



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS.**

ALINE BARBOSA DE CARVALHO

ESTUDO SOBRE A INDÚSTRIA CRIATIVA EM PALMAS TO.

**PALMAS- TO
2020**

ALINE BARBOSA DE CARVALHO

ESTUDO SOBRE A INDÚSTRIA CRIATIVA EM PALMAS TO.

Monografia apresentada à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Palmas, Curso de Ciências Econômicas para obtenção do título de Graduação.

Orientadora: Prof.^a. Dra. Keile Aparecida Beraldo.

PALMAS - TO
2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

B238e Barbosa de Carvalho, Aline.
ESTUDO SOBRE A INDÚSTRIA CRIATIVA EM PALMAS TO. . / Aline
Barbosa de Carvalho. – Palmas, TO, 2020.
41 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus
Universitário de Palmas - Curso de Ciências Econômicas, 2020.

Orientador: Prof.^a Dra. Keile Aparecida Beraldo.

1. Tipos de criatividade. 2. Economia Criativa. 3. Indústria Criativa. 4.
Potencial Criativo. I. Título

CDD 330

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer
forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte.
A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184
do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

ALINE BARBOSA DE CARVALHO

ESTUDO SOBRE A INDÚSTRIA CRIATIVA EM PALMAS TO

Monografia apresentada à UFT –
Universidade Federal do Tocantins –
Campus Universitário de Palmas,
Curso de Ciências Econômicas para
obtenção do título de Graduação e
aprovada em sua forma final pelo
Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação 11/12/2020

Banca examinadora:



Professora Dra. Keile Aparecida Beraldo
Orientador – UFT



Professor Dr. Waldecy Rodrigues
Membro – UFT



Professor Me. Higino Julia Piti
Membro – UFT

PALMAS
2020

Dedico este trabalho à minha família.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me abençoou, me fortaleceu e me trouxe luz nos momentos que quase me fizeram desistir. Ele me deu saúde, paciência, amigos e uma família maravilhosa que me permitiu chegar até aqui.

A Minha orientadora Professora Dra. Keile Aparecida Beraldo pela orientação, cuidado e desprendimento do trabalho, obrigada também pela paciência e atenção que teve comigo durante essa caminhada. A banca examinadora, pelos conselhos e contribuições. Estendo meus agradecimentos também à toda equipe de professores do curso de Ciências Econômicas que participaram da minha formação acadêmica e como pessoa, em especial a professora Yolanda Abreu que foi quem me apresentou o tema desse trabalho.

Agradeço aos meus pais Fernando e Maria da Paz, que fizeram o maior esforço para que eu pudesse concluir a graduação. Agradeço imensamente aos meus irmãos, em especial a minha irmã/madrinha Suely e meu cunhado/padrinho Cledisson que foram as pessoas que mais me incentivaram e me apoiaram durante esses anos. Agradeço a minha família de coração Claudia e Bianca e a minha família de forma geral, essa vitória também é de vocês.

Durante a graduação fiz amigos que quero levar para toda vida, obrigado a vocês por estarem comigo nessa jornada.

Obrigada a todos que de alguma forma contribuíram para minha graduação. Encerro esse ciclo com o coração cheio de gratidão, muito obrigado!

RESUMO

A economia criativa é algo relativamente novo, abordado com maior frequência nos últimos 30 anos. As indústrias criativas são consideradas o centro da Economia criativa. De forma geral, a economia criativa tem como impulsor a criatividade, sendo essa economia um impulsor para o desenvolvimento econômico. Assim, este trabalho busca contribuir mesmo que de forma mínima sobre o tema economia criativa, e tem o objetivo de apresentar os principais segmentos da Indústria Criativa que se destacaram na região de Palmas, Tocantins nos últimos 10 anos. Para responder as questões centrais esta pesquisa utilizou-se de técnicas quali-quantitativas com métodos exploratório e descritivo com levantamento de dados por meio de revisão de literatura e análises de documentos sobre a temática Economia Criativa e Indústria Criativa. Os resultados apontam que a cidade de Palmas como uma das dez capitais com maior potencial criativo do Brasil e vem crescendo a cada ano. Porém, o número de profissionais ocupados no setor ainda é pequeno quando comparado a outros setores da economia. Entre as áreas da Economia Criativa o segmento que melhor remunera em Palmas destaca-se a da Arquitetura com cerca de 547 postos de trabalhos e uma média salarial de R\$ 7.668,05 idade média de 39 anos, este segmento não conta com apenas arquitetos, engloba seis profissões.

Palavras-chaves: Economia Criativa, Indústria Criativa, Potencial Criativo

ABSTRACT

The Creative Economy is something relatively new, addressed most frequently in the last 30 years. The creative industries are considered the center of Creative Economy. In general, the creative economy was a boost to creativity, that one causing an economic growth. Therefore, this paper seeks for contributing, even if in a minimal way, with the theme "Creative Economy", and has a goal to submit the main segment of "Creative Economy" that stands out in Palmas, Tocantins in the last decade. To answer the main questions, in this study where used exploratory descriptive techniques with qualitative and quantitative approach, and collective data through a literature and analyses of Creative Industrial and Economy's documents. The results from the study point Palmas as one of ten capital cities with the highest Brazil's creative potential, and still growing. However, the numbers of professionals occupying the sector still extremely low compared to other economy sectors. Among other creative economy In Palmas, the higher segment is the architecture sector, with approximately 547 working posts along with average wage of R\$ 7,668,05 and average age of 39 years old, this segment embrace not only architects but other six different professions.

Keywords: Creative Economy, Creative Industry, Creative Potential

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Tipos de Criatividade.....	19
Figura 2- Gráfico Evolução do PIB Criativo.....	23
Figura 3 - Gráfico Participação Estimada do PIB Criativo nas UFs	24
Figura 4 - Gráfico Indicador de potencial criativo	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Profissões do Consumo.....	28
Tabela 2 – Profissões da Cultura	29
Tabela 3 – Profissões de Mídias	29
Tabela 4 – Profissões da Tecnologia	29
Tabela 5 – Geração dos postos de trabalhos na indústria criativa e emprego total	30
Tabela 6 – Economia Criativa por Segmento – CONSUMO.....	32
Tabela 7 – Grau de Instrução – CONSUMO.....	33
Tabela 8 – Economia Criativa por Segmento – CULTURA	34
Tabela 9 – Grau de Instrução – CULTURA.....	34
Tabela 10 – Economia Criativa por Segmento	35
Tabela 11 – Grau de Instrução – MÍDIAS	35
Tabela 12 – Economia Criativa por Segmento – TECNOLOGIA	36
Tabela 13 – Grau de Instrução – MÍDIAS	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução da Economia Criativa (2010-2017)	31
Gráfico 2 – Distribuição dos profissionais por Gênero (Palmas).....	32

LISTA DE SIGLAS

ONU	Organização das Nações Unidas
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
EC	Economia Criativa
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
IFDM	Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal
PIB	Produto interno bruto
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
P&D	Pesquisa e desenvolvimento

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivos	15
1.1.1 Objetivo geral	15
1.1.2 Objetivos específicos	15
1.2. Estrutura do trabalho	15
2. METODOLOGIA	16
3. REVISÃO DE LITERATURA	18
3.1 Tipos de criatividade	18
3.2 Economia Criativa	20
3.3 Indústria Criativa	23
3.4 Potencial Criativo	25
3.5 Inovação, Cultura e Criatividade	26
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	28
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39

1. INTRODUÇÃO

O entendimento acerca do desenvolvimento passou por profundas transformações durante o século XX. Aos poucos foi ganhando força a ideia de que as variáveis econômicas são extremamente importantes, mas não suficientes para produzir desenvolvimento social justo e ambientalmente sustentável e não há como legitimar o desenvolvimento econômico independentemente de suas dimensões sociais e culturais. Conforme reforça Amartya Sen ganhador do prêmio Nobel de economia em 1998.

Assim, o desenvolvimento ganhou contornos que envolvem, necessariamente, a melhoria das condições humanas e sociais dos indivíduos, sendo que a cultura (mais do que um direito a ser satisfeito por meio do ensejo ao seu livre acesso e produção) torna-se um instrumento, a ser utilizado pelos governos, para promover melhorias socioeconômicas (SOARES e PIZZO, 2017). Dentro dessa pegada de cultura e desenvolvimento a economia criativa surge como uma forma de desenvolvimento.

