

Boletim

Economia Criativa na Bahia 2021





GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Rui Costa

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO
Walter Pinheiro

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E
SOCIAIS DA BAHIA (SEI)
Jorgete Oliveira Gomes da Costa

DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICA (DISTAT)
Armando Affonso de Castro Neto

DIRETORIA DE PESQUISA (DIPEQ)
Jonatas Silva do Espírito Santo

EQUIPE TÉCNICA
Urandi Roberto Paiva Freitas (Coordenador Coest)
João Paulo (Coordenador Coref)
Guillermo Etkins (Cordenador Copes)
Carlota Gottschall (Coordenação Técnica)
Edilson Santos
Silvania Conceição
Geraldo A. Serra Neto

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL
EDITORIA-GERAL
Elisabete Cristina Teixeira Barretto

EDITORIA DE ARTE E DE ESTILO
Ludmila Nagamatsu

DESIGN GRÁFICO/EDITORAÇÃO
Vinícius Luz Assunção

REVISÃO DE LINGUAGEM
Bernardo Menezes



Sumário

ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA	2
METODOLOGIA	4
GRÁFICOS	7
Economia.....	7
Trabalho	14
REFERÊNCIAS	16



ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA



Os indicadores de economia criativa da Bahia visam a servir de instrumento para o planejamento de ações dos gestores públicos e dos agentes privados com objetivo de potencializar a centralidade da cultura baiana e minimizar as fragilidades do setor. Inicialmente, foram sistematizados dados relativos ao valor agregado do Produto Interno Bruto e ao mercado de trabalho.

Em um contexto mundial norteado pela consolidação da cultura como segmento estratégico da economia contemporânea, somente é possível a formulação de políticas públicas e a tomada de decisões empresariais balizadas por indicadores. A crescente aproximação entre os campos da cultura e da economia, desde o final do século XX, tem gerado uma convergência de interesses, primeiro incentivada pela crescente importância socioeconômica do conjunto das indústrias culturais e, depois, consolidada pelo advento da sociedade da informação, que diversificou a oferta e intensificou a demanda das mídias determinando mudanças estruturantes na forma de fazer, trabalhar, gerir e de consumir os bens e serviços de base cultural.

Os novos suportes, em particular a telefonia móvel, transformaram, inexoravelmente, a forma de acessar os bens culturais tradicionais ao tempo em que ampliaram a escala de trocas entre as culturas locais, regionais, nacionais e a produção planetária. Na atualidade, 90% da população mundial dispõem de aparelho celular e 75% dos indivíduos o utilizam como um terminal multifuncional de consumo cultural: escutar música, ver películas e séries, ler e jogar videogames. Em todo o mundo a população, independentemente de faixa etária, do nível socioeconômico ou região geográfica em que vive, usa a internet via celular para escutar música, ver televisão, ver filme, ler livro, acessar notícias, fazer pesquisas acadêmicas e estabelecer vínculos sociais.

A mudança no formato do consumo cultural determinou que, a cada ano, as atividades mais dinâmicas amplifiquem a sua importância na economia internacional. Em 2017, esses aglomerados valiam US\$ 2,250 bilhões e empregavam 30 milhões de pessoas pelo mundo. Vejamos o exemplo da indústria da música, um dos segmentos mais radicalmente impactados pelas novas tecnologias. De um ano para o outro, proveniente das vendas digitais, foi registrado no mercado internacional um salto na movimentação financeira de US\$ 6,7 bilhões (2015) para US\$ 7,9 bilhões (2016). O mercado cultural nos países em desenvolvimento (incluindo China e Índia), em um período de economias crescentes, apontou para a tendência de expansão, chegando em 2014 a representar 45% do comércio mundial de fluxo de bens e serviços culturais, contra 25% registrado em 2005. Estima-se que 3,4% do PIB mundial advêm de riquezas geradas pelas indústrias criativas e culturais.

Nas duas últimas décadas, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), em parceria com representantes institucionais de diversos países, buscou responder à necessidade de integrar a cultura à agenda de desenvolvimento dos países e, conseqüentemente, aprofundar o debate sobre a construção de indicadores macroeconômicos capazes de planejar, mensurar e avaliar esse fenômeno.

Na convenção de 2005 foi apresentado um manual metodológico com orientações normativas com as seguintes diretrizes: criar capacidade estatística e impulsionar o diálogo interinstitucional; evidenciar os setores de atividades (impactos econômicos) sem minimizar os benefícios intangíveis (coesão e inclusão social e tolerância); operar os trabalhos com grupos multiprofissionais; atuar em áreas estratégicas, tais como economia, emprego, consumo das famílias, educação, governança, participação social, igualdade de gênero, comunicação e patrimônio (Unesco, 2005). Em 2014, somaram-se novas orientações visando a definir um indicativo de classificação dos domínios culturais por atividades empresariais (CNAES) a ser adequado à vivência de cada território. Esse parâmetro, ao delimitar o campo cultural com base nos bancos de dados oficiais, permitiu delimitar o campo da economia criativa e da cultura nas esferas estadual, regional e nacional e, principalmente, possibilitou estabelecer comparabilidade internacional.



