> Edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet. (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>24</sup> A gestão de museus de todo tipo: os museus de arte, de jóias, de móveis, de costumes, cerâmicas, objetos de prata; os museus de história natural, de ciência e tecnologia, inclusive os museus militares e outros museus especializados; os museus ao ar livre. A operação de lugares e prédios históricos e atrações similares; a restauração e a conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares. (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>25</sup> Produção de filmes de todos os tipos e em quaisquer suportes, tais como: Filmes cinematográficos produzidos em estúdios cinematográficos, filmes destinados à difusão (broadcasting) pela televisão e pela internet produzidos fora dos estúdios de televisão, filmes publicitários institucionais, para comerciais na televisão, para campanhas políticas, etc., gravação fora dos estúdios de televisão, de programas de televisão por produtores independentes e arquivos de filmes cinematográficos, publicitários, etc. (Descrição da atividade conforme CNAE)

**Gráfico 26 – Número de vínculos empregatícios em Curitiba 2002-2015**

**Fonte: RAIS.**

A maior variação do período aconteceu em 2008, que chegou a 31%. Neste ano as atividades que possuíam mais vínculos empregatícios eram Agências de Publicidade<sup>26</sup>, com 755, a outra atividade relacionada a publicidade “Atividades de publicidade não especificadas anteriormente”<sup>27</sup> com 701 e Edição de livros com 666 vínculos. Porém, com exceção das Atividades de publicidade não especificadas anteriormente que além de ser uma das atividades que possui o maior número de vínculos, é também a atividade que obteve a maior variação, 344% nos anos de 2007 para 2008, as outras duas atividades que obtiveram variações expressivas neste mesmo período foram as atividades de Edição de Jornais, com 264%, que segundo o CNAE compreende:

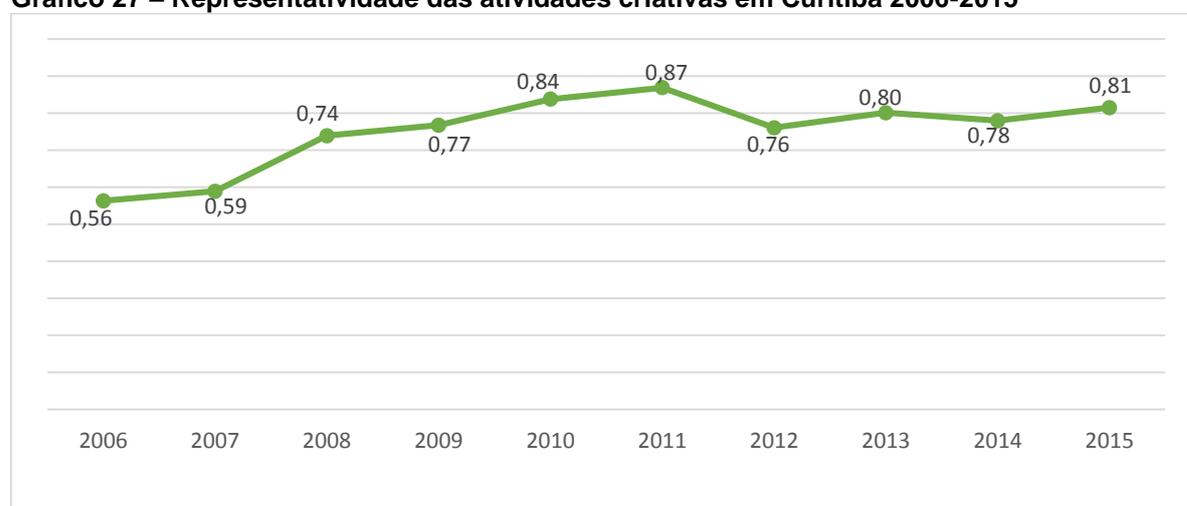
A edição de jornais, inclusive de jornais publicitários, com uma periodicidade mínima de quatro vezes por semana, na forma impressa, eletrônica e na internet; a receita das unidades nesta categoria inclui também a venda de espaço para publicidade.

<sup>26</sup>A criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; os representantes dos veículos de comunicação para venda de tempo ou espaço de publicidade a clientes; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>27</sup>Atividades de criação de conteúdo publicitário de estandes para feiras e exposições, a promoção de vendas e a publicidade no local da venda, a distribuição ou entrega de material publicitário (fullfilment), a publicidade por mala direta, por telefone, em visitas de representantes (de laboratórios farmacêuticos, de empresas de produtos de beleza, etc.), as atividades de consultoria em publicidade e propaganda, a publicidade aérea, os serviços de alto-falante e de sonorização (uso de alto-falante) em veículos motorizados ou não, a com finalidade de publicidade(Descrição da atividade conforme CNAE).

E a atividade de Design e decoração de interiores<sup>28</sup>, com 200% de variação. O número de empregos formais em Curitiba neste segundo período, cresceu apenas 27,6%, ou seja, menor do que o crescimento dos vínculos relacionados às atividades criativas que foi de 84,7%. A variação dos empregos na Capital não foi muito expressiva, a maior delas foi de 8%, que ocorreu nos anos de 2009 e 2012. Durante o período analisado, a representatividade dos empregos formais relacionados às atividades criativas com relação aos empregos formais de Curitiba vem crescendo, conforme apresentado no Gráfico 27.

**Gráfico 27 – Representatividade das atividades criativas em Curitiba 2006-2015**



**Fonte: RAIS**

O Quadro 8 expressa representatividade dos vínculos relacionados às atividades criativas de Curitiba relacionados aos vínculos empregatícios das atividades criativas do Estado do Paraná, que chegou a 49,3% em 2009, mas que vem diminuindo com o passar dos anos, o que pode significar uma desconcentração das atividades criativas da capital, para outras cidades do estado e regiões metropolitanas.

**Quadro 8 - Representação de Curitiba no número de vínculos 2002-2015**

Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Representação	0,0	0,0	0,0	0,0	30,7	29,4	46,2	49,3	47,6	47,4	44,3	46,6	46,7	45,6

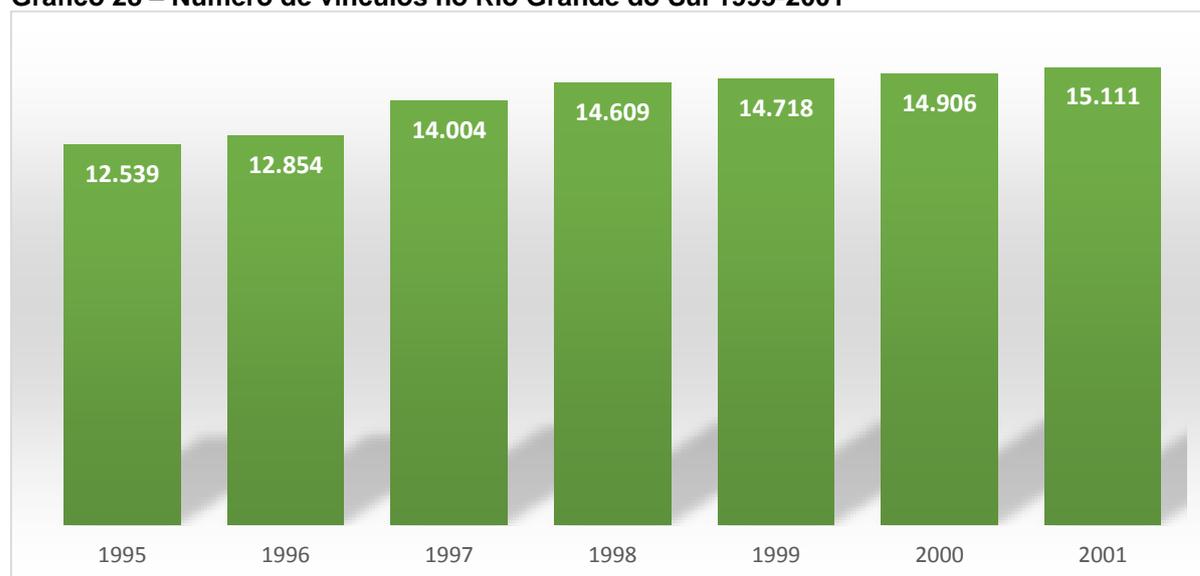
**Fonte: RAIS**

<sup>28</sup>As atividades de design de mobiliário, joias, sapatos, roupas (estilistas de moda) e de outros objetos pessoais e domésticos; atividades de decoração de interiores (Descrição da atividade conforme CNAE)

### 3.2. Vínculos empregatícios no Rio Grande do Sul e Porto Alegre

Quanto aos dados do Rio Grande do Sul relacionados aos vínculos empregatícios, há um crescimento de 20,5%, que é menor em relação ao Paraná. As atividades que mais cresceram nesse período são as de Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo, com 147,1%; Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado, com 100,7%; e as de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias, com 55,5%. A maior variação foi de 9%, em 1997. Neste ano, as atividades que mais tinham vínculos empregatícios eram as de Rádio, com 3.895, as de serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado, com 3.252; e a atividade de publicidade, com 1.842.

**Gráfico 28 – Número de vínculos no Rio Grande do Sul 1995-2001**



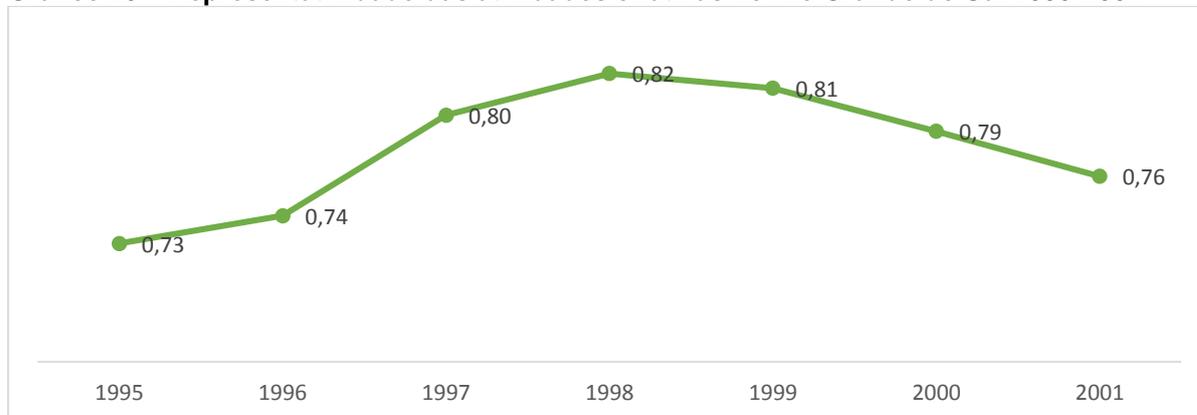
**Fonte: RAIS**

No ano de maior variação (1997), as atividades que possuem os maiores números de empregos com exceção à dos serviços de engenharia e arquitetura, que obteve a maior variação, 35%, as outras duas atividades não são as mesmas que obtêm o maior número de vínculos empregatícios, depois da atividade de engenharia estão as Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente com 28% de variação e as Atividades de bibliotecas e arquivos com 21%.

Com relação ao número de empregos formais, houve um crescimento de 14,6%, que é menor que o crescimento do Paraná neste mesmo período. A variação também não passou de 5% no ano de 2001. Porém, com relação à participação dos

vínculos das atividades criativas, houve aumento até o ano de 1998, como queda nos anos posteriores, conforme demonstrado no Gráfico 29.

**Gráfico 29 – Representatividade das atividades criativas no Rio Grande do Sul 1995-2001**



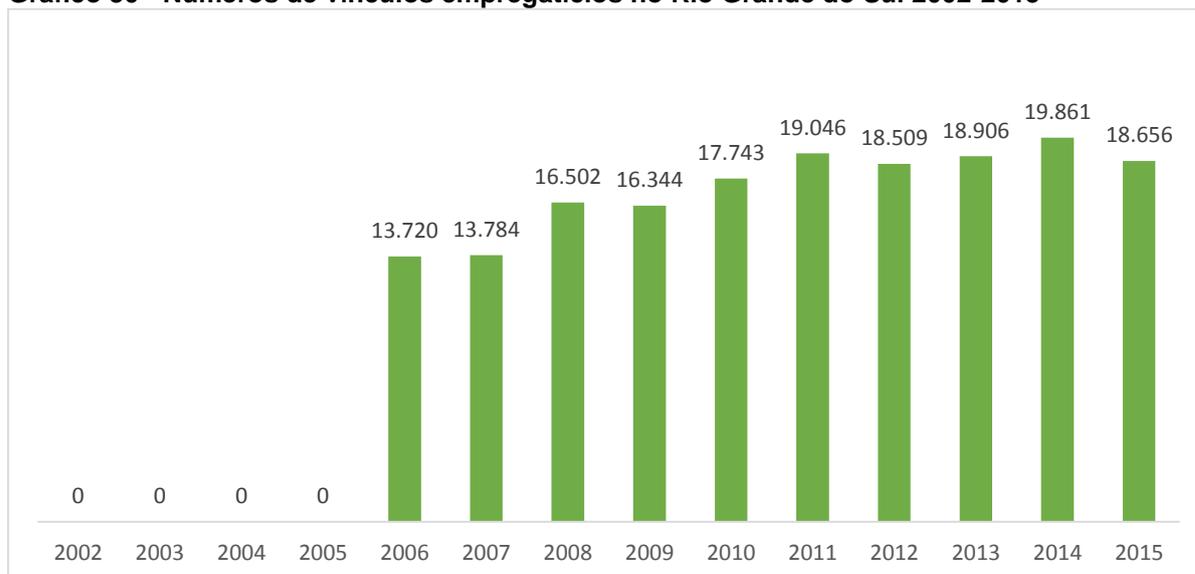
**Fonte: RAIS**

Quando verificado o segundo período de análise, houve um crescimento de 36%, que maior do que o crescimento em Curitiba neste mesmo período. As atividades que mais cresceram foram as de Edição de revistas<sup>29</sup> (assim como no Paraná), com 1052,6%; as de bibliotecas e arquivos<sup>30</sup>, com 742,9%; e as de Criação artística, com 400%. De acordo com o CNAE, essa atividade compreende:

As atividades de artistas plásticos, escultores, pintores; as atividades de criadores de desenho animado, gravadores, etc.; as atividades de escritores de todos os tipos de assuntos, inclusive técnicos; as atividades de jornalistas independentes; as atividades de restauração de obras de arte, como quadros, esculturas, etc.