Tais afirmações ganham maior sentido dentro do contexto de crise mundial quando há uma necessidade de buscar alternativas para minimizar os problemas sociais nos países em desenvolvimento onde há uma população mais vulnerável socialmente. O que ocorreu durante a crise de 2008 a Organização Nações Unidas (ONU) publicou seu primeiro Relatório sobre Economia Criativa. O relatório concluía que as indústrias criativas estavam entre os setores mais dinâmicos da economia mundial, e assim ofereceria novas oportunidades de alto crescimento para os países em desenvolvimento. Desde então o relatório vem sendo amplamente utilizando tanto por legisladores, quanto por profissionais do desenvolvimento e pesquisadores (UNCTAD, 2010). Já a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) realizada em 2010 apresentou relatório sobre economia criativa afirmando-a como uma opção de desenvolvimento viável.

A Economia Criativa apareceu em 1980 na Austrália, mas em 1997 o Reino Unido que passou a utilizar mais esse termo quando Tony Blair assumiu como Primeiro-Ministro e identificou treze setores que poderiam reerguer a economia nacional, chamando-as “indústrias

criativas” (sendo que o termo “indústria”, em economia, refere-se a um setor econômico) (UEMG, 2016).

Seguindo tal tendência o Brasil acompanhou as transformações mundiais. Mas as discussões sobre a Economia Criativa (EC) se intensificaram no Brasil e no mundo a partir de 2000 com a publicação do *The Creative Economy – How people Canmake Money fromideas do inglês Jhon Howkins* publicado em 2002. E desde então a economia criativa e as indústrias criativas têm se destacado no país.

No Brasil o Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal (IFDM) FIRJAN publicou dados sobre “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, em fevereiro de 2019, e de acordo com os dados o PIB criativo gerou uma riqueza de R\$ 171,5 bilhões para a economia brasileira em 2017. O índice FIRJAN é um estudo do Sistema FIRJAN que acompanha anualmente o desenvolvimento socioeconômico de todos os municípios brasileiros em três áreas de atuação: Emprego & renda, Educação e Saúde. Criado em 2008, ele é feito, exclusivamente, com base em estatísticas públicas oficiais, disponibilizadas pelos ministérios do Trabalho, Educação e Saúde.

Isso posto, ao pensar em desenvolvimento estudos apontam que a economia criativa pode contribuir com o desenvolvimento socioeconômico, especialmente em países que estejam buscando diversificar suas economias e construir resiliência para futuras crises econômicas como o Brasil.

Neste sentido, este trabalho busca contribuir mesmo que de forma mínima sobre o tema economia criativa, apresentando dados sobre a Indústria criativa e os diferentes segmentos deste setor que se destacam na região de Palmas, capital do estado do Tocantins. A questão norteadora desta pesquisa é: Quais os segmentos da Indústria criativa vêm se desenvolvendo e gerando postos de trabalho na região de Palmas, Tocantins mesmo diante das últimas crises econômicas?

Ressalta-se que o Tocantins é o estado mais novo da Federação cuja capital é Palmas foi fundada em 1989, desde a separação do norte de Goiás, o Tocantins luta para combater a pobreza e as desigualdades sociais de sua população principalmente as populações tradicionais rurais. O estado do Tocantins apresenta um dos maiores índices de crescimento do país com uma população entorno de 299.127 pessoas (IBGE 2019). Mas o crescimento da geração de empregos não acompanha a necessidade da população mais vulnerável socialmente que sente de perto os efeitos das crises econômicas. Assim, a indústria criativa se apresenta como uma das alternativas viáveis para a geração de empregos em tempos de crise econômica.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Apresentar os principais segmentos da Indústria Criativa que se destacaram na região de Palmas TO, nos últimos 10 anos.

1.1.2 Objetivos específicos

- Levantar dados sobre os setores de Economia Criativa e Indústria Criativa no Brasil, estado do Tocantins e Palmas;
- Descrever os setores da Indústria Criativa de maior destaque na região de Palmas, Tocantins.

1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho está dividido em 5 partes sendo a primeira a introdução sobre a temática, problema de pesquisa e objetivos, seguidos da metodologia e as etapas utilizadas durante a pesquisa.

A terceira parte apresenta uma breve revisão de literatura sobre Economia Criativa e Indústria Criativa e na sequência são apresentados os principais segmentos da indústria criativa que se destacam e vem ganhando espaço no estado do Tocantins e região de Palmas capital do estado através do mercado de trabalho. E por último as considerações finais.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa quanto aos seus objetivos pode ser considerada como uma pesquisa exploratória e descritiva. Uma pesquisa exploratória, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), em sua fase preliminar, procura reunir informações relacionadas ao assunto para que seja possível defini-lo, facilitando o entendimento da temática para o direcionamento dos seus objetivos. Andrade (2010) relata que a pesquisa exploratória está presente em todo trabalho científico, pois consiste em prover informações relacionadas ao tema.

Já na pesquisa descritiva, a finalidade é observar, analisar e registrar os fatos sem interferir nos mesmos, utilizando-se de técnicas padronizadas para coletar os dados, com o intuito de descrever com uma maior precisão, a frequência em que ocorre suas características, fenômenos ou o estabelecimento das relações de suas variáveis (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Quanto às técnicas de pesquisa neste trabalho foi adotada uma abordagem quali-quantitativa, para responder às questões de pesquisa e compreender a análise dos segmentos da economia criativa no Brasil, Tocantins e sua capital Palmas. A pesquisa é quantitativa, quando pode ser quantificável ou mensurada numericamente, ou seja, todas as informações para serem analisadas são traduzidas em números através de recursos e técnicas estatísticas (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Foi adotada a abordagem qualitativa com métodos descritivos e exploratórios, por meio de levantamento bibliográfico e análises documentais sobre o tema em estudo. Tal abordagem se mostra adequada para o entendimento, descrição e explicação dos fenômenos dessa natureza, por meio de análise de experiências individuais ou grupais, pela observação em campo *in loco* ou de documentos (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Assim, esta pesquisa assume a combinação das duas naturezas apresentadas, assumindo a natureza qualitativa, no momento da observação sistemática, onde foi necessário que o pesquisador analise e interprete as informações e que se desenvolveu, nas seguintes etapas.

1ª. Etapa: Revisão bibliográfica e documental– Esta etapa foi realizada por meio de textos, artigos, teses, dissertações e livros sobre economia criativa e indústria criativa, o levantamento de dados se deu por consultas de sites institucionais do SEBRAE, FIRJAN, UNCTAD (ONU) e outras órgãos relacionadas ao assunto. Assim, a revisão da literatura como primeiro passo da pesquisa passa a ser essencial, como demonstram Marconi e Lakatos (2003, p. 158) “O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações de certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações”.

2ª. Etapa: delimitação da amostra da pesquisa - Nesta fase, cabe ressaltar a definição do conceito de universo ou população, que segundo Gil (2009) é fundamental para a compreensão da amostragem na pesquisa social. O trabalho em questão se limita em analisar os dados no período de 2010 e 2017, relacionados à indústria criativa no Brasil, no Tocantins e município de Palmas capital do estado. E na sequência fazer uma análise dos segmentos da Indústria Criativa na cidade de Palmas, Tocantins.

3ª. Etapa: coleta de dados - A coleta de dados do presente trabalho consistiu em combinar técnicas e métodos e análise de gráficos para obtenção de informações. Foram utilizados dados dos órgãos já mencionados anteriormente, esses dados foram analisados e utilizados para o conhecer os segmentos. Um levantamento bibliográfico sobre economia foi realizado para melhor conhecimento sobre o assunto.

4ª. Etapa: Apresentação e análise dos dados - Após a coleta os dados foram apresentados, por meio de gráficos e tabelas e posteriormente analisados a partir do índice FIRJAN sobre a ótica do mercado de trabalho. Assim espera-se atingir o objetivo proposto que é demonstrar o desenvolvimento da Indústria Criativa em Palmas TO.

3 REVISÃO DE LITERATURA - CONTEXTUALIZANDO A ECONOMIA CRIATIVA

No intuito de contextualizar melhor a temática este capítulo apresenta uma breve revisão de literatura sobre economia criativa e indústria criativa

3.1 Tipos de criatividade

Criatividade palavra de definições múltiplas, que remete intuitivamente à capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso, equacionar soluções para novos e velhos problemas. Em termos econômicos, a criatividade é um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso. Além disso, a “concorrência “entre agentes criativos, em vez de saturar o mercado, atrai e estimula a atuação de novos produtores. Essas e outras características fazem da economia criativa uma oportunidade de resgatar o cidadão e o consumidor, através de um ativo que emana de sua própria formação, cultura e raízes. Esse quadro de coexistência entre o universo simbólico e o mundo concreto é o que transmuta a criatividade em catalisador de valor econômico (REIS, 2008, p. 15).

“A criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar extraordinário valor e riqueza”. Existem dois tipos de criatividade: o tipo que se relaciona com a realização das pessoas enquanto indivíduos e o tipo que gera um produto. O primeiro é uma característica universal da humanidade e é encontrado em todas as sociedades e culturas. O segundo é mais intenso em sociedades industriais, que atribuem um valor maior à novidade, à ciência e à inovação tecnológica e aos direitos de propriedade intelectual (HOWKINS, 2002).

Segundo o Relatório de economia criativa das Nações Unidas (UNCTAD 2010), não existe uma definição simples de “criatividade” que englobe todas as várias dimensões desse fenômeno. No entanto, as características da criatividade em diferentes áreas do empreendimento humano podem, pelo menos, ser articuladas. Dessa forma, o relatório traz três tipos de criatividade:

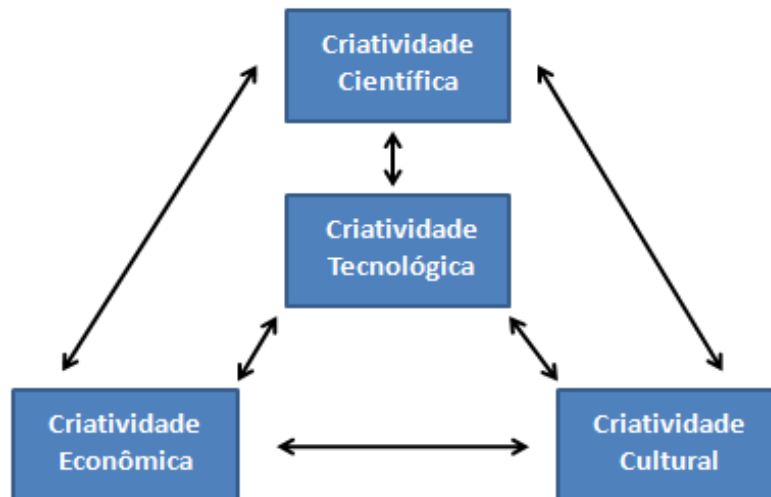
Criatividade artística: envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem;

Criatividade científica: envolve curiosidade e disposição para experimentar e fazer novas conexões ao solucionar problemas;

Criatividade econômica: é um processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia, práticas de negócio, marketing, etc., sendo intensamente relacionada à aquisição de vantagem competitiva na economia. (UNCTAD, 2010, p.10).

Todos os tipos de criatividade envolvem maior ou menor quantidade de criatividade tecnológica e são inter-relacionadas, conforme a figura 1.

Figura 1- Tipos de Criatividade



Fonte: Adaptado de UNCTAD Relatório de Economia criativa (2010)

Mas, segundo Pacheco e Benini (2018) um dos primeiros estudos a tratar a questão do desenvolvimento ou de um novo desenvolvimento econômico pautado na ideia da criatividade foi o economista brasileiro Celso Furtado (1978). Na obra de Celso Furtado a criatividade é trazida a luz quando o autor debate as teorias de desenvolvimento e subdesenvolvimento no contexto brasileiro. Segundo Furtado, “o desenvolvimento futuro poderá alimentar-se da criatividade de nosso povo e efetivamente contribuir para a satisfação dos anseios mais legítimos deste” (FURTADO, 1984, p. 30).

Furtado aborda intensamente a criatividade como um impulsor para o desenvolvimento em suas obras. “Quando a capacidade criativa do homem se volta para a descoberta de suas potencialidades, e ele se empenha em enriquecer o universo que o gerou, produz-se o que chamamos de desenvolvimento” (FURTADO, 1998, p. 47).

3.2 Economia Criativa

Existem inúmeros conceitos para definir economia criativa, dessa forma, seria impossível conceituar o termo de forma concreta. O conceito de economia criativa e seu estabelecimento como uma disciplina de estudo ganhou expressão e relevância a partir da década de 2000. A partir de iniciativas isoladas no começo do século XXI, o que se observa atualmente é que economia criativa se estende em uma ampla gama de áreas de responsabilidade política e administração pública; inclusive, muitos governos criaram ministérios, departamentos ou unidades especializadas para lidar com as indústrias criativas (OLIVEIRA; ARAÚJO e SILVA, 2013).

Para Leonelli (2020), até a primeira metade do século XX a indústria manufatureira era o carro-chefe da economia no mundo, desde os anos 70 esse quadro vem se modificando e a indústria perdendo seu protagonismo na economia. Hoje, as maiores empresas do mundo não são as que produzem carros, geladeiras e sapatos. São as que produzem informação, comunicação, tecnologia, design, cultura, turismo e entretenimento. Produção essa baseada no talento e na criatividade. A isso se chama a economia do conhecimento ou economia criativa.

Já no meio acadêmico em ambiente universitário o conceito de Economia Criativa passa a ser discutida nos anos 1990, a área recebeu destaque em 2001 com o lançamento do livro “The Creative Economy”, de John Howkins. A obra trata da inovação e criatividade como forma de geração de renda e produção de valores econômicos.

A economia criativa se configura inicialmente como mais uma metáfora para adjetivar as transformações do capitalismo contemporâneo, que, por sua vez, se reorganiza a partir da inclusão de fatores produtivos de natureza simbólica, um conjunto de ideias e valores que qualificam a economia. Assim, ideias como criatividade, inovação, autonomia, flexibilidade e empreendedorismo são constantemente acionadas para qualificar a consolidação de um modo de organização econômica que vem se estruturando fortemente na expansão do domínio estético/cultural (LIPOVETSKY e SERROY, 2015).

Segundo SEBRAE (2020) Economia Criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. A indústria criativa estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Neste trabalho entende-se economia criativa como o conjunto de atividades econômicas relacionadas à produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e as habilidades dos indivíduos ou grupos como insumos primários. Isso entra como um caminho que serve para ampliar os ganhos com uso da criatividade, conhecimento, e desenvolvimento tecnológico. A incorporação da criatividade ao produto e o aperfeiçoamento tecnológico fazem aumentar a produtividade do trabalho e o valor das mercadorias. Assim, a criatividade é o combustível da economia criativa, dessa forma faz-se necessário conhecer os tipos de criativa que a UNCTAD (2010) aborda em seu relatório.

A indústria criativa, por sua vez, é apontada como um setor do mercado que trabalha com os valores consolidados pela economia criativa. Nela, se encontram as indústrias produtoras de bens intelectuais e culturais como indústrias de cinema, moda, design, arquitetura e turismo. Segundo Professor Juarez Xavier docente da Unesp e coordenador do projeto Neocriativa- Grupo de estudo que mapeia produções criativas e culturais em Bauru-, a economia criativa tem um conceito amplo “A área contém tanto as produções de indústrias criativas consolidadas no mercado quanto também as produções de setores subalternos que geram renda como subsistência”.

Para Camila Gabrielle e Matheus Rodrigo (2017) a economia Criativa e a Indústria Criativa são motivos de debate entre os estudiosos de produções criativas. As discussões tratam das diferenças que envolvem ambos os conceitos assim como também falam sobre as definições dadas à indústria que cria material inovador e a economia que fomenta criatividade. E, recentemente, a formação criativa tem passado por uma expansão e um dos motivos para isso é a profissionalização da área. Cursos sobre o tema têm sido oferecidos ao redor do mundo e o público tem aumentado exponencialmente ao terreno criativo fértil.