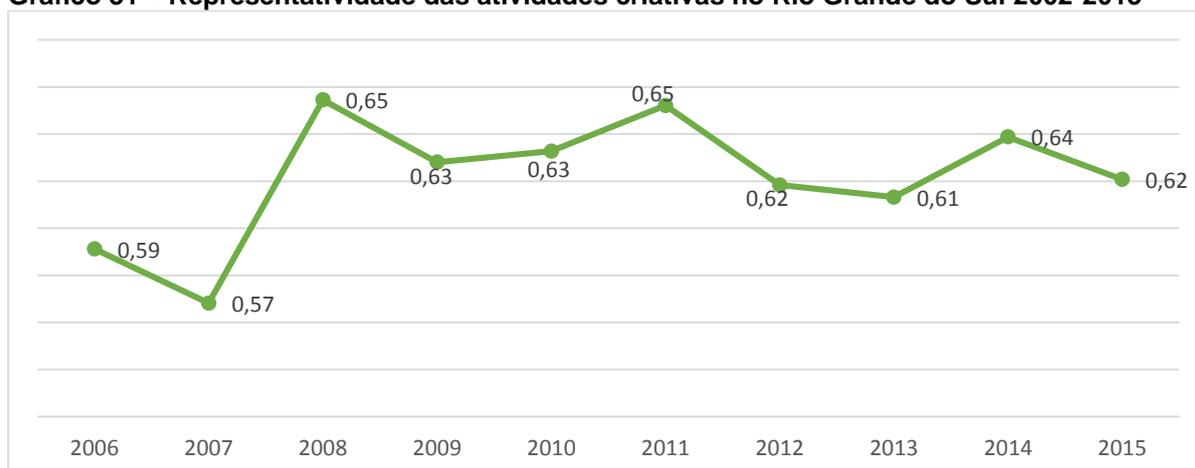
<sup>29</sup>Edição de revistas e de outras publicações periódicas, de conteúdo geral ou técnico, como revistas industriais, revistas de programação de televisão, etc. na forma impressa, eletrônica e na internet. (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>30</sup>As atividades de documentação e informação de bibliotecas de todos os tipos, salas de leitura, áudio e projeção, destinadas a servir o público em geral; as atividades de catalogação de coleções; o empréstimo e armazenamento de livros, mapas, periódicos, revistas, fitas de vídeo, DVDs, obras de arte, etc.; as atividades de recuperação de informação; as bibliotecas e os serviços de armazenamento de fotos e filmes. Esta classe compreende também: a gestão de bibliotecas e de arquivos públicos (Descrição da atividade conforme CNAE)

**Gráfico 30 - Números de vínculos empregatícios no Rio Grande do Sul 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

A representatividade dos empregos formais relacionados às atividades criativas no total do Rio Grande do Sul não tem se mantido constante, conforme demonstrado no Gráfico 31. O crescimento no total geral de empregos formais do Estado foi de 29,5%, ou seja, menor do que o crescimento relacionado às atividades criativas que foi de 36%. A variação do número de empregos formais do estado também não foi muito expressiva, sendo a mais elevada de 8%, em 2010.

**Gráfico 31 – Representatividade das atividades criativas no Rio Grande do Sul 2002-2015**

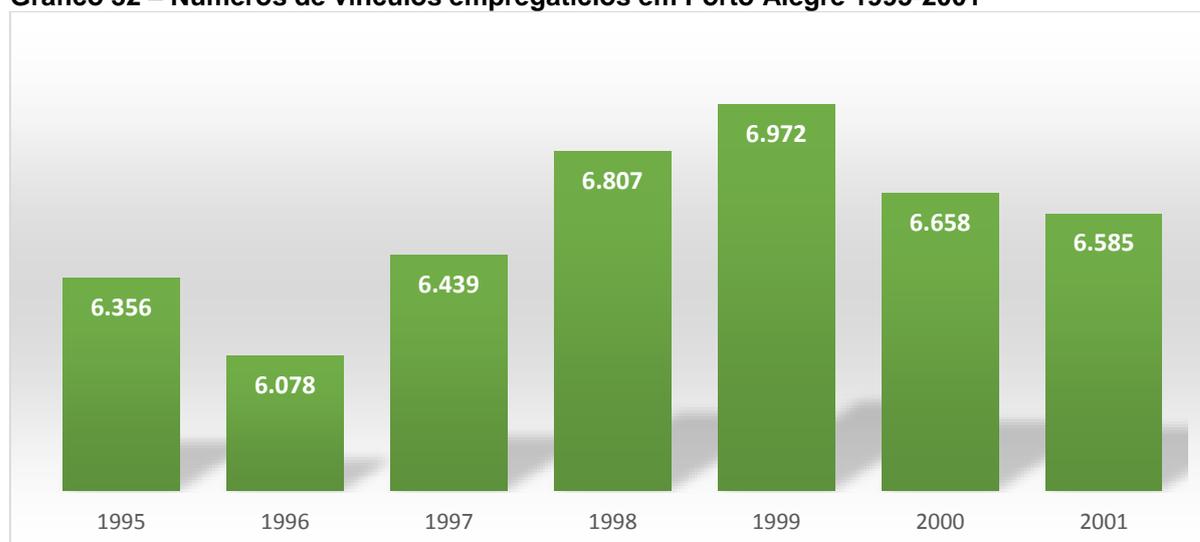
**Fonte: RAIS**

Como ocorre no âmbito estadual, na capital Porto Alegre, os vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas obtiveram um crescimento e

3,6%. Esse percentual foi bem menor do que o do Estado (36%) e também de Curitiba (24,4%).

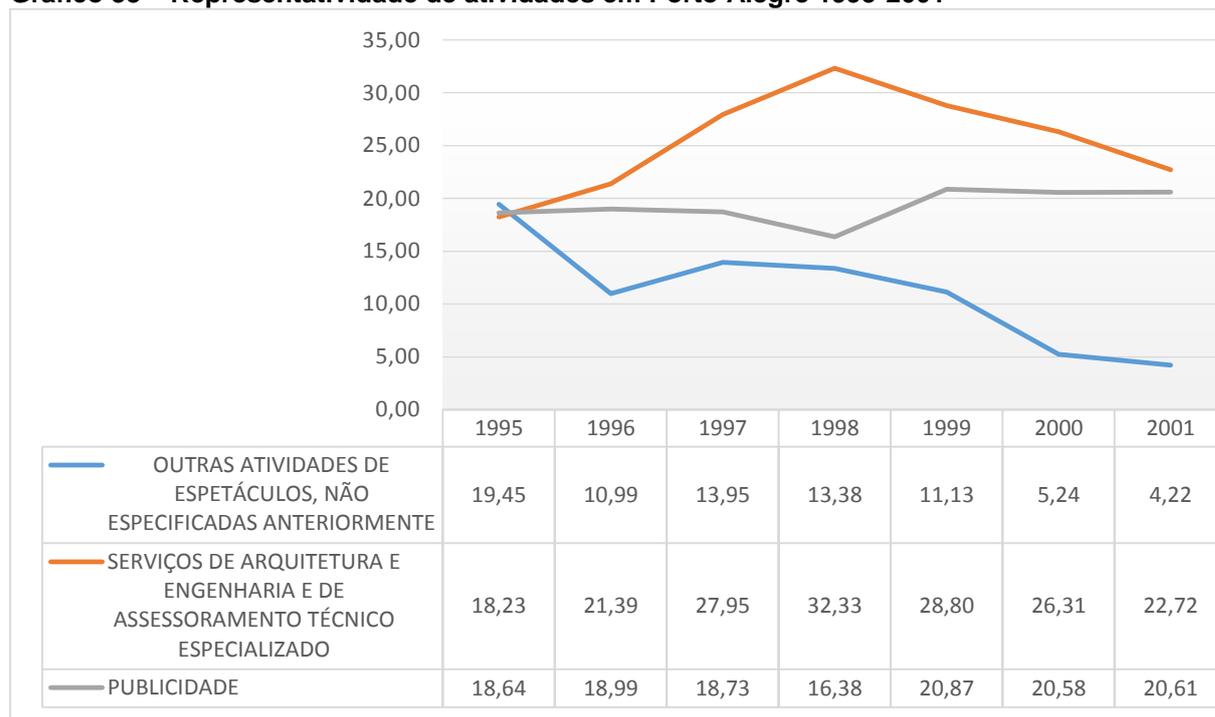
As atividades que mais cresceram foram as de Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo, com 174,7%; as de bibliotecas e arquivos, com 100%; e as Atividades de Teatro, música e outras atividades artísticas e literárias, com 55,1%.

**Gráfico 32 – Números de vínculos empregatícios em Porto Alegre 1995-2001**



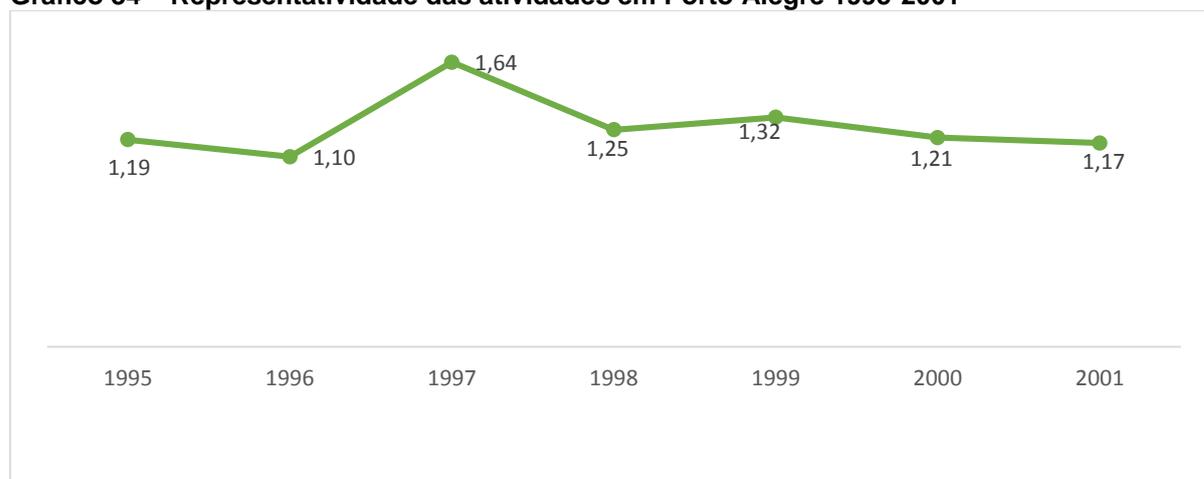
**Fonte: RAIS**

Neste período entre 1995 e 2001, a maior variação ocorreu em 1997 e 1998 onde foram de 6%, nestes dois anos as três atividades que mais cresceram foram as mesmas, a maior delas foi a de Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado, com 1800 e 2201, depois Publicidade com 1206 e 1115 e Outras Atividades de Espetáculos, não especificadas anteriormente com 898 e 911. No Gráfico 33 estão demonstradas a representatividade destas atividades no total de vínculos empregatícios relacionados às atividades criativas da capital Porto Alegre, e pode-se perceber que não há uma grande concentração destas atividades na capital.

**Gráfico 33 – Representatividade de atividades em Porto Alegre 1995-2001**

Fonte: RAIS

O número de empregos formais em Porto Alegre cresceu 5,31% entre 1995 e 2001. A maior variação ocorreu em 1998, na ordem de 39%. A representatividade das atividades criativas neste período manteve-se sempre acima de 1%, conforme o Gráfico 34 demonstra.

**Gráfico 34 – Representatividade das atividades em Porto Alegre 1995-2001**

Fonte: RAIS

Ao verificar a representação de Porto Alegre em números de vínculos empregatícios relacionados aos mesmos números do Rio Grande do Sul (aqueles

relacionados às atividades criativas) no Quadro 11 percebe-se que esta participação diminuiu com o passar dos anos, o que pode demonstrar que as atividades criativas estavam descentralizando e saindo da capital.

**Quadro 9 - Representação de Porto Alegre em números de vínculos 1995-2001**

Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Representação	50,7	47,3	46,0	46,6	47,4	44,7	43,6

Fonte: RAIS

Para o segundo período analisado, 2002 a 2015<sup>31</sup>, o número de vínculos empregatícios relacionado às atividades criativas também registrou um aumento de 34,2%. As atividades que mais cresceram foram as de bibliotecas e arquivos<sup>32</sup>, com 2000% (passando de 5 em 2006, para 105 em 2015), as de publicidade não especificadas anteriormente<sup>33</sup>, com 1100,8% (passando de 125 em 2006, para 1501 em 2015); e Edição de livros, com 808% (saindo de 50 em 2006, para 454 em 2015).

Neste período, a maior variação ocorreu em 2008, na ordem de 32%. As atividades com maior número de empregos são as Agências de Publicidade<sup>34</sup>, com 1.748; as de televisão aberta<sup>35</sup>, com 1527; e a Edição de jornais, com 1227.

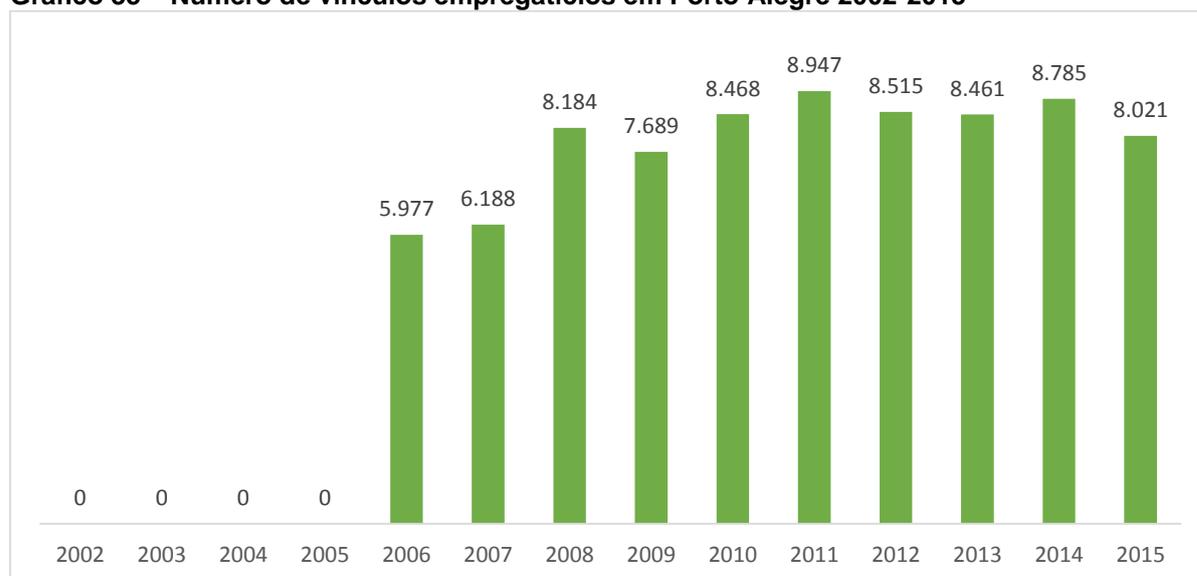
<sup>31</sup> Nos anos de 2002 a 2005, assim como nos demais dados, não há informações na base da RAIS.