Para Newbigini (2019, p.13), a Economia criativa mistura valores econômicos e valores culturais. Esta ampla e complexa herança cultural é o que diferencia a economia criativa de qualquer outro setor da economia. De fato, a atividade cultural não esteve incluída como um componente da economia durante uma boa parte da história humana. Abrangia aquelas atividades nas quais as pessoas pensavam quando deixavam de trabalhar, mas não fazia parte da sua vida laboral. Inclusive hoje, as indústrias criativas são expressões do valor cultural e econômico.

De acordo com o Relatório de economia criativa das Nações Unidas (UNCTAD 2010), Howkins emprega o termo “economia criativa” de forma ampla, abrangendo indústrias criativas

que vão desde as artes até os maiores campos da ciência e da tecnologia. De acordo com suas estimativas, no ano 2000, a economia criativa valia \$ 2,2 trilhões no mundo inteiro, crescendo 5% ao ano.

Para UNCTAD (2010, p.10), a “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Dessa forma, ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo, e é um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

Na conferência realizada pela UNCTAD (2010) ampliou as contribuições anteriores no sentido de que os Relatórios de Economia Criativa apresentam a perspectiva sistêmica das Nações Unidas sobre este tópico inovador, como um exemplo de cooperação de diversas agências trabalhando em consonância como “Uma ONU”. O Relatório das Nações Unidas (ONU, 2010) é voltado à política e examina uma variedade de problemas relacionados à economia criativa e à dimensão de seu desenvolvimento. Devido a importância da economia criativa, a UNCTAD (2010) sugere uma série de recomendações destacadas ao longo deste trabalho.

3.3 Indústria Criativa

A utilização do termo “indústrias criativas” varia de país para país. O termo tem origem relativamente recente, tendo surgido na Austrália em 1994, com o lançamento do relatório Nação Criativa. Ele ganhou maior exposição em 1997, quando legisladores do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido estabeleceram a Força Tarefa das Indústrias Criativas. Vale observar que a designação “indústrias criativas” que vem se desenvolvendo desde então tem ampliado o escopo das indústrias culturais para além das artes, marcando uma mudança de abordagem às atividades comerciais em potencial que, até recentemente, eram consideradas pura ou predominantemente em termos não econômicos (UNCTAD, 2010, p.5).

De acordo com Almeida e Teixeira (2016), para o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido (DCMS, 2001, p. 05), as indústrias criativas são "aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que têm um potencial de riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual". Ainda de acordo com o autor, as indústrias criativas são consideradas o centro da economia criativa.

Para Newbiggin (2019, p.25), as indústrias criativas vêm criando precedentes importantes, em contraste com outros setores menos ágeis e dinâmicos da economia: interpretam e fazem uma aplicação criativa do conhecimento de forma inovadora, adotam tecnologias e novos modelos de negócio e de cooperação com facilidade, pensam em função de planos internacionais e utilizam a tecnologia para se aproximarem de seus clientes.

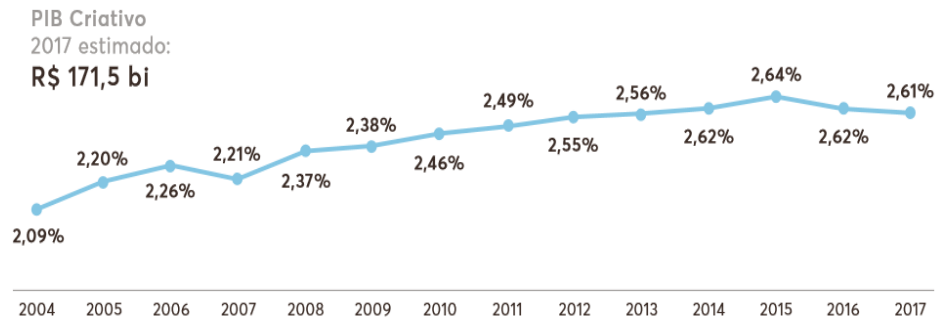
A UNCTAD define as indústrias criativas como:

São os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários;
 Constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual;
 Constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado
 Posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e
 Constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial. (UNCTAD, 2010, p.8)

O mapeamento das indústrias criativas no Brasil (FIRJAN, 2019), apresenta o comportamento das indústrias criativas do ano 2015 a 2017, o período analisado o país passa por uma crise política. De acordo com Firjan (2019, p.10), o PIB criativo em 2017 foi de 171,5

bilhões, representando 2,61%7 de toda a riqueza gerada em território nacional. A figura a seguir mostra a evolução do PIB criativo de 2004 a 2017:

Figura 2 - Gráfico Evolução do PIB Criativo

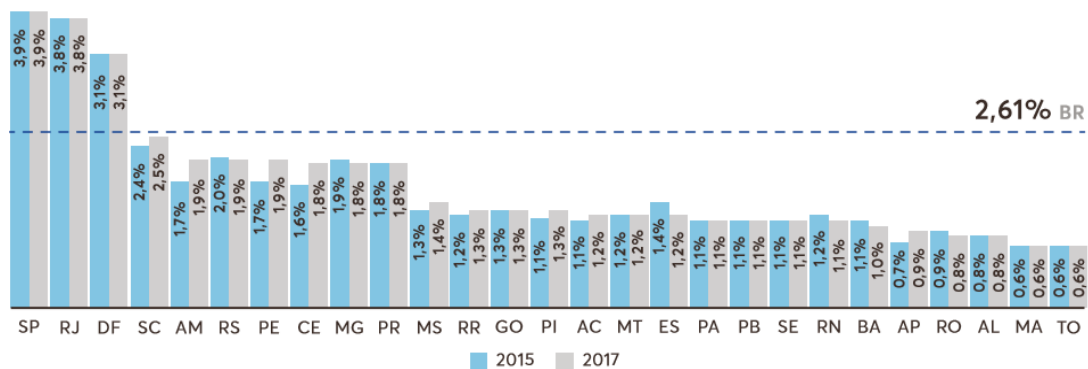


Fonte: FIRJAN (2019)

O mapeamento é abordado através de duas óticas, a da produção que seria o valor gerado pelos segmentos criativos, a segunda é a do mercado de trabalho, onde é analisado empregos e a remuneração dos profissionais criativos.

O Estado do Tocantins representa 0,6% da participação estimada dos estados brasileiros no PIB Criativo do País. No entanto, não se sabe quais os segmentos da indústria criativa se destacam em Palmas Tocantins. Este trabalho busca analisar o desenvolvimento dos principais segmentos da indústria criativa na região de Palmas, Tocantins. A figura 3 mostra a participação do PIB criativo por UF:

Figura 3 - Gráfico Participação Estimada do PIB Criativo nas UFs



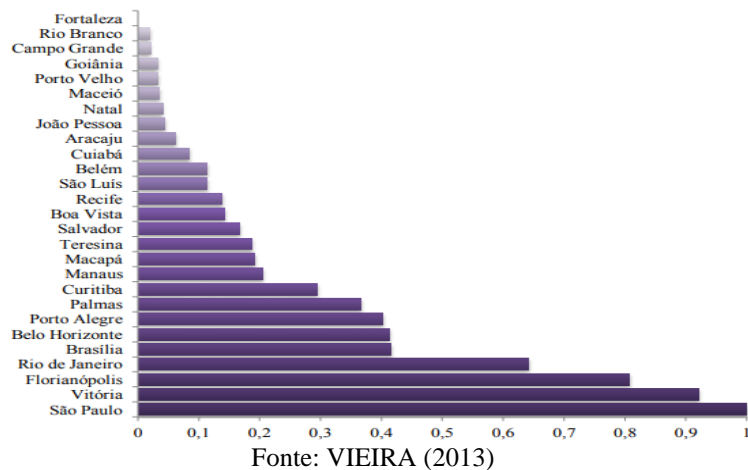
Fonte: FIRJAN (2019)

3.4 Potencial Criativo

Em seu trabalho Vieira (2013) analisou o potencial criativo das capitais brasileiras. Segundo a autora o indicador de potencial criativo é construído combinando quatro indicadores bases: capital humano, ambiente urbano, capital social e estrutura econômica produtiva, utilizando a metodologia de componentes principais e agregação não compensatória dos indicadores de base.

Os resultados das pesquisas da autora apontaram para a existência de poucas capitais com um bom nível de potencial criativo, caracterizando-se em medidores para estratégias de desenvolvimento que possuam um impacto positivo sócio produtivo. Ainda de acordo com Vieira (2013), Palmas está entre as 10 capitais com maior potencial criativo, conforme ilustrado no gráfico abaixo:

Figura 4 - Gráfico Indicador de potencial criativo



Cabe ressaltar, que conforme ilustrado no gráfico acima ainda existe uma disparidade entre as capitais brasileiras, onde algumas capitais da região sul e sudeste se destacam, com o indicador criativo maior que 0,5.

Neste sentido Palmas por ser uma cidade nova, ainda em desenvolvimento é considerada uma “cidade criativa”. Esse termo descreve um complexo urbano em que os vários tipos de atividades culturais constituem um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade. Cidades criativas utilizam seu potencial criativo de várias formas. Algumas delas funcionam

como nós para a geração de experiências culturais aos habitantes e visitantes, por meio da apresentação de seus ativos patrimoniais culturais ou por meio de suas atividades culturais nas artes cênicas ou visuais (UNCTAD, 2010).

3.5 Inovação, Cultura e Criatividade

Para Aevo (2018), criatividade é uma característica ligada diretamente à condição humana. No entanto, isso não significa que a criatividade sempre teve a atenção estratégica para a economia. O conceito de Economia Criativa surge como resultado em tentar medir o valor da produção criativa. No Brasil, a criatividade tem um importante aspecto estratégico. Em momentos de crise, a Indústria Criativa pode ser decisiva para que se inovem com os processos e recursos disponíveis. Nesse cenário, a Economia Criativa torna possível a reflexão sobre os modelos de negócios vigentes. Novos empreendimentos, startups e ideias disruptivas são um reflexo de tudo isso.

A produção intelectual e artística contribui não só para o desenvolvimento cultural e social da sociedade. Mas também promove a reflexão sobre a realidade em que vivemos. Embora esse mercado seja baseado em ideias inovadoras e um dos setores mais promissores da economia brasileira, as empresas criativas precisam ter em mente que é preciso muito mais que uma boa ideia para ter sucesso. A digitalização e a desmaterialização dos conteúdos transformaram a economia criativa. As inovações tecnológicas e o surgimento de novas ferramentas afetaram o ritmo e o processo de criação. Com isso, os empreendedores enfrentam problemas como a desvalorização da obra quando a venda unitária e exclusiva de um item é substituída pela lógica da assinatura ilimitada ou pelo acesso gratuito ao produto. SEBRAE (2020).

Conhecimento e criatividade sempre tiveram papel chave em qualquer momento econômico, mas o conceito de “economia do conhecimento” vai mais longe, pois permite capturar uma mudança marcante no paradigma atual no qual a massa crítica da atividade econômica passa a dar-se na categoria de produção com conhecimento e uso de novas tecnologias. Trata-se de uma evolução da concepção de crescimento historicamente baseada no trinômio terra, capital e trabalho. A tecnologia, que sempre foi importante, passa a ter um impacto mais sistêmico e de maior transformação, assumindo, junto com a criatividade e a inovação, o papel central de serem simultaneamente consequência e condutores destas transformações. GOLDENSTEIN (2010),

Ainda segundo o autor, criatividade e inovação são conceitos que se sobrepõem. Criatividade é originar ideias, novas formas de olhar um problema que já existe ou olhar novas oportunidades. Inovação é o sucesso na exploração de novas ideias, é o processo que leva a novos produtos e serviços ou novas formas de fazer negócio. Portanto, no atual paradigma produtivo, torna-se crucial o fomento à criatividade e à inovação, as quais, contando com adequados mecanismos de transmissão, são as chaves para que o resto da economia e sociedade possam se beneficiar. Daí a importância das indústrias criativas ou, mais amplamente falando, da economia criativa, entendida como um conjunto de setores com forte potencial de inovação e criatividade a partir dos quais a economia ganha competitividade e sustentabilidade no mundo globalizado.

Paulo Miguez, Secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, em entrevista dada ao *PrimaPagina* no ano de 2005, quando questionado se existe diferença entre os termos Economia da Cultura, Economia Criativa, e Indústrias Criativas admitiu não perceber muita diferença, sobretudo, “do ponto de vista da lógica de uma indústria cultural, que é a transformação de um bem cultural em mercadoria”. (MACHADO, 2007)

Segundo definições de relatórios publicados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), a cultura engloba não somente as artes e a literatura, mas também os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e crenças e os direitos fundamentais do ser humano, constituindo-se num conjunto de atributos simbólicos e materiais que caracterizam um grupo social.

Em termos de relações econômicas, a cultura passa a ser enxergada como fator econômico, em virtude do crescimento da importância das indústrias culturais nas sociedades contemporâneas. Insere-se também aqui o potencial que as atividades culturais, tais como produções artísticas e manifestações folclóricas, têm de promover inserção social e gerar emprego e renda. Essa nova centralidade econômica da cultura impõe aos poderes locais interessados no desenvolvimento uma nova agenda, que vá além das políticas tradicionais – e sempre importantes – de conservação do patrimônio, formação de plateias ou incentivo a eventos. No cerne desta nova agenda, está a economia criativa. (SILVA, 2012).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para cumprir o objetivo inicial deste trabalho de apresentar os principais segmentos da indústria criativa que se destacam e vem ganhando mercado na região de Palmas, Tocantins, foram utilizados os dados do FIRJAN e RAIS/MTE. Sendo que os dados do FIRJAN levam em consideração os trabalhadores formais da economia criativa, dividindo os trabalhadores em 13 segmentos, agrupados em quatro áreas criativas: **Consumo** (Publicação e Marketing, Arquitetura, Design e Moda), **Cultura** (Expressões Culturais, Patrimônio e Artes, Música, Artes Ciências), **Mídias** (Editorial, Audiovisual), **Tecnologia** (Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC, Pesquisa e Desenvolvimento – P&D e Biotecnologia). A Economia Criativa abrange um grande número de profissões, e para melhor entendimento serão apresentadas a seguir as profissões divididas por área:

Tabela 1 – Profissões do Consumo

CONSUMO
Publicidade e Propaganda
Agenciador de propagandas, Analista de negócios, Analista de pesquisa de mercado, Cenógrafo de eventos, Diretor de arte (publicidade), Diretor de mídia, Gerente de comunicação, Gerente de marketing, Publicitário, Redator de publicidade, Relações públicas, Visual merchandiser.
Arquitetura
Arquiteto de edificações, Arquiteto de interiores, Arquiteto urbanista, Desenhista projetista de construção civil e arquitetura, Desenhistas técnicos da construção civil e arquitetura, Engenheiros civis e afins.
Design
Desenhista projetista da eletrônica, Desenhista técnico (artes gráficas), Desenhista técnico (ilustrações artísticas), Desenhistas técnicos em eletricidade, eletrônica, eletromecânica, calefação, ventilação e refrigeração, Desenhistas técnicos, em geral, Designer de eventos, Designer de interiores, Designer de produto, Designer de vitrines, Designer gráfico, Projetista de móveis.
Moda
Alfaiate, Artesão de metais preciosos e semipreciosos, Desenhista técnico (indústria têxtil), joalheiros e lapidadores de gemas, Perfumista, Relojoeiro (fabricação), Trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couros e peles, Trabalhadores de tecelagem manual, tricô, crochê, rendas e afins.

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 2 - Profissões da Cultura

CULTURA
Expressões Culturais
Artesão, Chefe de bar, Chefe de confeitaria, Chefe de cozinha.
Patrimônio e Artes
Artista (artes visuais), Diretor de serviços culturais, Museólogo, Produtor cultural.
Música
Músico intérprete cantor, Músico intérprete instrumentista, Músico regente, Musicólogo, Projetista de sistemas de áudio, Projetista de som.
Artes Cênicas
Apresentador de eventos, Bailarino (exceto danças populares), Cenotécnico (cinema, vídeo, televisão, teatro e espetáculos), Diretor teatral, Professor de dança.

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 3 – Profissões de Mídias

MÍDIAS
Editorial
Assessor de imprensa, Editor, Editor de mídia eletrônica, Editor de texto e imagem, Jornalista, Produtor de texto, Programador visual gráfico, Redator de textos técnicos, Repórter (exclusive rádio e televisão).
Audiovisual
Diretor de arte, Diretor de cinema, Diretor de programas de rádio, Diretor de programas de televisão, Editor de TV e vídeo, Fotógrafo profissional, Locutor de rádio e televisão, Locutor publicitário de rádio e televisão, Montador de filmes, Produtor cinematográfico, Produtor de televisão, Repórter de rádio e televisão, Tecnólogo em produção audiovisual.