<sup>32</sup> As atividades de documentação e informação de bibliotecas de todos os tipos, salas de leitura, áudio e projeção, destinadas a servir o público em geral; as atividades de catalogação de coleções; o empréstimo e armazenamento de livros, mapas, periódicos, revistas, fitas de vídeo, DVDs, obras de arte, etc.; as atividades de recuperação de informação; as bibliotecas e os serviços de armazenamento de fotos e filmes. Esta classe compreende também: a gestão de bibliotecas e de arquivos públicos (Descrição da atividade conforme CNAE)

<sup>33</sup> Atividades de criação de conteúdo publicitário de estandes para feiras e exposições, a promoção de vendas e a publicidade no local da venda, a distribuição ou entrega de material publicitário (fullfilment), a publicidade por mala direta, por telefone, em visitas de representantes (de laboratórios farmacêuticos, de empresas de produtos de beleza, etc.), as atividades de consultoria em publicidade e propaganda, a publicidade aérea, os serviços de alto-falante e de sonorização (uso de alto-falante) em veículos motorizados ou não, a com finalidade de publicidade (Descrição da atividade conforme CNAE).

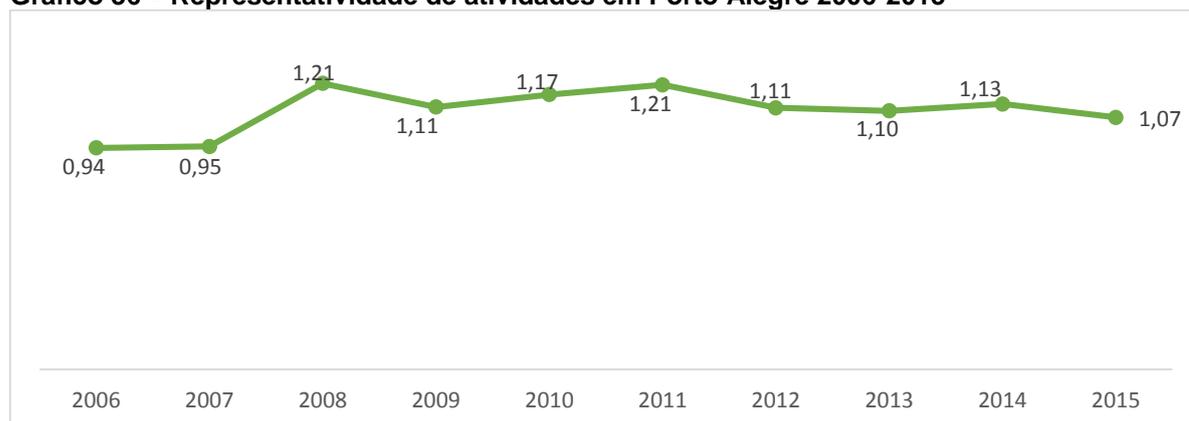
<sup>34</sup> A criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação; a colocação, em nome de clientes, de material publicitário em jornais, revistas, rádio, televisão, internet e em outros veículos de comunicação; os representantes dos veículos de comunicação para venda de tempo ou espaço de publicidade a clientes; a prestação de serviços para merchandising em rádio e televisão (Descrição da atividade conforme CNAE).

<sup>35</sup> A operação de estúdios de televisão e a difusão (broadcasting) da programação para o público em geral e a produção de programas de televisão ao vivo, inclusive por produtores independentes; a receita das unidades nesta categoria provém da venda de espaço publicitário, de programas, doações e subsídios. Esta classe compreende também: as atividades de inclusão de programação da televisão aberta em canais de televisão por assinatura que emitem os programas para o público segundo um calendário predeterminado; as atividades das estações de televisão afiliadas (Descrição da atividade conforme CNAE).

**Gráfico 35 – Número de vínculos empregatícios em Porto Alegre 2002-2015**

**Fonte: RAIS**

O número de empregos formais em Porto Alegre neste período apresentou crescimento de 18%, com a maior variação no ano de 2010 de 5% e onde em 2015 registrou uma queda no número de empregos de 3%. A representatividade dos vínculos relacionados as atividades criativas em Porto Alegre no total de vínculos empregatícios da capital, vinha crescendo ano a ano, porém em 2015 obteve uma queda conforme ilustrado no Gráfico 36.

**Gráfico 36 – Representatividade de atividades em Porto Alegre 2006-2015**

**Fonte: RAIS**

E com relação à representatividade das atividades criativas de Porto Alegre no total dos vínculos destas atividades no estado, é possível observar uma elevação, mas com queda nos últimos três anos da série, conforme consta do Quadro 12.

**Quadro 10 - Representação de Porto Alegre em números de vínculos 2002-2015**

Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Representação	0,0	0,0	0,0	0,0	43,6	44,9	49,6	47,0	47,7	47,0	46,0	44,8	44,2	43,0

Fonte: RAIS

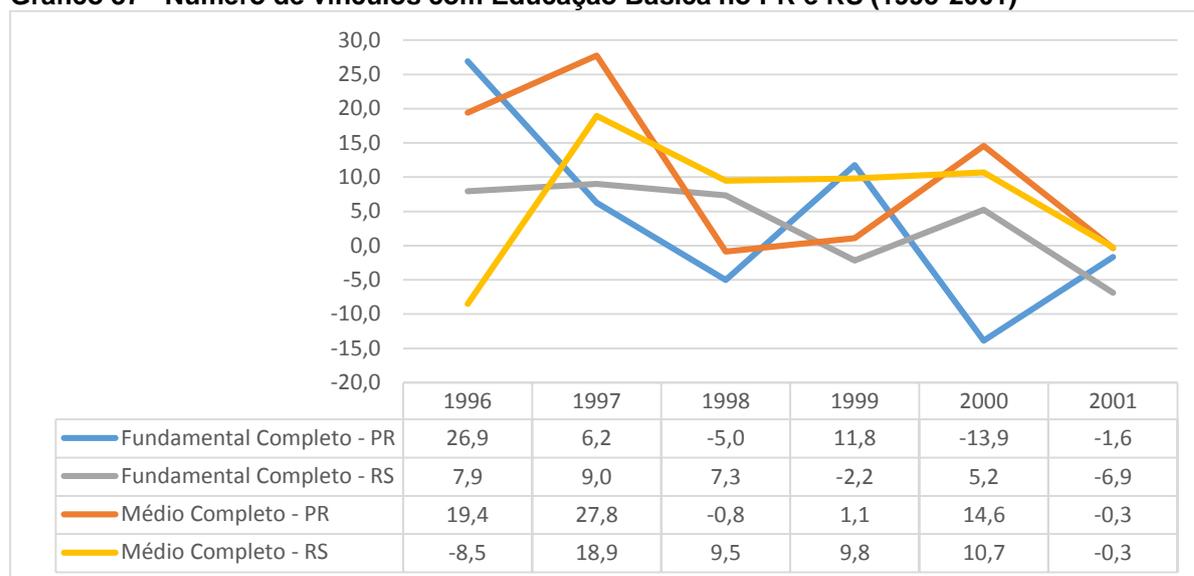
Assim como com o número de estabelecimentos, por consequência a participação da capital perante aos dados do estado vêm caindo, demonstrando que outras cidades que estão passando por este desenvolvimento estão também agrupando atividades criativas.

#### **4. Nível de especialização dos vínculos empregatícios relacionados a Economia Criativa**

Utilizando a mesma estrutura dos códigos CNAEs, foram extraídos da RAIS os dados referentes ao nível de especialização das pessoas que estão vinculadas as atividades criativas. Os níveis utilizados foram: Básico (Fundamental completo e Médio completo), Graduação (Superior completo), e Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado), porém no primeiro período (1995-2001) não haviam dados referentes ao Mestrado e Doutorado, e no segundo período (2002-2015) assim como nos demais dados extraídos para a pesquisa não há dados entre os anos de (2002-2005).

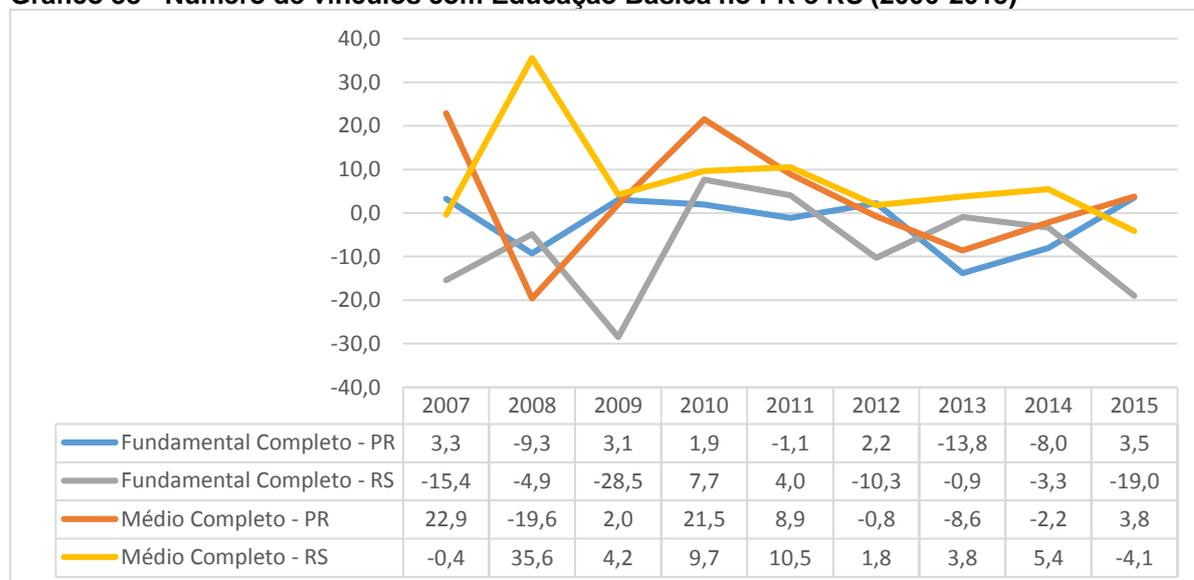
##### **4.1. Nível de especialização no Paraná e Rio Grande do Sul**

De maneira estadual no primeiro período analisado (1995-2001) percebe-se que quando se trata da Educação Básica (Fundamental e Médio) com o passar dos anos nos dois Estados as pessoas vinculadas com este nível foram diminuindo, conforme Gráfico 37 que apresenta o crescimento ano a ano dos vínculos relacionados a este nível de escolaridade.

**Gráfico 37 - Número de vínculos com Educação Básica no PR e RS (1995-2001)**

Fonte: RAIS

No segundo período (2002-2015), com relação a este mesmo nível educacional, no Rio Grande do Sul fechou o ano de 2015 com uma queda no número de vínculos com este nível de escolaridade, porém o Paraná ainda apresentou um pequeno crescimento, conforme demonstrado no Gráfico 38.

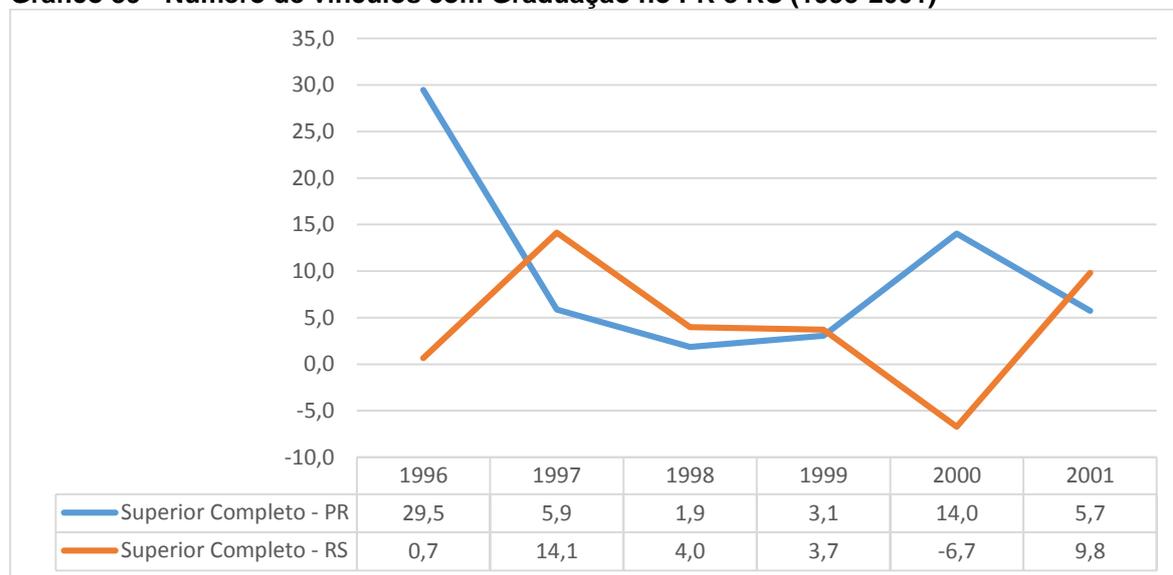
**Gráfico 38 - Número de vínculos com Educação Básica no PR e RS (2006-2015)**

Fonte: RAIS

Com relação a Educação Superior, nos dois Estados, no primeiro período (1995-2001) houve um crescimento no número de vínculos com a Graduação completa, conforme demonstrado no Gráfico 39. No estado do Paraná o crescimento

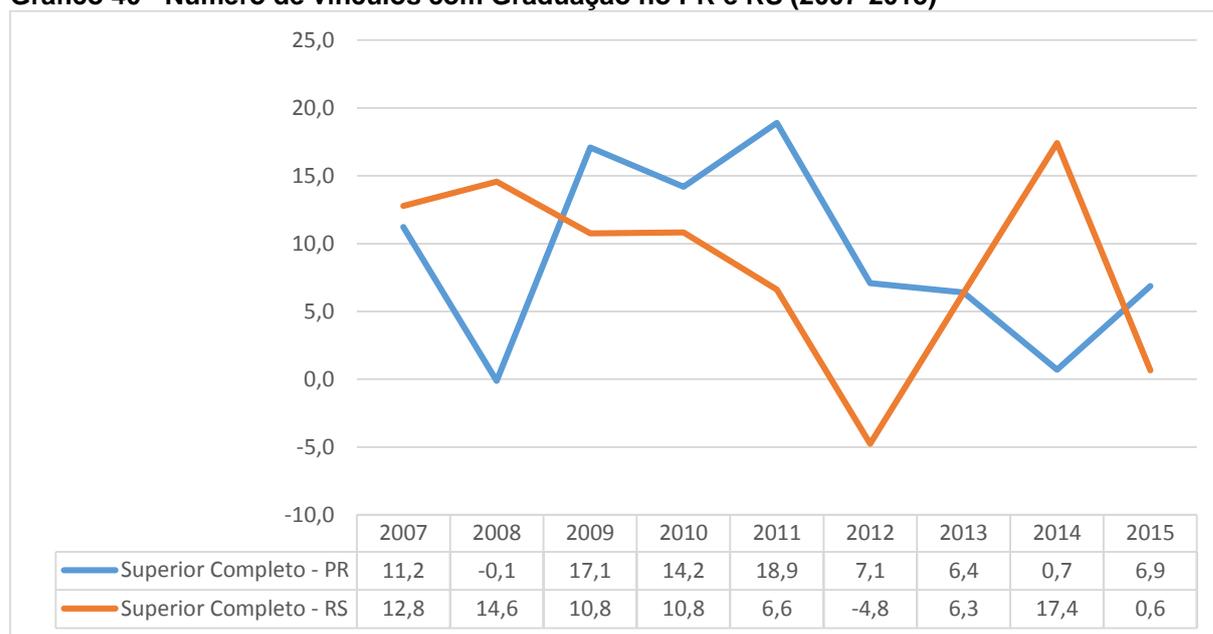
se manteve apesar de ter tido algumas oscilações, porém do primeiro (1995) para o último ano (2001) analisado obteve um crescimento de 73,5%, já no Rio Grande do Sul nestes mesmos anos (1995 e 2001) o crescimento foi de 26,9%.