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 4 – Profissões da Tecnologia

TECNOLOGIA
P&D
Antropólogos, sociólogos e afins, Cientista político, Engenheiro de controle e automação e afins, Engenheiro eletricista, Engenheiro eletricista de manutenção, Engenheiro eletricista de projetos, Engenheiro eletrônico de manutenção, Engenheiro eletrônico e afins, Engenheiros de alimentos e afins, Engenheiros de minas e afins, Engenheiros de produção, qualidade, segurança e afins, Engenheiros mecânicos e afins, Engenheiros metalurgistas, de materiais e afins, Engenheiros químicos e afins, Geólogos e geofísicos, Gerentes de pesquisa e desenvolvimento e afins, Pesquisador em ciências agrônômicas, Pesquisador em ciências da computação e informática, Pesquisador em ciências sociais e humanas, Pesquisador em história, Pesquisador em psicologia, Profissionais das ciências atmosféricas e espaciais e de astronomia.
TIC
Engenheiro de manutenção de telecomunicações, Engenheiro de telecomunicações e afins, Gerentes de tecnologia da informação e afins, Programador de internet, Programador de sistemas de informação.
Biotecnologia

Biólogo, Biomédico, Pesquisador em biologia ambiental.

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

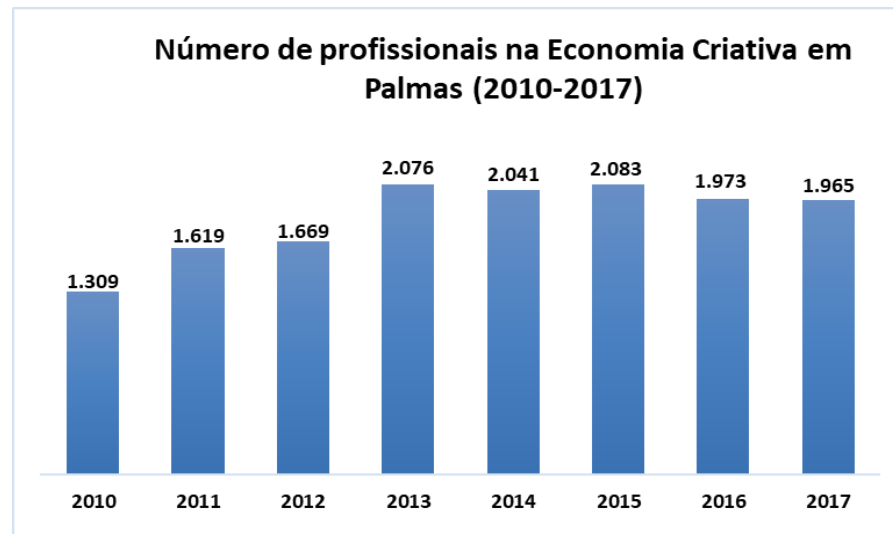
Foram pesquisadas informações sobre a Indústria Criativa no Brasil, Tocantins e em Palmas, capital do Estado dos anos 2010 a 2017. Para saber a participação dos profissionais da indústria criativa no emprego total de palmas utilizaram-se os dados da RAIS/MTE, tendo em vista que todas as empresas formais são obrigadas a declarar os dados sobre as empresas e os funcionários anualmente.

Tabela 5 – Geração dos postos de trabalhos na indústria criativa e emprego Total (2010-2017)

Ano	Total da RAIS (PALMAS)	Total da Indústria Criativa (PALMAS)	% da Indústria Criativa no Total (PALMAS)
2010	112.915	1.309	1,16%
2011	109.193	1.619	1,48%
2012	113.827	1.669	1,47%
2013	115.888	2.076	1,79%
2014	130.442	2.041	1,56%
2015	128.919	2.083	1,62%
2016	127.901	1.973	1,54%
2017	132.783	1.965	1,48%

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN e RAIS/MTE (2020)

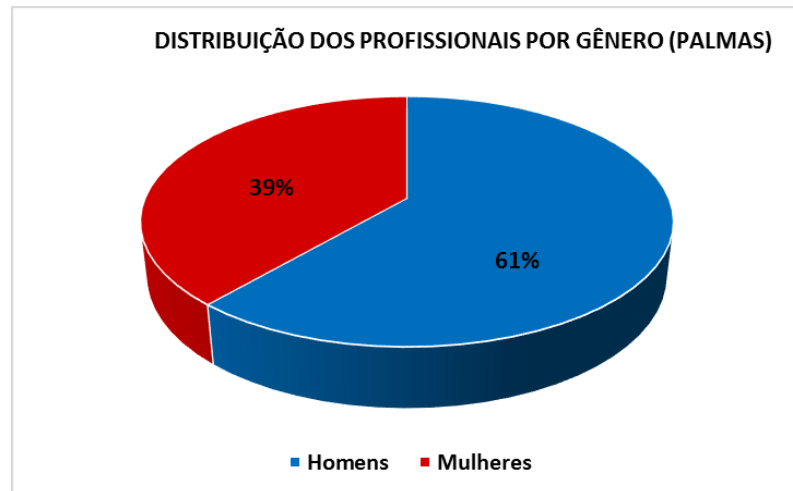
De acordo com os dados da tabela 5 sobre a evolução do emprego total da economia e indústria criativa, os dados demonstram que no ano de 2015 houve maior geração de postos de trabalho nos segmentos da indústria criativa. Ao considerar o total de empregos gerados durante o período analisado 2010 a 2017, não ultrapassam a média 1,51% do total. Observa-se a necessidade de investimentos em políticas públicas em parceria com o setor privado para fomentar o crescimento do segmento na região.

Gráfico 1- Evolução da Economia Criativa (2010-2017)

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Sobre o período analisado, cabe mencionar que de 2010 até o ano de 2015, houve crescimento de profissionais que atuam nos segmentos criativos. De 2010 a 2013 a indústria criativa em Palmas estava em constante expansão com uma variação média de 6%. Até o ano de 2017 contava com 1965 profissionais na indústria criativa de Palmas TO, a partir de 2016 houve uma queda expressiva na geração de novos postos de trabalho. Essa Retração acompanha o cenário nacional, de acordo com o mapeamento da indústria criativa no Brasil (2019), nos anos em questão o país passa por uma crise política e tem como pano de fundo as enormes incertezas do cenário econômico, dessa forma, a indústria criativa no Brasil tem uma retração, em 2015 a EC contava 871.010 e em 2017 houve uma retração de -3,9% passaram para 837.206 empregos diretos.

De acordo com os dados do FIRJAM no Estado do Tocantins há 3.018 profissionais que atuam nos segmentos da indústria criativa, sendo que destes 65% dos empregos estão em sua capital Palmas. O Estado Tocantins conta com a agência do desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa responsável pela administração e desenvolvimento sustentável desses setores, um incentivo a economia criativa no estado, esse tipo de órgão é de muita importância para esses setores, já que a elaboração de políticas públicas contribui de maneira ativa com seu desenvolvimento.

Gráfico 2 – Distribuição dos profissionais por Gênero (Palmas)

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

O gráfico 2 demonstra a grande disparidade quando se trata de gênero na ocupação dos postos de trabalho entre homens e mulheres empregados nos segmentos da indústria criativa em Palmas TO. Segundo o FIRJAN, o mesmo ocorre em todo o Brasil onde a participação de mulheres é inferior a dos homens, o sexo feminino ocupa 33% dos empregos formais enquanto o sexo oposto ocupa 67%.

Tabela 6 - Economia Criativa por Segmento – CONSUMO

ECONOMIA CRIATIVA EM PALMAS (CONSUMO)			
SEGMENTO	EMPREGOS	REMUNERAÇÃO MÉDIA	IDADE MÉDIA
Publicidade & Marketing	120	R\$ 4.104,05	33 anos
Arquitetura	547	R\$ 7.668,65	39 anos
Design	62	R\$ 2.273,23	31 anos
Moda	37	R\$ 1.742,27	30 anos

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 7 – Grau de Instrução – CONSUMO

GRAU DE INSTRUÇÃO – CONSUMO					
SEGMENTO	ANALFABETO	FUNDAMENTAL INCOMPLETO	FUNDAMENTAL COMPLETO	ENSINO MÉDIO COMPLETO	SUPERIOR COMPLETO

Publicidade & Marketing	0,0%	0,0%	1%	21%	78%
Arquitetura	0,0%	0,0%	0,0%	6%	94%
Design	0,0%	0,0%	3%	66%	31%
Moda	0,0%	8,1%	19%	70%	2,9%

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Conforme os dados apresentados na Tabela 6 e 7, dos 120 profissionais de Publicidade e Marketing da Indústria criativa em Palmas 0,0% deles têm o ensino fundamental incompleto, 1% possuem o ensino fundamental completo, 21% possuem ensino médio completo e 78% possuem ensino superior completo. Entre as áreas da indústria criativa o segmento que melhor remunera em Palmas destaca-se a da Arquitetura com média salarial de R\$ 7.668,05, idade média de 39 anos. Cabe ressaltar que esse segmento não conta com apenas arquitetos, o segmento de arquitetura engloba 6 profissões, conforme apresentado na tabela 1. Arquitetura conta com 547 profissionais, 6% possuem ensino médio completo e 94% desses profissionais possuem ensino superior completo

São 62 profissionais do Design na Economia Criativa em Palmas, desses profissionais 3% possuem ensino fundamental completo, 66% ensino médio completo e 31% possuem ensino superior completo.

Já o segmento de Moda com 37 profissionais, apresenta a menor média salarial de R\$ 1.742,27 e idade média de 30 anos, os profissionais mais jovens da área, 8,1% possuem ensino fundamental incompleto, 19% possuem ensino fundamental completo, 70% ensino médio completo e 2,9% possuem ensino superior completo, conforme apresentado na tabela 7.

No último mapeamento da Indústria Criativa divulgado pelo FIRJAN em 2019, o consumo foi à principal área criativa em relação a trabalhadores formais, representando em 2017 43,8% dos vínculos formais. A respeito do Tocantins em 2019, o consumo representava 35,2% dos empregos formais da indústria criativa do Estado.

Tabela 8 - Economia Criativa por Segmento – CULTURA

ECONOMIA CRIATIVA EM PALMAS (CULTURA)			
SEGMENTO	EMPREGOS	REMUNERAÇÃO MÉDIA	IDADE MÉDIA
Expressões Culturais	35	R\$ 1.676,50	37 anos
Patrimônio e Artes	17	R\$ 4.123,93	37 anos
Música	17	R\$ 2.673,20	33 anos
Artes Cênicas	63	R\$ 1.827,74	32 anos

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 9 – Grau de Instrução – CULTURA

GRAU DE INSTRUÇÃO – CULTURA					
SEGMENTO	ANALFABETO	FUNDAMENTAL INCOMPLETO	FUNDAMENTAL COMPLETO	ENSINO MÉDIO COMPLETO	SUPERIOR COMPLETO
Expressões Culturais	0,0%	11,4%	11%	77%	0,0%
Patrimônio e Artes	0,0%	0,0%	0,0%	35%	65%
Música	0,0%	0,0%	6,0%	47%	47%
Artes Cênicas	0,0%	1,6%	0,0%	71%	27%

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

No estado do Tocantins os profissionais da área da cultura representam 9,8% do total da indústria criativa do estado. A área da cultura em Palmas conta com 132 profissionais, distribuídos em 4 segmentos. Expressões culturais contam com 35 profissionais, 11,4% desses profissionais tem o ensino fundamental incompleto, 11% possuem o ensino fundamental completo, 77% ensino médio e 0% tem o ensino superior completo, conforme apresentado na tabela 8 e 9.

Sendo que o segmento da música conta com o menor número de profissionais, e o de expressões culturais com menor remuneração. Já o segmento de artes cênicas conta com maior número de empregos, sendo os profissionais desta categoria os de menor idade da área da cultura. Música conta com 17 profissionais na indústria criativa de Palmas, 0% desses tem o ensino fundamental incompleto, 6% têm o ensino fundamental completo, 47% têm o ensino médio completo e 47% desses profissionais possuem o ensino superior completo.

Cabe mencionar que a cultura é a menor área da Indústria criativa no Brasil, de acordo com o mapeamento da indústria criativa (2019), essa área representa 7,7% do total da economia criativa do país. Patrimônio e Artes contam com 17 profissionais, 35% dos profissionais têm o ensino médio completo e 65% tem o ensino superior completo. Artes ciências contam com 63 profissionais em Palmas, 1,6% desses profissionais não possuem o fundamental completo, 71% possuem o ensino médio completo e apenas 27% possuem o ensino superior completo.

No último mapeamento da Indústria criativa do Brasil as mídias representavam 11,4% dos trabalhadores da Indústria Criativa, no Tocantins mídias representa 22,7% da indústria criativa do Estado.

Tabela 10 - Economia Criativa por Segmento – MÍDIAS

ECONOMIA CRIATIVA EM PALMAS (MÍDIAS)			
SEGMENTO	EMPREGOS	REMUNERAÇÃO (MÉDIA)	IDADE MÉDIA
Editorial	253	R\$ 4.331,53	33 anos
Audiovisual	134	R\$ 3.419,18	36 anos

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da FIRJAN

Tabela 11 – Grau de Instrução – MÍDIAS

GRAU DE INSTRUÇÃO – MÍDIAS					
SEGMENTO	ANALFABETO	FUNDAMENTAL INCOMPLETO	FUNDAMENTAL COMPLETO	ENSINO MÉDIO COMPLETO	SUPERIOR COMPLETO
Editorial	0,0%	0,4%	1%	32%	67%
Audiovisual	0,0%	0,0%	4%	50%	46%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da FIRJAN

Em Palmas média conta com 387 empregos formais, distribuídos entre Editorial e Audiovisual, conforme a tabela 10. Editorial conta com 253 profissionais, 0,4% desses profissionais não possuem ensino fundamental completo, 1% possuem ensino fundamental completo, 32% possuem ensino médio completo e 67% possuem ensino superior completo. Audiovisual conta com 134 profissionais na indústria criativa de Palmas, 4% possuem ensino fundamental completo, 50% tem o ensino médio completo e 46% tem ensino superior.

De acordo com os dados apresentados pelo Índice FIRJAN (2019), tecnologia é o segundo maior segmento na indústria criativa do Brasil, e no estado do Tocantins tecnologia representa 32,3% do total e emprega 5.134 pessoas, distribuídos entre P&D, TIC e Biotecnologia

Tabela 12 - Economia Criativa por Segmento – TECNOLOGIA

ECONOMIA CRIATIVA EM PALMAS (TECNOLOGIA)			
SEGMENTO	EMPREGOS	REMUNERAÇÃO (MÉDIA)	IDADE MÉDIA
P&D	203	R\$ 6.888,03	40 anos
TIC	201	R\$ 3.153,51	31 anos
Biotecnologia	276	R\$ 6.385,56	37 anos

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Tabela 13 – Grau de Instrução – MÍDIAS

GRAU DE INSTRUÇÃO – MÍDIAS					
SEGMENTO	ANALFABETO	FUNDAMENTAL INCOMPLETO	FUNDAMENTAL COMPLETO	ENSINO MÉDIO COMPLETO	SUPERIOR COMPLETO
P&D	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
TIC	0,0%	0,5%	1%	65%	34%
Biotecnologia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da FIRJAN (2020)

Pesquisa e Desenvolvimento contam 203 profissionais na indústria criativa de Palmas, 100% desses profissionais possuem ensino superior completo. O segmento da Biotecnologia é o que conta com o maior número de empregos, o mais bem remunerado são os profissionais da Pesquisa e Desenvolvimento, esses profissionais também são os mais velhos, com idade média de 40 anos.

TIC conta com 201 profissionais na Economia Criativa de Palmas, 0,5% desses profissionais não possuem ensino fundamental completo, 1% possui ensino fundamental completo, 65% possuem ensino médio completo e 34% possuem o ensino superior completo. No segmento da Biotecnologia conta com 276 profissionais na Economia Criativa de Palmas, 100% desses profissionais possuem ensino superior completo, conforme apresentado na tabela 12 e 13.