**Gráfico 39 - Número de vínculos com Graduação no PR e RS (1995-2001)**



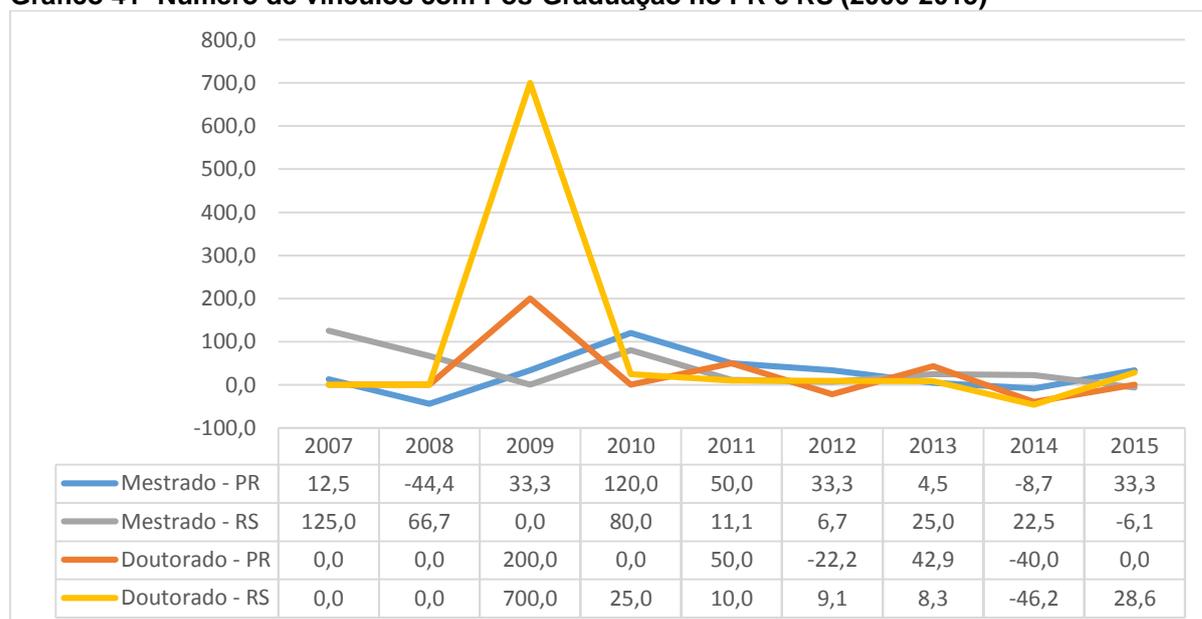
**Fonte: RAIS**

No segundo período (2002-2015) analisando os dados levantados referentes aos vínculos empregatícios com Superior Completa vem crescendo ano a ano, e de maneira geral, conforme demonstrado no Gráfico 40 do primeiro ano que possui dados no período (2006) ao último (2015) no Paraná o crescimento foi de 116,5% e no Rio Grande do Sul de 102,4%.

**Gráfico 40 - Número de vínculos com Graduação no PR e RS (2007-2015)**

Fonte: RAIS

Para o nível de Pós-graduação para o período de 2006 a 2015 de maneira estadual, os vínculos relacionados as atividades criativas que possuem Mestrado e Doutorado em ambos os estados analisados apresentaram um crescimento, porém em 2014 todos eles obtiveram uma queda e em 2015, com exceção dos vínculos com mestrado no Rio Grande do Sul que continuou em queda, os demais voltaram a crescer, conforme pode ser observado no Gráfico 41.

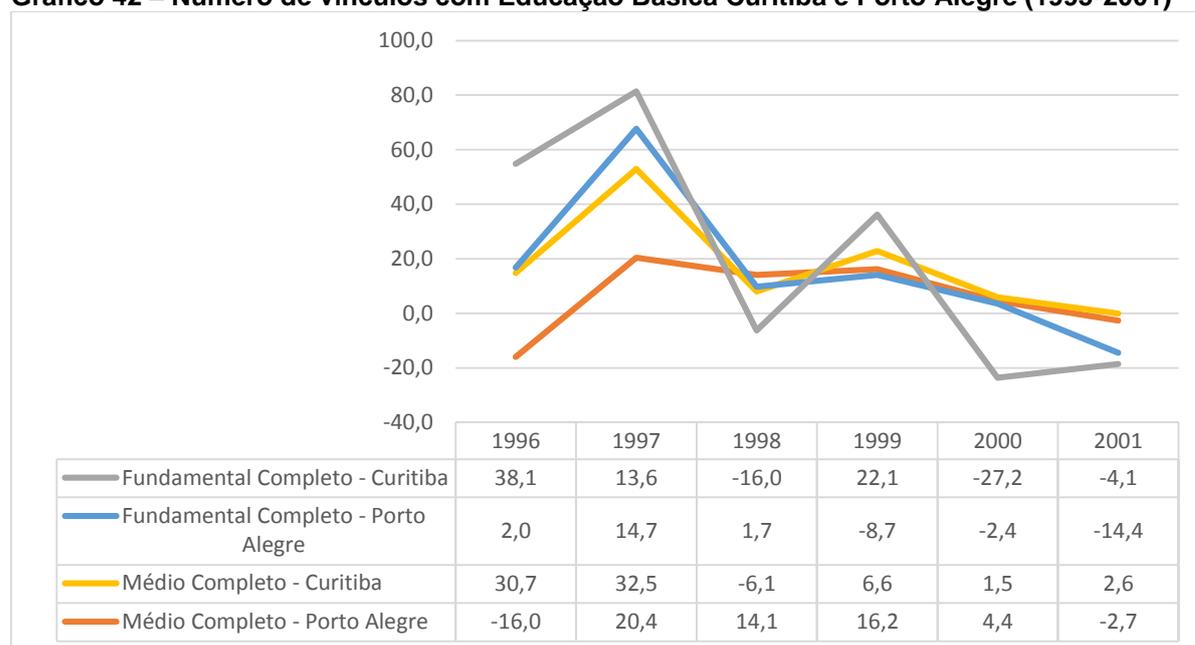
**Gráfico 41- Número de vínculos com Pós-Graduação no PR e RS (2006-2015)**

Fonte: RAIS

## 4.2. Nível de especialização em Curitiba e Porto Alegre

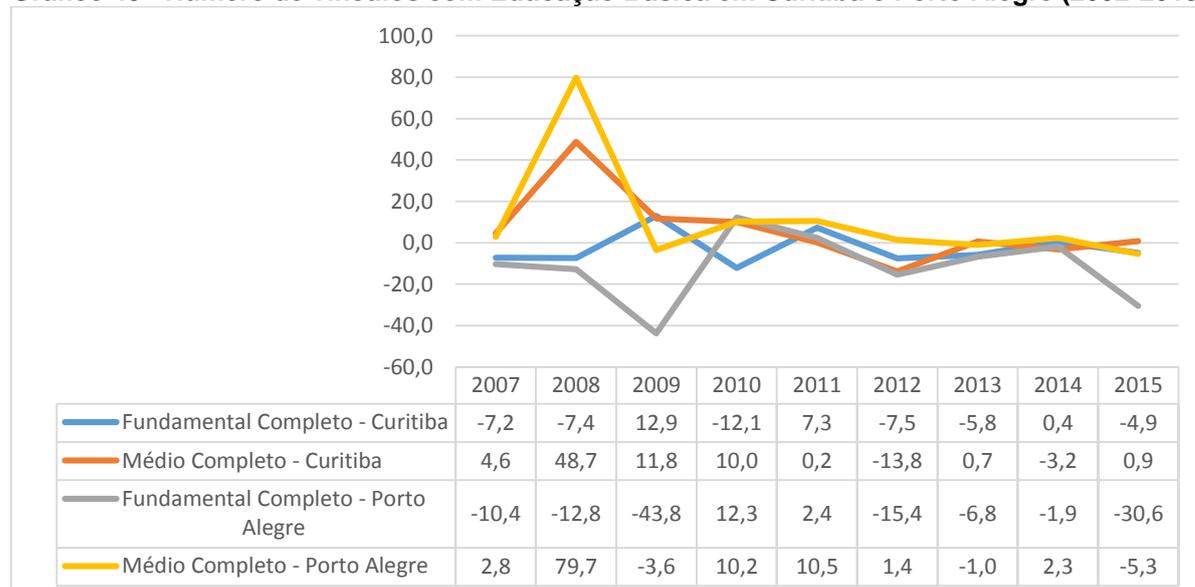
Com relação ao nível de escolaridade nas capitais estudadas (Curitiba-Porto Alegre), na Educação Básica (Fundamental e Médio) o número de vinculados, teve uma queda, somente em nível médio em Curitiba que obteve um pequeno crescimento, conforme Gráfico 42 e 43.

**Gráfico 42 – Número de vínculos com Educação Básica Curitiba e Porto Alegre (1995-2001)**



Fonte: RAIS

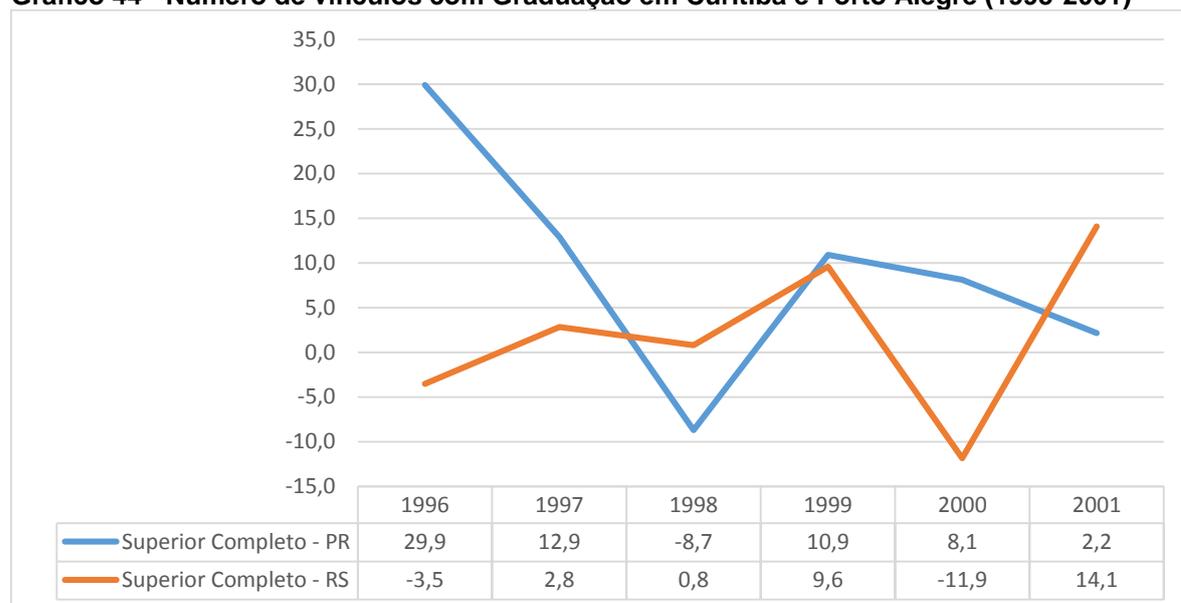
**Gráfico 43 - Número de vínculos com Educação Básica em Curitiba e Porto Alegre (2002-2015)**



Fonte: RAIS

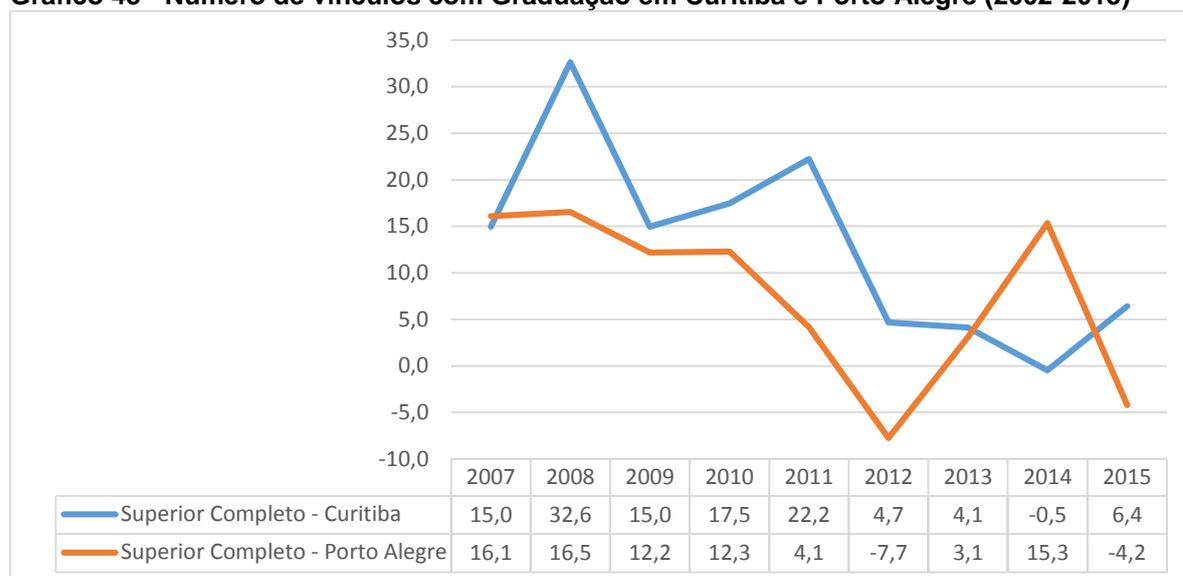
Já os vínculos com Graduação completa, no primeiro período analisado, obtiveram um crescimento na maioria dos anos nas duas capitais, conforme demonstrado no Gráfico 44, de maneira geral, quando calculado o crescimento do primeiro para o último ano do período percebe-se que em Curitiba foi de 64,1% e em Porto Alegre 10,2%.