Diante deste contexto a criatividade é vista como um impulsor para o desenvolvimento, conforme apresentado por FURTADO (1984). A economia criativa é vista como forma de geração de emprego e renda, conforme foi mostrado diversos atores ao longo desse trabalho. Apesar de um número relativamente pequeno de empregos na Economia Criativa, Palmas vem ganhando espaço nessa área da Economia, confirmando os resultados de Vieira (2013), no qual mostra que Palmas está entre as 10 capitais com maior potencial criativo.

Em relação a remuneração dos profissionais empregados na EC, De acordo com Oliveira, Araújo e Silva (2017) tem sido documentado na literatura que as ocupações criativas tendem a pagar melhores salários e têm sido associadas a empregos de melhor qualidade e níveis de satisfação acima das ocupações de rotina, por conta do compromisso e senso de envolvimento cultural e criativo.

Ainda de acordo com os autores, iniciativas culturais de base que promovem a inclusão social podem ser potencializadas a partir da abordagem da economia criativa, e que o desenvolvimento de certas indústrias criativas pode reduzir disparidades de gênero, uma vez que muitas mulheres trabalham na produção de artesanato, moda e áreas afins. Adicionalmente, as indústrias criativas podem reforçar a cultura como valores e tradições que identificam uma comunidade ou nação. Apesar disso, o resultado deste estudo aponta uma disparidade ainda muito grande entre Homens e Mulheres em Palmas, onde os homens representam 61% e as Mulheres 39%.

Cabe ressaltar a importância de políticas públicas para o desenvolvimento da Economia Criativa, com mais políticas que ajudem esse setor da economia, maior será a inclusão social na Economia Criativa, potencializando de forma positiva a geração de emprego e renda.

De acordo com o relatório da UNCTAD (2010), na formulação de políticas que estimulam as economias criativas locais, existem muitas maneiras de promover a inclusão e a coesão sociais, ao mesmo tempo em que se maximizam os empregos e demais oportunidades. Nos países em desenvolvimento, especialmente os países menos desenvolvidos, a economia criativa pode ser uma ferramenta para atenuar as tensões sociais. As atividades criativas, especialmente aquelas associadas às artes e às festividades culturais, contribuem para a inclusão de minorias normalmente excluídas. Além disso, as políticas da economia criativa podem facilitar maior absorção da juventude marginalizada, facilitada, em parte, pelo fato de que muitas já se encontram envolvidas em atividades criativas no setor informal da economia.

“O desenvolvimento futuro poderá alimentar-se da criatividade de nosso povo e efetivamente contribuir para a satisfação dos anseios mais legítimos deste” (Furtado, 1984, p. 30). Assim, fica evidente a importância desse ramo da economia para o desenvolvimento de um país e das pessoas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste trabalho apontam que Palmas ainda tem poucos empregos formais oriundos da indústria criativa, isso se deve ao fato que esse tipo de economia é algo relativamente novo, utilizar a criatividade para geração de valor veio com força nos últimos 30 anos e está em constante evolução. Entre as áreas da indústria criativa o segmento que mais emprega e melhor remunera em Palmas destaca-se a da Arquitetura e não conta com apenas arquitetos, engloba 6 profissões.

Destaca-se que Palmas sendo a capital do Tocantins, e que o estado tem como principais atividades o setor público e o agronegócio e a exportação de grãos commodities. Dessa forma entende-se que o fortalecimento da indústria criativa contribuiria para diminuir as desigualdades sociais, assim como para a inclusão de pessoas no mercado de trabalho e assim fomentar o desenvolvimento da economia local.

Recomenda-se a formulação de políticas públicas que estimulam as economias criativas locais, e promova a inclusão e a coesão sociais, ao mesmo tempo em que se maximizam os empregos e demais oportunidades.

Dessa forma deixo em aberto algumas lacunas para serem preenchidas com novas agendas de pesquisa. Tais agendas devem contribuir no entendimento sobre a importância da informalidade na Economia Criativa no Brasil e em Palmas.

REFERÊNCIAS

- AEVO. **ECONOMIA CRIATIVA: RELEVÂNCIA E POTENCIAL PARA OS NEGÓCIOS**. 2018. Disponível em: <https://blog.aevo.com.br/a-importancia-da-economia-criativa-e-seu-potencial-para-os-negocios/>. Acesso em: 15 nov. 2020.
- ALMEIDA*, Aline Santos de; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **A CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS DE ANDRADE, Maria. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10º ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa**. 2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/economicriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 15 nov. 2020.
- FURTADO, C. (1984) **Cultura e Desenvolvimento em época de crise**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- FURTADO, C. **O capitalismo global**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- GABRIELLE, Camila; RODRIGO, Matheus. **Indústria Criativa x Economia Criativa: Qual a diferença?** 2017. Disponível em: <<https://www2.faac.unesp.br/lecotec/projetos/oicriativas/index.php/2017/06/19/industria-criativa-x-economia-criativa-qual-a-diferenca/>>. Acesso em: 28 nov. 2020.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GOLDENSTEIN, Lídia. **Economia Criativa**. 2010. Disponível em: https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2010/07/ECONOMIA_CRIATIVA_LIDIA_GOLDENSTEIN.pdf. Acesso em: 10 out. 2020.
- HOWKINS, John **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas** (English Edition) Editora: Penguin; Edição: New Ed (27 de junho de 2002).
- IBGE. – **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/to/panorama>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- LEONELLI, Domingos. **CIDADES CRIATIVAS VERSUS DESIGUALDADE**. 2020. Disponível em: <<http://www.institutopensar.com/item.php?id=974&t=Cidades%20Criativas%20versus%20desigualdade>>. Acesso em: 26 nov. 2020
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MACHADO, Rosi Marques. **Da indústria cultural à economia criativa**. Rio de Janeiro. 2007.
- MARCONI, M. A. LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MICRO E PEQUENO PORTE DA ECONOMIA CRIATIVA. 2016. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/af1d/2bb1601348f40da4af0832c6b34c861b6fcc.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

NEWBIGIN, John. **A ECONOMIA CRIATIVA: UM GUIA INTRODUTÓRIO.** 2019. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em: 18 maio 2020

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL.** Rio de Janeiro: Ipea, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf>. Acesso em: 18 maio 2020.

ONU. **Organização das Nações Unidas.** 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/>. Acesso em: 10 out. 2020.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro; BENINI, Elcio Gustavo. **A Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado.** São Paulo: BrazilianJournalOfPoliticalEconomy, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572018000200324>. Acesso em: 18 maio 2020

PRODANOV, Cleber; FREITAS, Ernani. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2.ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013
REIS, Ana Carla Fonseca et al (Org.). Introdução. In: ANA CARLA FONSECA REIS (Org.). **ECONOMIA CRIATIVA: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itáu Cultura, 2008. p. 14-50.

SEBRAE. **Como o Sebrae atua no segmento de Economia Criativa.** 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa,47e0523726a3c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 30 nov. 2020.

SEBRAE. **Economia criativa: tendências em negócios.** 2020. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/blog/economia-criativa-tendencias-em-negocios/>. Acesso em: 15 out. 2020.

SILVA, Francisco Ranieri Moreira da. **As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira.** 2012. Disponível em: <https://cienciasmedicasbiologicas.ufba.br/index.php/nausocial/article/view/31173/18550>. Acesso em: 17 nov. 2020.

SOARES, Agnelo Rocha Nogueira; PIZZIO, Alex. **ECONOMIA CRIATIVA E GESTÃO DA CULTURA NA CIDADE DE PALMAS – TO.** Disponível em: <<http://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/view/16403>>. Acesso em: 15 nov. 2020.

UEMG. **Economia da Cultura e Economia Criativa**. 2016. Disponível em:
<http://extensao.uemg.br/culturaedesenvolvimento/?p=247>. Acesso em: 10 nov. 2020.

UNCTAD; ONU. **Relatório de Economia Criativa**. Disponível em:
<https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2020.

VIEIRA, Carolina Bilha. **ECONOMIA CRIATIVA: ÍNDICE DE POTENCIAL CRIATIVO DAS CAPITAIS BRASILEIRAS**. 2013. Disponível em:
<<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/103846>>. Acesso em: 30 nov. 2020.