**Gráfico 44 - Número de vínculos com Graduação em Curitiba e Porto Alegre (1995-2001)**



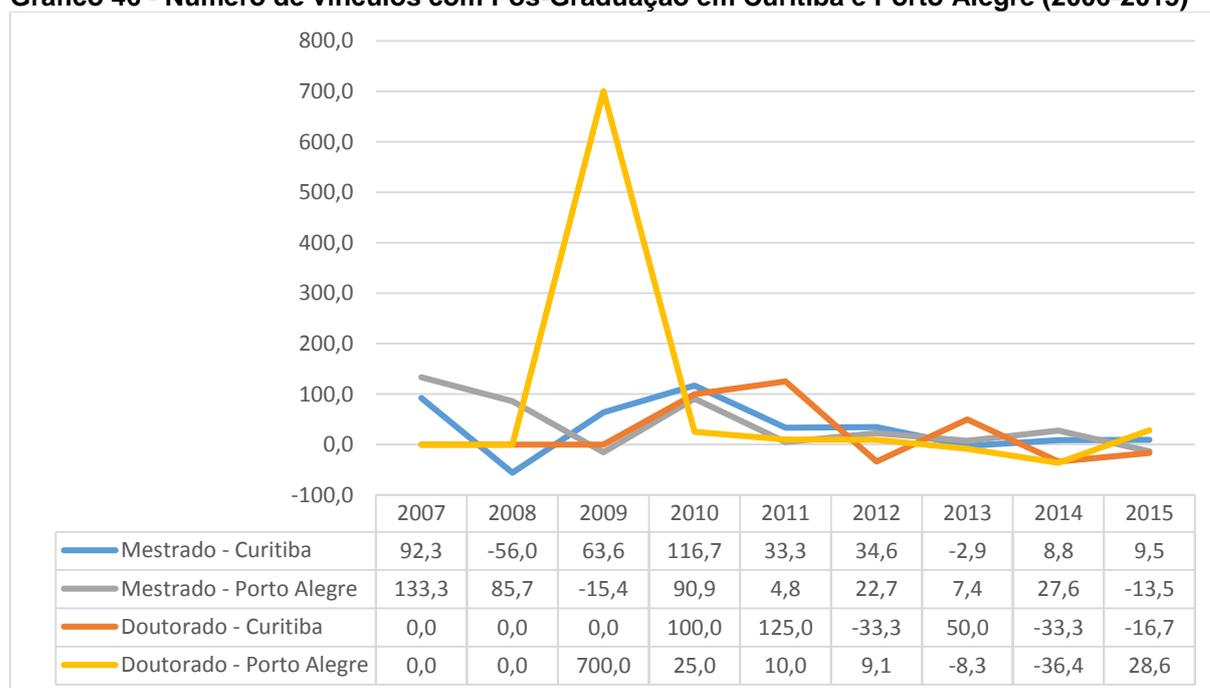
**Fonte: RAIS**

Para o segundo período (2002-2015) em Curitiba este crescimento continuou acontecendo e em Porto Alegre em 2015 obteve uma queda, conforme o Gráfico 45, porém o crescimento do período foi de 190,4% em Curitiba e 86,5% em Porto Alegre.

**Gráfico 45 - Número de vínculos com Graduação em Curitiba e Porto Alegre (2002-2015)**

Fonte: RAIS

Para o nível de Pós-Graduação de 2014 para 2015 somente os vínculos com Mestrado em Curitiba e com Doutorado em Porto Alegre obtiveram um crescimento, conforme pode ser observado no Gráfico 46. Porém quando analisado o crescimento de 2006 para 2015 com Mestrado, o crescimento em Curitiba foi de 150% e em Porto Alegre de 800%.

**Gráfico 46 - Número de vínculos com Pós-Graduação em Curitiba e Porto Alegre (2006-2015)**

Fonte: RAIS

É importante ressaltar que quando analisado a representação das capitais perante os vínculos do Estado, no segundo período (2002-2015)<sup>36</sup> nos níveis de Pós-Graduação o percentual é considerável o que demonstra uma concentração de mão-de-obra especializada nas capitais, principalmente com Doutorado, conforme apresentado nos Quadros 11 e 12.

**Quadro 11 - Representação dos vínculos no Estado do Paraná**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Mestrado</b>	54,2	92,6	73,3	90,0	88,6	78,8	79,5	73,9	88,1	72,3
<b>Doutorado</b>	0,0	0,0	0,0	33,3	66,7	100,0	85,7	90,0	100,0	83,3

Fonte: RAIS

**Quadro 12 – Representação dos vínculos no Estado do Rio Grande do Sul**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Mestrado</b>	75,0	77,8	86,7	73,3	77,8	73,3	84,4	72,5	75,5	69,6
<b>Doutorado</b>	0,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	84,6	100,0	100,0

Fonte: RAIS

## 5. Paraná (Curitiba) e Rio Grande do Sul (Porto Alegre) diferenças e similaridades

Com base nos dados levantados no primeiro período analisado (1995-2001) o número de estabelecimentos de Curitiba e Porto Alegre cresceram em ambas, é importante ressaltar que neste período a economia paranaense passava por um período de recuperação, assim como todo o país, mais especificadamente a partir de 1993, a economia do estado deu início a um crescimento. De maneira especial com a entrada do Plano Real, que acabou ocasionando aumentos monetários relacionados aos investimentos no estado, tanto em relação a vinda de novas empresas quanto a ampliação e modernização daquelas que já tinham instalações no Paraná (VASCONCELOS e CASTRO, 1999, p. 13).

Em 2016 a Firjan publicou um novo Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, que contempla o período do último mapeamento e estendesse até 2015, de uma forma atualização das estatísticas bem como o comportamento da Economia Criativa Brasileira frente a crise econômica enfrentada pelo país. Conforme esse

<sup>36</sup> Não foram feitos os cálculos para o primeiro período(1995-2001) pois, não há informações referentes a estes níveis.

mapeamento sob a ótica da produção percebe-se que a participação do PIB Criativo no PIB Brasileiro continuou crescendo conforme vinha nos últimos anos, conforme demonstrado no Gráfico 47 elaborado pela entidade (FIRJAN, 2016, p. 12-13).

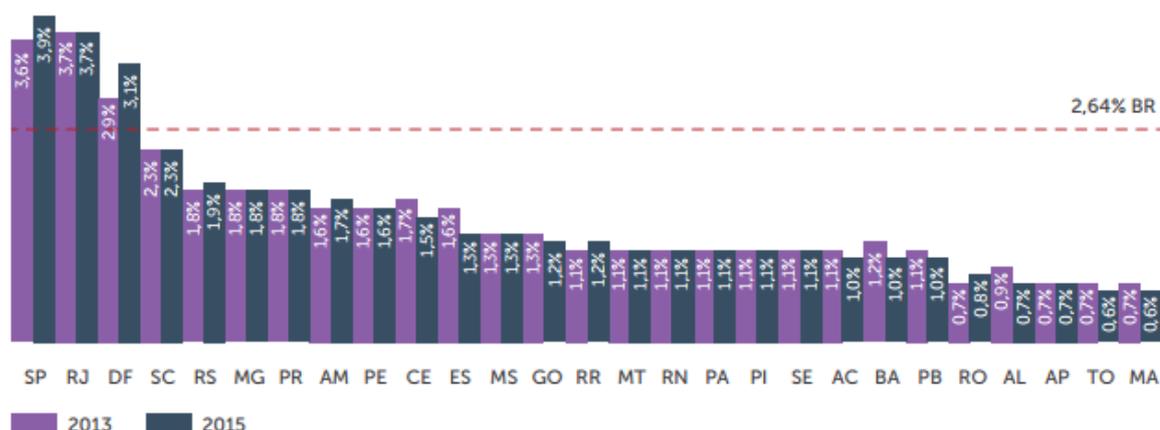
**Gráfico 47 – Participação do PIB Criativo no PIB total Brasileiro – 2004 a 2015**



Fonte: FIRJAN (2016)

Com relação a participação dos estados no PIB Nacional, no estudo realizado pela Firjan, o Rio Grande do Sul obteve um aumento de 0,1% e o Paraná manteve sua participação registrada em 2013, que foi de 1,8%, porém os dois estados permanecem abaixo da média nacional de participação que é de 2,64% (FIRJAN, 2016, p. 13).

**Gráfico 48 – Participação estimada do PIB Criativo nas UFs**



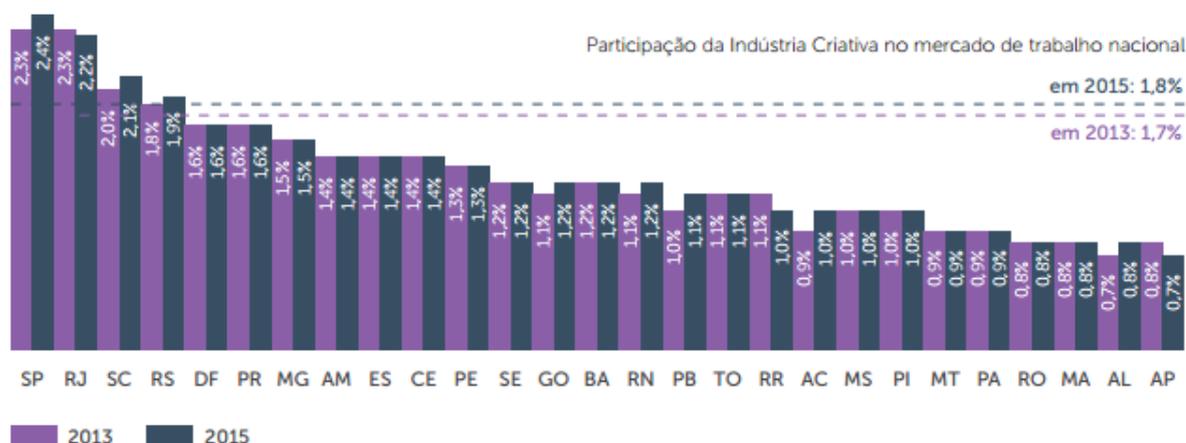
Fonte: FIRJAN (2016)

Sobre os vínculos empregatícios percebe-se que os relacionados a Economia Criativa concentram-se nas capitais, considerados grandes centros urbanos, que demandam serviços mais especializados. Eles apresentaram também um crescimento na maioria das vezes maior que o crescimento do número de empregos

formais nas demais indústrias. Fenômeno que também foi demonstrado no mapeamento realizado pela Firjan, principalmente nos dois últimos anos, quando o país engrenou em uma crise econômica, os vínculos relacionados as atividades criativas não sofreram alterações negativas. A Federação ressalta que em 2015 o Brasil fechou com 851,2 mil empregos criativos, comparados aos 850,4 mil do ano de 2013, que em um primeiro momento poderia ser feito uma leitura negativa uma vez que o crescimento em dois anos foi apenas de 0,1%, mas considerando que foram fechados 900 mil postos de trabalho no país, um crescimento por menor que seja é significativo (FIRJAN, 2016. p. 14).

Na participação dos vínculos empregatícios relacionados a economia criativa no total de vínculos do estado o Rio Grande do Sul e o Paraná encontram-se nos primeiros estados do país com maiores participações, porém os gaúchos mantiveram o crescimento e assim como em 2013 (1,8%) no ano 2015(1,9%) ficaram acima da média nacional (1,7% em 2013 e 1,8% em 2015), o Paraná manteve a participação de 1,6% (FIRJAN, 2016. p. 35).

**Gráfico 49 – Participação dos empregados criativos no total de empregados do estado – 2013 e 2015**



Fonte: FIRJAN (2016)

Crescimento também que foi identificado na presente pesquisa quando analisado a participação da capital no estado, Curitiba e Porto Alegre em ambos os períodos analisados registraram participações consideráveis, porém que com o passar dos anos vem diminuindo, o que poderia estar relacionado com o efeito de transbordamento.

Com os dados obtidos percebe-se que as indústrias criativas não são tão frágeis com as oscilações econômicas quanto as indústrias tradicionais, também é importante ressaltar a forma que as atividades criativas podem relacionar-se com as tradicionais, como por exemplo na indústria da construção civil com os serviços de design de interiores, arquitetura, etc. Sendo assim, percebe-se a importância de Políticas Públicas que fomentem a Economia Criativa de uma forma que ela possa contribuir ainda mais para o desenvolvimento das cidades. No Rio Grande do Sul e Porto Alegre as discussões e as formações de políticas estão mais avançadas quando comparado com Paraná e Curitiba.

## CONCLUSÃO

Muitas transformações ocorreram na política, na economia, na cultura e na sociedade que acabaram influenciando o comportamento da população, do mercado e do governo. Algumas mudanças são resultantes da industrialização que influenciou tanto no crescimento econômico, mas também transformou o espaço geográfico e as cidades. Nessas mudanças, aquelas atividades consideradas das indústrias tradicionais têm trazido consequências não muito positivas, como, por exemplo, o comprometimento da mobilidade urbana em decorrência ao grande fluxo de pessoas, matérias primas e produtos industrializados; a poluição resultante dos processos produtivos tradicionais. Nesse contexto, a economia tradicional, que há muitos anos é altamente dependente de recursos tangíveis (minérios, madeira, produtos agrícolas etc.), agora passa a demandar de novas alternativas, que passam pela transformação das atividades econômicas para serem menos dependentes de recursos tangíveis, a partir da intensificação da utilização de recursos intangíveis. Neste ponto justamente que se apresenta a economia criativa como uma perspectiva promissora para associar possibilidades de crescimento econômico com menores impactos ambientais.

Em uma questão mais histórica as cidades acabaram ganhando diferentes configurações. Alguns acontecimentos marcantes como as revoluções industriais fizeram com que as cidades se expandissem. A definição de cidade havia sido relacionado somente com à aglomeração de pessoas que residem próximas umas das outras e se relacionam, porém foi levantado a importância de considerar o lado econômico da cidade, onde surge a atividade industrial, que se tornou uma prática tipicamente urbana, que junto com ele traz equipamentos e as pessoas para operá-los, o que faz com que o significado da cidade seja ampliado, em vez de uma visão industrial, o comércio começa a integrar e também ser uma atividade desenvolvida na cidade, pois uma vez que grandes unidades produtivas sejam instaladas, com elas vem outras menores para complementar o processo produtivo.

No Brasil o crescimento das cidades aconteceu nos anos de 1940 e 1980, anos onde houveram grandes migrações do campo para as cidades. Essa concentração de desenvolvimento fez com que comessem a ser adotadas políticas econômicas, porém somente nestas áreas urbanas que estavam concentradas as condições de infraestrutura, como energia elétrica, transporte,

comunicações, educação, saúde, etc. neste período as cidades brasileiras eram isoladas, formando grandes centros urbanos que possuíam diferentes características, que interferiam diretamente na capacidade da cidade em inovar, aprender e produzir conhecimento.

Com a economia global em mudança, os mercados locais começaram a ser muito importantes para o desenvolvimento urbano daquelas cidades, em uma perspectiva microeconômica. Nos últimos anos o desenvolvimento urbano passou a ser visto como meio de renovação empresarial que depende do momento das atividades que definem os níveis de competitividade do local. Sendo assim o desenvolvimento local acontece quando é possível promover ações econômicas que estejam relacionados com a qualidade de vida da população local. Assim, um dos elementos potencializadores do desenvolvimento local se faz presente na capacidade de as sociedades se prepararem para internalizarem atividades capazes de gerar valor a partir da articulação dos novos recursos da Nova Economia. Dentre essas atividades, ganham destaque aquelas vinculadas à economia criativa.

O conceito de Economia Criativa vem sendo amplamente discutido nos últimos anos em diversos países, e por esse motivo ainda há algumas interpretações diferentes, principalmente quando se tratar das atividades que fazem parte do escopo desta nova área da economia, dentro dela são considerados atividades relacionadas ao patrimônio, a questão artística, mídias e criações funcionais, onde agrupam atividades como exploração de museus, artesanatos, pintura, escultura, filmes, rádio, televisão, design, publicidade, etc.

A presente pesquisa procurou identificar um modelo que permitisse agregar atividades típicas da economia criativa e que fosse passível de operacionalização com base em dados obtidos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Foram identificados diversos modelos, de diferentes organizações que buscaram abordar as atividades correspondentes a Economia Criativa. A partir disso, optou-se pelo modelo da UNCTAD, pois é uma organização que faz parte do sistema da ONU que tem como responsabilidade promover o desenvolvimento econômico e social em vários países e por ser um padrão utilizado nacional e internacionalmente.

Definido o modelo, houve a elaboração de banco de dados para tratamento das informações quantitativas RAIS. A partir do modelo da UNCTAD foram identificados os códigos CNAES, que correspondem as atividades vinculadas à economia criativa e que constituem o escopo daquele modelo. Para isso, foi

necessário realizar uma adequação em dois períodos visto que a partir de 2002 os códigos sofreram um desdobramento, trazendo a transformação de algumas atividades. Foram levantados os dados referentes aos números de estabelecimentos, vínculos empregatícios e o nível de escolaridade relacionados as atividades criativas. É importante ressaltar que somente foram levantadas as informações referentes as atividades diretamente ligadas a economia criativa, atividades secundárias e terciárias não foram consideradas devido ao grande número de informações.

A adoção de um único modelo faz com que haja uma padronização nos dados para análise, bem como o levantamento dos CNAEs referentes as atividades diretamente ligadas a Economia Criativa que tornou o estudo mais específico, pois uma vez que são considerados as atividades chamadas secundárias e terciárias a identificação de um modelo e a quantidade dados dificultariam a análise nas perspectivas adotadas pelo estudo.

A partir do desenvolvimento dessa metodologia foi possível avaliar os impactos na economia urbana das atividades resultantes da transformação das bases de desenvolvimento tradicionais para as pautadas na economia criativa. Com o estímulo de enfrentar a falta de recursos, crises econômicas, de uma maneira sustentável, acompanhado das consequências da globalização, fez com que fossem adotadas formas de identificar outras atividades que fossem de certa maneira estratégicas, onde houvesse a ligação da economia do conhecimento de forma mais eficiente, o que faz as atividades criativas entrarem como um ponto importante neste desenvolvimento. Conforme identificado na revisão teórica, a economia formada por profissionais criativos traz oportunidades de crescimento e colabora com um lado específico da nova economia urbana: seu aspecto inovador que pode configurar um espírito de fronteira. Apesar de algumas cidades já possuírem autonomia local com a inclusão social e a distribuição de renda, há alguns problemas que ainda persistem, porém é perceptível a preocupação em dar condições que melhorem a eficiência local, fortalecendo a identidade local.

Com a análise dos dados levantados pode-se perceber que as maiores variações ocorrem em anos de crise econômica, o que aponta que as atividades relacionadas a Economia Criativa possuem uma maior resistência diante das oscilações da economia. O Paraná e o Rio Grande do Sul possuem grandes similaridades, principalmente com relação ao tamanho da Economia Criativa, o

estado gaúcho possui um número um pouco maior de estabelecimentos e de vínculos, mas com relação as capitais estes números se aproximam ainda mais. Com a criação de políticas públicas nestas cidades, principalmente de fomento a estas atividades pode proporcionar um maior desenvolvimento local.

Ao avaliar diferença e similaridades nas políticas públicas de fomento à economia criativa nas cidades de Porto Alegre e Curitiba percebe-se que, apesar de a discussão em ambas ter iniciado em 2011, a capital gaúcha realizou um estudo para identificar quais os setores e o panorama do estado de uma forma geral, para a partir daí elaborar políticas públicas relacionadas a economia criativa, onde na gestão do governo 2011-2014, por exemplo, foi estabelecida uma Política Industrial no Estado que tinha prioridade para 23 ações em setores que eram considerados estratégicos. No Paraná a responsabilidade ficou para a Secretaria de Estado da Cultura (SEEC) que diferente do Rio Grande do Sul, começou promovendo eventos em parcerias com outros órgãos. Em Curitiba a discussão começou pensando em utilizar a economia criativa como política pública de desenvolvimento local, estas ações estavam previstas no plano de governo 2013-2016.

Portanto, com a presente pesquisa, foi possível concluir que as atividades criativas, considerando as políticas públicas para o desenvolvimento das respectivas economias locais, têm evoluído nas cidades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul) e Curitiba (Paraná) em sentido crescente, pois com base nos dados levantados é possível perceber que as atividades criativas vêm crescendo de forma considerável, porém ainda estão concentradas em sua grande maioria nas capitais (Curitiba e Porto Alegre). Nesse contexto percebe-se que a capitais analisadas são grandes centrais de negócios, cidades que concentram indústrias, porém não possuem grandes espaços tomados por polos industriais, uma vez que as atividades relacionadas a economia criativa não necessitam de tais recursos.

## **LIMITAÇÕES DA PESQUISA**

Um ponto considerável como limitador da pesquisa foi a dificuldade encontrar literaturas sobre Economia Urbana, pois há diversas datas e atores envolvidos que abordam o tema de formas diferentes. Outra dificuldade é encontrar dados sistematizados que possam auxiliar a compreender as o tamanho real da

economia criativa nos estados e no país. Também pode ser considerado como limitador a ausência de dados em alguns períodos de tempo.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Francisco Llorens. Desenvolvimento Econômico Local. 1.Ed. Rio de Janeiro: BNDES, 2001.

ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lucia. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. Ci. Inf., Brasília , v. 33, n. 3, p. 9-16, 2004.

BANKS, Mark. Creative Cities, Counter-Finance And The Aesthetics Of Exchange: Copenhagen's Artmoney Project. *Cities*, V.33, N.0, 8//. P.36-42. 2013.

BELLOWS, Keith. Cities Are The Key: Increasingly, Our World Turns On 40 Mega-Regions Populated By Creative People. *National Geographic Traveler*, 2011 May-June.

BOTELHO, Isaura. *Criatividade em Pauta: Alguns Elementos Para Reflexão*. In: *Plano Da Secretaria Da Secretaria Da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes E Ações, 2011 - 2014*. Ministério Da Cultura, (Org.). Brasília: Ministério Da Cultura, 2011. P. 86-92.

BUARQUE, Sérgio C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Brasília: IICA, 1999.

BRASIL. *Plano Da Secretaria Da Secretaria Da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes E Ações, 2011 - 2014*. Brasília: Ministério Da Cultura, P. 154. 2011.

CAIADO, Aurilio Sérgio Costa. *Economia Criativa: Economia Criativa Na Cidade De São Paulo - Diagnóstico E Potencialidade*. São Paulo: Fundap, 2011. 160 P.

CANELA, Guilherme (org). Políticas públicas e os desafios para o jornalismo. 1. ed. Brasília e São Paulo: co-edição ANDI - Agência de Notícias de Direitos da Infância e Cortez Editora, 2008. 344 p.

CIEDES - Centro De Investigaciones Estratégicas Y De Desarrollo Económico Y Social De Málaga. *Cultura Y Desarrollo: Impacto Socioeconómico De Málaga 2016*. Málaga: 2010.70 P.

COUTINHO, Luciano. *Economia Criativa Para O Desenvolvimento*. In: *Plano Da Secretaria Da Secretaria Da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes E Ações, 2011 - 2014*. Ministério Da Cultura, (Org.). Brasília: Ministério Da Cultura, 2011. P. 154.

CURITIBA. *Plano de Governo 2013-2016*. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2013a.

CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DUQUE, Vanessa G. Localización espacial de la actividad económica en Medellín, 2005-2010. Un enfoque de economía urbana. *Ens. polit. econ.*, Bogotá , v. 31, n. spe70, p. 215-266, 2013.

FELDMAN, Sarah; FERNANDES, Ana (ORG.). *O urbano e o regional no Brasil contemporâneo: mutações, tensões, desafios*. Bahia, 1ª ed. EDUFBA, 2007.

FERREIRA, Ana Maria. Turismo, Cultura e Regeneração Urbana: o renascimento das pequenas e médias cidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, n. 20, 2013.

FIRJAN - Federação Das Indústrias Do Estado Do Rio De Janeiro. *A Cadeia Da Indústria Criativa No Brasil*. Rio De Janeiro: Firjan, 2008.32 P.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Firjan, 2016.

FREDER, Schirlei Mari. *Economia criativa: estruturação de políticas públicas de multiníveis para as cidades de Curitiba e Porto Alegre*. Dissertação (mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2015.

GIAMBIAGI, Fábio, VILLELA, André, CASTRO, Lavinia Barros de, HERMANN, Jennifer. *Economia brasileira contemporânea 1945-2010*. 2 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2011.

HEIDEMANN, Francisco G. Do sonho do progresso às políticas de desenvolvimento. In: HEIDEMANN, Francisco G.; SALM, José Francisco (Org.). *Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.

HOWKINS, Jonh. *Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro Com Ideias Criativas*. São Paulo: M. Books, 2013. 272 P.

KIM, Linsu, NELSON, Richard R. Tecnologia, aprendizado e inovação: A experiência das economias de industrialização recente. 8 ed. São Paulo, UNICAMP. 2005.

LANDRY, Charles. *The Creative City: A Toolkit For Urban Innovators*. London: Earthscan, 2000.

LEITÃO, Cláudia. *Criatividade E Diversidade Cultural Brasileira Como Recursos Para Um Novo Desenvolvimento*. In: *Plano Da Secretaria Da Secretaria Da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes E Ações, 2011 - 2014*. Ministério Da Cultura, (Org.). Brasília: Ministério Da Cultura, 2011. P. 12-16.

LEITÃO, Claudia. In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*. 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura. 2011.

MANKIW, Gregory. *Introdução À Economia*. 6 Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

MACHADO, Ana Flavia; SANTOS, Fabiana Borges T. *Vetor Noroeste Da Região Metropolitana De Belo Horizonte: A Economia Criativa Como Alternativa Para O Desenvolvimento Local*. Brasília: Ministério Da Cultura, P. 42. 2012.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. *Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa Brasileira*. Fundação Alexandre de Gusmão. Brasília, 2014.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAZZOTTI, Alda Judith Alves; GEWANDSZNAJDER, Fernando. *O método nas ciências naturais e sociais: pesquisas quantitativas e qualitativas*. São Paulo: Editora Pioneira, 2 ed., 1999.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. *Economia Criativa: Análise Setorial*. *Revista Latino Americana De Estudos Em Cultura*, V.2, N.2. P.38-73. 2012.

MEINERS, Wilhen E. M. A., BITTENCOURT, Jackson T., RESZKO Marcio S. *Desenvolvimento Local e Gestão Pública*. 1.ed. Curitiba: Ceolin & Lima Serviços LTDA: 2009.

MENDEZ, Ricardo et al . *Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales*. **EURE (Santiago)**, Santiago , v. 38, n. 113, p. 5-32, 2012.

MIGUEZ, Paulo. *Economia Criativa: Uma Discussão Preliminar*. In: *Teorias & Políticas Da Cultura: Visões Multidisciplinares*. Gisele Marchiori Nussbaumer, (Org.). Salvador: Edufba, 2007.

NADALIN, Vanessa G. *Economia Urbana e Mercados de habitação*. In: CRUZ, Bruno de Oliveira, FURTADO, Bernardo Alves, MONASTERIO, Leonardo, RODRIGUES, Waldery Júnior (Org.). *Economia regional e urbana: teorias métodos com ênfase no Brasil*. IPEA. Brasília, 2011.

NIGRI, Hélio. *Indústrias Criativas De Base Tecnológica: Estudo Para O Desenvolvimento De Um Cluster De Inovação No Brasil*. 2009. 130 P. (Tese). Orientador: Paulo Roberto Dalcol E Antonio José Junqueira Botelho. Programa De Pós-Graduação Em Engenharia De Produção Do Departamento De Engenharia Industrial, Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro, Rio De Janeiro.

OLIVEIRA, Dennison de. *Urbanização e industrialização no Paraná*. Ed. Da UFPR. Curitiba, 2001.

PINHO, Diva Benevides. *Aspectos da evolução da ciência econômica: do início do século XXI às raízes do pensamento econômico*. In: PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JUNIOR, Rudinei (Org.). *Manual de Economia*. São Paulo: Saraiva, 2011.

PROCOPIUCK, Mario; FREDER, Schirlei Mari. Políticas Públicas De Fomento À Economia Criativa: Curitiba E Contexto Nacional E Internacional. *Revista Brasileira De Planejamento E Desenvolvimento*, V.2, N.2. P.15-29. 2013.

PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 17, n. 2, abr./jun. 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca, (Org). *Creative Economy: As Development Strategy: A View Of Developing Countries*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 258 P.

SANTOS, Milton. *O espaço geográfico como categoria filosófica*. In: Terra Livre nº5. AGB. São Paulo, 1988.

SANTOS, Milton. *A urbanização brasileira*. São Paulo, 5ª ed, 1ª reimpressão. Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SASSEN, Saskia. *Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos*. EURE (Santiago), Santiago, v. 24, n. 71, p. 5-25, 1998.

SASSEN., Saskia. "As diferentes especializações das cidades globais". *Urban Age*, 2008.

SILVA, Edna Lúcia; MENEZES, Estera Muszkat. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. Florianópolis, UFSC, 2005.

SINGER, Paul. *Economia política da urbanização*. São Paulo. Editora Contexto. 1998

SCOTT, Allen J. ¿Capitalismo Y Urbanización En Una Nueva Clave? La Dimensión Cognitivo-Cultural. *Tabula Rasa*. P.195-217. 2007.

SOUZA, Celia Ferraz de. *Porto Alegre e sua evolução urbana*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1997.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006.

SOUZA, Nali De Jesus De. *Economia Básica*. São Paulo: Atlas, 2009. 280 P.

TAVARES, Maria da Conceição. *Da substituição de importações ao capitalismo financeiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

THISSE, Jacques-François. In: CRUZ, Bruno de Oliveira, FURTADO, Bernardo Alves, MONASTERIO, Leonardo, RODRIGUES, Waldery Júnior (Org.). *Economia regional e urbana: teorias métodos com ênfase no Brasil*. IPEA. Brasília, 2011.

UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. *Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva: United Nations, 2010a.392 P.

VALIATI, L; e WINK JUNIOR, M. V.. *Indústria Criativa do Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas*. Porto Alegre: 2013.

VASCONCELOS, José Romeu de; e CASTRO, Demian. *Paraná: economia, finanças públicas e investimentos nos anos 90*. IPEA. Brasília, 1999.

YIN, Robert K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 3. d. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## APÊNDICE

**Quadro 13 - Estabelecimentos no Estado do Paraná 1995-2001**

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de Museus e de Conservação do Patrimônio Histórico	4	3	2	2	3	4	4
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	1	1	0	0	2	2	3
Fabricação de Instrumentos Musicais	4	6	5	6	5	6	8
Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias	44	54	54	67	71	85	82
Outras Atividades de Espetáculos, não Especificadas Anteriormente	98	94	90	74	83	68	72
Edição de Livros, Revistas e Jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo	25	35	38	39	50	50	45
Distribuição de Filmes e de Vídeos	141	156	154	131	121	105	87
Projeção de Filmes e de Vídeos	33	33	36	30	29	40	43
Atividades de Rádio	210	232	227	236	231	244	251
Atividades de Televisão	33	37	44	43	50	55	57
Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado	374	440	443	482	505	554	577
Publicidade	265	287	309	318	322	335	318
Atividades Fotográficas	218	265	307	294	300	259	258
<b>Total</b>	<b>1.450</b>	<b>1.643</b>	<b>1.709</b>	<b>1.722</b>	<b>1.772</b>	<b>1.807</b>	<b>1.805</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 14 - Estabelecimento no Estado do Paraná 2002-2015**

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares	0	0	0	0	6	5	6	7	7	6	6	6	9	6
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	0	0	0	0	12	12	13	12	10	9	8	10	10	9
Fabricação de Instrumentos Musicais	0	0	0	0	6	8	8	13	15	20	17	21	21	19
Artes Cênicas, Espetáculos e Atividades Complementares	0	0	0	0	103	105	110	120	146	182	196	221	238	240
Criação Artística	0	0	0	0	3	6	6	5	6	9	7	8	9	8
Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas	0	0	0	0	5	6	8	9	5	3	5	4	7	4
Edição de Livros	0	0	0	0	55	58	62	64	71	83	80	93	84	80
Edição de Jornais	0	0	0	0	20	28	44	46	56	50	57	67	64	71
Edição de Revistas	0	0	0	0	6	12	15	29	41	55	61	62	70	70

Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	25	28	48	63	74	94	100	107	111	110
Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	24	19	27	24	25	28	30	24	28	24
Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão	0	0	0	0	42	33	24	21	19	15	11	9	4	2
Atividades de Exibição Cinematográfica	0	0	0	0	52	43	41	43	36	38	41	44	44	43
Atividades de Gravação de Som e de Edição de Música	0	0	0	0	66	64	55	58	60	51	56	59	57	53
Atividades de Rádio	0	0	0	0	236	241	261	266	280	288	289	300	307	308
Atividades de Televisão Aberta	0	0	0	0	42	40	40	50	53	58	61	57	58	57
Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura	0	0	0	0	14	19	17	22	17	13	13	12	12	13
Serviços de Arquitetura	0	0	0	0	124	123	133	144	151	161	175	174	174	197
Agências de Publicidade	0	0	0	0	189	199	216	217	242	230	225	223	201	209
Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente	0	0	0	0	97	95	120	174	229	290	347	392	480	538
Design e Decoração de Interiores	0	0	0	0	27	24	21	35	40	50	55	69	80	87
Atividades Fotográficas e Similares	0	0	0	0	235	248	259	273	324	359	363	377	393	381
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.389</b>	<b>1.416</b>	<b>1.534</b>	<b>1.695</b>	<b>1.907</b>	<b>2.092</b>	<b>2.203</b>	<b>2.339</b>	<b>2.461</b>	<b>2.529</b>

Fonte: RAIS.

#### Quadro 15 - Estabelecimentos em Curitiba 1995-2001

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de Museus e de Conservação do Patrimônio Histórico	4	3	2	1	2	1	1
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	0	0	0	0	2	2	3
Fabricação de Instrumentos Musicais	1	1	1	1	1	2	2
Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias	16	22	18	23	29	31	29
Outras Atividades de Espetáculos, não Especificadas Anteriormente	38	35	31	24	30	22	26
Edição de Livros, Revistas e Jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo	12	17	26	25	30	27	26
Distribuição de Filmes e de Vídeos	43	49	49	36	36	31	31
Projeção de Filmes e de Vídeos	10	10	10	5	7	18	19
Atividades de Rádio	22	22	25	25	26	26	29

Atividades de Televisão	8	13	11	9	10	11	12
Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado	191	235	238	254	290	292	287
Publicidade	160	179	184	174	175	168	159
Atividades Fotográficas	58	96	99	94	91	82	82
<b>Total</b>	<b>563</b>	<b>682</b>	<b>694</b>	<b>671</b>	<b>729</b>	<b>713</b>	<b>706</b>

Fonte: RAIS.

#### Quadro 16 - Estabelecimento em Curitiba 2002-2015

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares	0	0	0	0	3	3	3	4	3	3	4	4	5	3
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	0	0	0	0	7	8	8	7	6	6	4	6	6	6
Fabricação de Instrumentos Musicais	0	0	0	0	2	2	2	3	4	4	2	3	4	4
Artes Cênicas, Espetáculos e Atividades Complementares	0	0	0	0	41	44	43	50	48	57	68	76	78	79
Criação Artística	0	0	0	0	2	4	3	5	4	4	3	4	4	5
Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas	0	0	0	0	3	3	4	4	1	0	0	0	0	0
Edição de Livros	0	0	0	0	27	30	26	34	40	49	47	52	50	45
Edição de Jornais	0	0	0	0	5	6	8	9	14	12	11	10	12	15
Edição de Revistas	0	0	0	0	3	6	8	17	24	32	32	30	35	36
Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	10	12	24	32	40	45	44	48	48	47
Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	12	12	17	13	13	12	13	11	12	11
Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão	0	0	0	0	8	7	6	6	5	5	3	2	2	1
Atividades de Exibição Cinematográfica	0	0	0	0	22	20	21	25	18	17	18	17	18	18
Atividades de Gravação de Som e de Edição de Música	0	0	0	0	14	17	18	13	14	13	14	13	13	14
Atividades de Rádio	0	0	0	0	27	27	31	31	30	28	31	33	34	33
Atividades de Televisão Aberta	0	0	0	0	7	6	7	7	7	7	10	9	9	8
Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura	0	0	0	0	3	4	2	5	3	4	5	3	2	3
Serviços de Arquitetura	0	0	0	0	59	60	70	70	77	65	68	68	65	71
Agências de Publicidade	0	0	0	0	88	98	98	102	106	103	98	99	86	83
Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente	0	0	0	0	54	48	54	81	93	118	142	151	162	167
Design e Decoração de Interiores	0	0	0	0	11	10	9	17	20	27	33	41	48	57
Atividades Fotográficas e Similares	0	0	0	0	75	77	81	87	95	94	89	89	89	79
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>483</b>	<b>504</b>	<b>543</b>	<b>622</b>	<b>665</b>	<b>705</b>	<b>739</b>	<b>769</b>	<b>782</b>	<b>785</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 17 - Estabelecimentos no Estado do Rio Grande do Sul 1995-2001**

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de Museus e de Conservação do Patrimônio Histórico	5	4	6	7	7	5	5
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	4	4	4	4	5	6	4
Fabricação de Instrumentos Musicais	5	6	6	6	7	8	7
Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias	40	56	58	68	81	82	81
Outras Atividades de Espetáculos, não Especificadas Anteriormente	262	166	157	147	123	125	122
Edição de Livros, Revistas e Jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo	28	32	38	40	39	48	54
Distribuição de Filmes e de Vídeos	213	217	214	179	155	130	94
Projeção de Filmes e de Vídeos	59	65	62	63	69	70	67
Atividades de Rádio	280	269	268	263	278	286	284
Atividades de Televisão	25	29	30	30	32	47	51
Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado	436	532	536	553	590	625	666
Publicidade	340	354	351	369	359	367	400
Atividades Fotográficas	242	267	294	315	318	316	310
<b>Total</b>	<b>1.939</b>	<b>2.001</b>	<b>2.024</b>	<b>2.044</b>	<b>2.063</b>	<b>2.115</b>	<b>2.145</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 18 - Estabelecimentos no Estado do Rio Grande do Sul 2002-2015**

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares	0	0	0	0	7	7	8	7	14	13	13	16	18	20
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	0	0	0	0	4	5	3	5	8	7	6	6	5	6
Fabricação de Instrumentos Musicais	0	0	0	0	10	11	13	14	14	13	12	11	12	12
Artes Cênicas, Espetáculos e Atividades Complementares	0	0	0	0	115	119	141	159	184	221	243	249	263	273
Criação Artística	0	0	0	0	5	3	3	5	6	5	6	9	6	8
Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas	0	0	0	0	4	6	7	7	7	6	2	9	9	12
Edição de Livros	0	0	0	0	42	49	58	64	72	72	69	74	70	73
Edição de Jornais	0	0	0	0	48	54	66	76	80	93	111	113	112	98
Edição de Revistas	0	0	0	0	9	12	12	22	25	32	40	47	53	60
Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	43	51	48	71	89	101	100	107	120	116
Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de	0	0	0	0	10	7	11	11	9	11	17	18	26	22

Programas de Televisão															
Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão	0	0	0	0	53	49	33	30	25	17	16	10	9	6	
Atividades de Exibição Cinematográfica	0	0	0	0	71	59	54	61	53	45	49	58	56	51	
Atividades de Gravação de Som e de Edição de Música	0	0	0	0	33	43	45	48	56	56	61	50	60	61	
Atividades de Rádio	0	0	0	0	297	305	308	317	335	336	344	347	353	359	
Atividades de Televisão Aberta	0	0	0	0	30	30	36	31	32	33	31	31	33	34	
Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura	0	0	0	0	4	3	4	4	5	7	6	5	4	6	
Serviços de Arquitetura	0	0	0	0	181	187	206	228	212	260	291	296	301	322	
Agências de Publicidade	0	0	0	0	224	234	249	271	270	286	284	276	264	260	
Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente	0	0	0	0	85	82	118	141	181	231	272	336	395	413	
Design e Decoração de Interiores	0	0	0	0	30	36	38	35	38	54	55	60	66	54	
Atividades Fotográficas e Similares	0	0	0	0	320	326	336	366	415	474	510	539	562	551	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.625</b>	<b>1.678</b>	<b>1.797</b>	<b>1.973</b>	<b>2.130</b>	<b>2.373</b>	<b>2.538</b>	<b>2.667</b>	<b>2.797</b>	<b>2.817</b>	

Fonte: RAIS

**Quadro 19 - Estabelecimentos em Porto Alegre 1995-2001**

<b>CNAE</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
Atividades de Museus e de Conservação do Patrimônio Histórico	0	0	1	1	1	0	1
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	1	1	1	1	2	3	2
Fabricação de Instrumentos Musicais	1	1	2	1	1	2	1
Atividades de Teatro, Música e Outras Atividades Artísticas e Literárias	20	20	25	23	34	32	35
Outras Atividades de Espetáculos, não Especificadas Anteriormente	132	43	51	51	33	37	34
Edição de Livros, Revistas e Jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de Filmes Cinematográficos e Fitas de Vídeo	16	20	28	29	27	29	33
Distribuição de Filmes e de Vídeos	58	52	49	34	30	30	23
Projeção de Filmes e de Vídeos	27	32	31	32	35	33	30
Atividades de Rádio	28	29	29	29	30	30	31
Atividades de Televisão	9	10	11	10	11	13	16
Serviços de Arquitetura e Engenharia e de Assessoramento Técnico Especializado	185	210	221	243	247	255	271
Publicidade	177	182	179	184	183	185	201
Atividades Fotográficas	53	63	78	74	63	68	71
<b>Total</b>	<b>707</b>	<b>663</b>	<b>706</b>	<b>712</b>	<b>697</b>	<b>717</b>	<b>749</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 20 - Estabelecimentos em Porto Alegre 2002-2015**

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares	0	0	0	0	2	2	2	2	3	4	5	4	4	5
Atividades de Bibliotecas e Arquivos	0	0	0	0	2	3	1	2	3	3	4	4	3	4
Fabricação de Instrumentos Musicais	0	0	0	0	3	3	3	5	4	2	2	2	2	2
Artes Cênicas, Espetáculos e Atividades Complementares	0	0	0	0	53	47	48	46	61	68	76	75	83	81
Criação Artística	0	0	0	0	3	2	2	3	4	3	4	5	3	4
Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas	0	0	0	0	2	2	0	1	1	2	2	4	3	4
Edição de Livros	0	0	0	0	20	23	26	31	40	39	40	42	41	47
Edição de Jornais	0	0	0	0	5	6	9	9	9	10	11	11	8	6
Edição de Revistas	0	0	0	0	2	3	4	6	6	4	7	9	10	13
Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	25	30	26	38	45	52	43	51	62	61
Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão	0	0	0	0	3	2	4	3	3	5	6	8	12	12
Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão	0	0	0	0	15	13	9	7	5	2	3	1	0	0
Atividades de Exibição Cinematográfica	0	0	0	0	30	29	27	25	24	18	21	20	19	20
Atividades de Gravação de Som e de Edição de Música	0	0	0	0	10	16	15	18	22	20	22	19	18	20
Atividades de Rádio	0	0	0	0	27	25	27	27	28	25	23	23	23	22
Atividades de Televisão Aberta	0	0	0	0	11	11	15	13	12	12	11	11	13	13
Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura	0	0	0	0	0	0	1	0	2	4	3	2	1	3
Serviços de Arquitetura	0	0	0	0	79	74	74	87	83	99	93	98	100	109
Agências de Publicidade	0	0	0	0	98	104	120	123	124	136	132	124	114	109
Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente	0	0	0	0	44	41	49	56	66	88	89	115	130	117
Design e Decoração de Interiores	0	0	0	0	10	12	15	14	12	25	19	20	23	18
Atividades Fotográficas e Similares	0	0	0	0	75	75	74	82	96	93	102	107	95	87
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>519</b>	<b>523</b>	<b>551</b>	<b>598</b>	<b>653</b>	<b>714</b>	<b>718</b>	<b>755</b>	<b>767</b>	<b>757</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 21 - Vínculos no Estado do Paraná 1995-2001**

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico	5	4	1	4	7	5	7
Atividades de bibliotecas e arquivos	9	4	0	0	15	15	18
Fabricação de instrumentos musicais	28	44	44	56	71	90	78
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	91	123	154	206	457	462	495

Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente	431	287	328	276	353	288	305
Edição de livros, revistas e jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo	120	133	181	163	217	254	189
Distribuição de filmes e de vídeos	298	224	233	222	200	182	165
Projeção de filmes e de vídeos	182	188	140	160	194	213	267
Atividades de rádio	2.304	2.545	2.666	2.725	2.632	2.683	2.687
Atividades de televisão	2.013	2.827	2.694	2.541	2.384	2.634	2.251
Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	2.088	2.902	3.074	3.017	3.107	2.956	3.438
Publicidade	1.256	1.448	1.579	1.560	1.608	2.058	1.738
Atividades fotográficas	806	1.142	1.319	1.282	1.292	981	1.030
<b>Total</b>	<b>9.631</b>	<b>11.871</b>	<b>12.413</b>	<b>12.212</b>	<b>12.537</b>	<b>12.821</b>	<b>12.668</b>

Fonte: RAIS

#### Quadro 22 - Vínculos no estado do Paraná 2002-2015

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	0	0	0	0	13	10	8	13	160	55	62	68	79	81
Atividades de bibliotecas e arquivos	0	0	0	0	324	525	692	794	807	638	142	516	474	438
Fabricação de instrumentos musicais	0	0	0	0	47	74	74	101	146	146	136	131	116	83
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	0	0	0	0	705	616	680	753	726	865	888	1.026	932	1.045
Criação artística	0	0	0	0	12	11	7	6	8	12	13	14	20	23
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	0	0	0	0	122	135	129	135	13	17	21	17	16	13
Edição de livros	0	0	0	0	626	738	784	877	1.154	1.219	1.252	1.480	1.174	1.100
Edição de jornais	0	0	0	0	105	112	189	221	220	206	289	298	285	541
Edição de revistas	0	0	0	0	44	54	74	98	137	274	280	280	492	477
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	86	86	140	267	290	369	390	451	462	419
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	111	63	106	112	132	176	167	101	57	64
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	0	0	0	0	109	68	46	36	34	20	17	10	6	2
Atividades de exibição cinematográfica	0	0	0	0	406	379	401	471	535	562	601	658	677	610
Atividades de gravação de som e de edição de música	0	0	0	0	445	412	276	333	330	278	304	283	263	230
Atividades de rádio	0	0	0	0	2.534	2.652	2.778	2.715	2.828	2.988	2.863	2.916	2.874	2.946
Atividades de televisão aberta	0	0	0	0	1.287	1.330	1.467	1.724	1.857	2.244	2.497	2.523	2.538	2.566
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	0	0	0	0	98	184	126	106	135	275	211	182	116	117
Serviços de arquitetura	0	0	0	0	202	281	341	298	308	322	356	379	330	364
Agências de publicidade	0	0	0	0	4.386	5.615	1.722	1.123	1.281	1.145	1.208	1.178	1.076	1.143
Atividades de publicidade não	0	0	0	0	433	426	1.184	1.418	2.279	3.088	3.385	2.064	2.289	2.747

especificadas anteriormente															
Design e decoração de interiores	0	0	0	0	73	53	59	99	172	177	193	226	223	247	
Atividades fotográficas e similares	0	0	0	0	961	987	1.061	1.275	1.386	1.368	1.328	1.277	1.257	1.082	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13.129</b>	<b>14.811</b>	<b>12.344</b>	<b>12.975</b>	<b>14.938</b>	<b>16.444</b>	<b>16.603</b>	<b>16.078</b>	<b>15.756</b>	<b>16.338</b>	

Fonte: RAIS

#### Quadro 23 - Vínculos em Curitiba 1995-2001

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico	5	4	1	2	5	3	3
Atividades de bibliotecas e arquivos	0	0	0	0	15	15	18
Fabricação de instrumentos musicais	4	6	6	6	4	4	2
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	37	30	24	30	325	326	322
Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente	196	100	82	100	127	99	111
Edição de livros, revistas e jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo	79	87	150	115	132	159	134
Distribuição de filmes e de vídeos	78	67	82	73	70	66	83
Projeção de filmes e de vídeos	107	119	84	72	106	107	112
Atividades de rádio	433	452	551	461	474	436	478
Atividades de televisão	1.038	1.591	1.410	1.175	1.115	1.387	1.136
Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	1.547	1.961	2.479	2.302	2.508	1.897	2.265
Publicidade	855	1.026	1.140	1.129	1.114	1.179	1.056
Atividades fotográficas	141	514	519	500	474	344	352
<b>Total</b>	<b>4.520</b>	<b>5.957</b>	<b>6.528</b>	<b>5.965</b>	<b>6.469</b>	<b>6.022</b>	<b>6.072</b>

Fonte: RAIS

#### Quadro 24 - Vínculos em Curitiba 2002-2015

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	0	0	0	0	5	4	3	9	12	52	60	62	71	73
Atividades de bibliotecas e arquivos	0	0	0	0	296	497	660	760	785	625	120	495	447	410
Fabricação de instrumentos musicais	0	0	0	0	5	4	4	7	9	10	3	7	6	4
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	0	0	0	0	447	387	404	437	394	452	454	492	410	491
Criação artística	0	0	0	0	11	10	6	6	4	4	4	9	10	16
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	0	0	0	0	121	127	120	123	6	0	0	0	0	0
Edição de livros	0	0	0	0	279	361	666	767	1.035	1.111	1.139	1.288	1.085	1.008
Edição de jornais	0	0	0	0	18	11	40	37	47	59	47	26	22	51
Edição de revistas	0	0	0	0	27	28	45	76	104	218	218	198	408	418
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	27	35	81	191	185	252	232	266	284	254

Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	73	48	84	72	93	130	95	51	34	41
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	0	0	0	0	21	16	11	11	15	6	3	2	1	1
Atividades de exibição cinematográfica	0	0	0	0	259	239	273	303	332	330	335	346	402	309
Atividades de gravação de som e de edição de música	0	0	0	0	59	118	47	44	47	24	24	34	37	28
Atividades de rádio	0	0	0	0	511	549	571	586	588	623	549	558	552	615
Atividades de televisão aberta	0	0	0	0	621	588	663	651	711	1.007	1.143	1.142	1.151	1.179
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	0	0	0	0	15	68	25	54	41	136	131	96	16	18
Serviços de arquitetura	0	0	0	0	96	86	114	130	184	145	158	181	146	116
Agências de publicidade	0	0	0	0	574	650	755	814	941	791	853	837	771	803
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	0	0	0	0	212	158	701	746	979	1.216	1.243	864	980	1.142
Design e decoração de interiores	0	0	0	0	21	12	36	60	94	110	123	140	145	163
Atividades fotográficas e similares	0	0	0	0	335	353	394	513	505	500	424	405	375	307
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4.033</b>	<b>4.349</b>	<b>5.703</b>	<b>6.397</b>	<b>7.111</b>	<b>7.801</b>	<b>7.358</b>	<b>7.499</b>	<b>7.353</b>	<b>7.447</b>

Fonte: RAIS

#### Quadro 25 - Vínculos no Estado do Rio Grande do Sul 1995-2001

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico	18	23	27	33	25	17	18
Atividades de bibliotecas e arquivos	14	14	17	16	14	24	13
Fabricação de instrumentos musicais	29	26	18	22	29	43	44
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	245	260	293	340	361	240	381
Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente	1.598	988	1.265	1.276	1.156	619	643
Edição de livros, revistas e jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo	102	195	191	183	200	204	252
Distribuição de filmes e de vídeos	321	282	297	264	203	183	135
Projeção de filmes e de vídeos	339	310	293	385	476	499	514
Atividades de rádio	4.001	4.190	3.895	3.799	4.006	4.137	4.325
Atividades de televisão	1.536	1.571	1.602	1.469	1.485	2.159	2.010
Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	1.842	2.410	3.252	4.022	3.749	3.730	3.697
Publicidade	1.774	1.690	1.842	1.797	2.067	2.095	2.061
Atividades fotográficas	720	895	1.012	1.003	947	956	1.018
<b>Total</b>	<b>12.539</b>	<b>12.854</b>	<b>14.004</b>	<b>14.609</b>	<b>14.718</b>	<b>14.906</b>	<b>15.111</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 26 - Vínculos no Estado do Rio Grande do Sul 2002-2015**

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	0	0	0	0	32	26	32	33	38	43	47	62	49	45
Atividades de bibliotecas e arquivos	0	0	0	0	14	37	10	15	62	123	78	108	124	118
Fabricação de instrumentos musicais	0	0	0	0	87	72	67	95	70	85	62	85	83	80
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	0	0	0	0	301	419	552	637	762	824	789	824	872	907
Criação artística	0	0	0	0	5	4	4	7	7	18	18	24	16	25
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	0	0	0	0	20	19	24	12	7	25	8	23	29	29
Edição de livros	0	0	0	0	162	222	284	385	475	448	449	436	428	554
Edição de jornais	0	0	0	0	2.031	1.873	1.708	1.668	1.679	1.526	1.514	1.387	1.350	1.051
Edição de revistas	0	0	0	0	19	47	48	91	91	100	109	115	137	219
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	297	403	405	465	551	634	388	450	478	388
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	36	22	20	21	28	32	117	104	70	59
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	0	0	0	0	83	53	39	38	38	23	24	15	14	6
Atividades de exibição cinematográfica	0	0	0	0	496	390	425	425	493	524	611	676	689	687
Atividades de gravação de som e de edição de música	0	0	0	0	241	252	213	227	248	224	239	225	250	222
Atividades de rádio	0	0	0	0	4.554	4.725	4.875	5.005	5.170	5.235	5.212	5.200	5.476	5.459
Atividades de televisão aberta	0	0	0	0	1.913	1.915	2.323	2.211	2.429	2.604	2.399	2.402	2.698	2.447
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	0	0	0	0	32	32	36	58	98	82	95	94	100	91
Serviços de arquitetura	0	0	0	0	305	369	364	408	424	688	573	682	734	642
Agências de publicidade	0	0	0	0	1.072	1.110	2.065	1.433	1.443	1.508	1.478	1.436	1.423	1.463
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	0	0	0	0	531	590	1.695	1.781	2.180	2.620	2.619	2.810	2.946	2.470
Design e decoração de interiores	0	0	0	0	70	77	101	95	91	132	121	108	193	107
Atividades fotográficas e similares	0	0	0	0	1.419	1.127	1.212	1.234	1.359	1.548	1.559	1.640	1.702	1.587
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13.720</b>	<b>13.784</b>	<b>16.502</b>	<b>16.344</b>	<b>17.743</b>	<b>19.046</b>	<b>18.509</b>	<b>18.906</b>	<b>19.861</b>	<b>18.656</b>

Fonte: RAIS

**Quadro 27 - Vínculos em Porto Alegre 1995-2001**

CNAE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico	0	0	1	1	1	0	1
Atividades de bibliotecas e arquivos	2	2	2	2	2	13	4
Fabricação de instrumentos musicais	6	6	7	7	5	6	6
Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias	187	185	64	81	247	129	290
Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente	1.236	668	898	911	776	349	278

Edição de livros, revistas e jornais	0	0	0	0	0	0	0
Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo	79	173	181	171	182	174	217
Distribuição de filmes e de vídeos	103	75	76	77	51	52	41
Projeção de filmes e de vídeos	178	189	176	249	263	266	271
Atividades de rádio	960	1.047	880	840	875	910	1.028
Atividades de televisão	1.083	999	808	776	806	1.426	1.364
Serviços de arquitetura e engenharia e de assessoramento técnico especializado	1.159	1.300	1.800	2.201	2.008	1.752	1.496
Publicidade	1.185	1.154	1.206	1.115	1.455	1.370	1.357
Atividades fotográficas	178	280	340	376	301	211	232
<b>Total</b>	<b>6.356</b>	<b>6.078</b>	<b>6.439</b>	<b>6.807</b>	<b>6.972</b>	<b>6.658</b>	<b>6.585</b>

Fonte: RAIS

### Quadro 28 - Vínculos em Porto Alegre 2002-2015

CNAE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	0	0	0	0	10	11	12	14	14	15	21	17	13	11
Atividades de bibliotecas e arquivos	0	0	0	0	5	28	1	3	4	60	67	97	111	105
Fabricação de instrumentos musicais	0	0	0	0	6	8	7	18	17	17	15	19	16	19
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	0	0	0	0	178	265	329	336	417	436	352	363	396	427
Criação artística	0	0	0	0	2	2	2	5	6	4	5	10	4	9
Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	0	0	0	0	15	1	0	1	3	9	8	10	12	13
Edição de livros	0	0	0	0	50	86	137	250	328	296	326	320	324	454
Edição de jornais	0	0	0	0	1.650	1.537	1.227	1.154	1.218	1.027	941	831	779	596
Edição de revistas	0	0	0	0	11	28	26	24	25	9	12	14	15	63
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	250	358	367	401	444	497	196	229	284	205
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	0	0	0	0	12	8	7	6	7	12	91	82	55	51
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	0	0	0	0	27	20	11	7	5	2	4	0	0	0
Atividades de exibição cinematográfica	0	0	0	0	248	222	259	253	293	270	367	334	342	353
Atividades de gravação de som e de edição de música	0	0	0	0	42	36	46	64	68	65	74	71	64	58
Atividades de rádio	0	0	0	0	899	888	933	919	983	903	919	766	823	765

Atividades de televisão aberta	0	0	0	0	1.228	1.218	1.527	1.490	1.608	1.691	1.583	1.631	1.854	1.710
Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	0	0	0	0	0	0	1	0	18	28	17	20	33	52
Serviços de arquitetura	0	0	0	0	119	164	128	158	153	246	212	217	345	269
Agências de publicidade	0	0	0	0	808	842	1.748	1.097	1.082	1.138	1.091	1.050	1.084	1.022
Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	0	0	0	0	125	127	1.057	1.120	1.367	1.721	1.721	1.902	1.839	1.501
Design e decoração de interiores	0	0	0	0	29	36	57	41	25	72	56	58	56	47
Atividades fotográficas e similares	0	0	0	0	263	303	302	328	383	429	437	420	336	291
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.977</b>	<b>6.188</b>	<b>8.184</b>	<b>7.689</b>	<b>8.468</b>	<b>8.947</b>	<b>8.515</b>	<b>8.461</b>	<b>8.785</b>	<b>8.021</b>

Fonte: RAIS