Em 2020/2021, os efeitos da pandemia atingiram em cheio o setor criativo, sobretudo os segmentos relacionados ao domínio de Atividades Culturais. O indicativo de isolamento social, ao definir o fechamento de espaços, o cancelamento de espetáculos e de festividades, repercutiu sobre a maneira produzir e exibir a cultura. O que se observa é a busca por alternativas sustentadas de sobrevivência e a continuidade de políticas públicas de apoio ao setor. Os meios digitais têm servido extraordinariamente como veículos de expressão e de retorno financeiro.

Neste contexto, a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia – SEI, no cumprimento de sua missão, está disponibilizando dados sobre a economia criativa no Estado na expectativa de que tais informações ajudem a elucidar a atual conjuntura, extremamente desafiadora quando se tem que administrar simultaneamente as crises de saúde pública e da economia dada a importância estratégica da cultura como geradora de riquezas, oportunidades de ocupações e de significados simbólicos para a comunidade baiana.

Com base no Código Nacional de Atividades Econômicas – CNAE indicados pela Unesco e pelo IBGE e nas metodologias de acesso aos bancos de dados definidas pelo Instituto e outros organismos oficiais, a SEI disponibiliza neste site, como dito, indicadores relativos à economia (valor agregado da economia criativa no PIB) e ao emprego (estoque de empregos formais). Os dados estão disponibilizados em gráficos (PDF) e tabelas em formato Excel para que possam ser reorganizados por pesquisadores e estudiosos, conforme necessitem.



METODOLOGIA



O *Manual Metodológico para Indicadores Unesco de Cultura para o Desenvolvimento*, ao indicar uma classificação setorial para o mercado cultural, tornou-se um marco na construção e comparabilidade internacionais do setor. Definiu-se que os domínios culturais englobam o conjunto de produção de bens, atividades e práticas culturais *core* ou centrais (patrimônio natural e cultural; apresentações artísticas e celebrações; artes visuais e artesanato; livros e imprensa; mídias audiovisuais e interativas; design e serviços criativos) e mais dois domínios: o transversal (patrimônio cultural imaterial; educação e capacitação; arquivos e preservação e equipamentos e materiais de apoio) e o relacionado (turismo; esportes e recreação), que mostram a importância do ciclo de produção e transmissão da cultura (Unesco, 2014).

Quadro 1

Classificação dos Domínios Culturais por Atividade Econômica – Brasil CNAE 2.0



Fonte: Unesco.

Neste trabalho se optou por não trabalhar o domínio cultural referente às atividades indiretamente relacionadas ao segmento cultural, visto que se poderia incorrer em sobreposição de dados referentes ao segmento de turismo.

Considerando-se os códigos de classificação de atividades (CNAE) definidas pelo IBGE e a partir das características locais foram selecionadas algumas atividades referentes ao campo da economia da cultura na Bahia. Esta seleção inicial tem por objetivo abrir o debate considerando os indicativos apontados pelos dados. Como dito, se partiu de duas linhas de atuação: economia e mercado de trabalho. Partindo de uma série histórica que alcança o período entre 2011 e 2018, o que nos permite identificar tendências comportamentais, mudanças estruturais e transformações. As modificações no mercado ficarão evidentes quando incluirmos o dados referentes aos anos 2020-2021, marcados pelo advento da pandemia do covid-19.

Vejamos os segmentos selecionados a partir dos domínios. *Atividades Culturais*: editorial, audiovisual, produção artística, equipamentos artísticos e culturais, música, artesanato, festas e celebrações. *Criações Funcionais – serviços criativos de base cultural*: serviços de arquitetura e design e publicidade. *Atividades Relacionadas ao Segmento Criativo*: comerciais, gastronomia, tecnologia da informação, atividades industriais, pesquisa e desenvolvimento. (Ver a subdivisão em CNAES nas tabelas).



Quadro 2

Exemplos de Atividades Culturais – Bahia

 Livros e periódicos	<ul style="list-style-type: none"> • edição de livro • jornais • revistas 	<ul style="list-style-type: none"> • cadastros • edição integrada de impressão de livros 	<ul style="list-style-type: none"> • impressões de jornais e revistas
 Artes cênicas, artes visuais e outras atividades artísticas	<ul style="list-style-type: none"> • artes cênicas, espetáculos e atividades complementares • fotográficas e similares • gestão de espaços 	<ul style="list-style-type: none"> • bibliotecas e arquivos • museus, restauração artísticas, conservação de lugares e prédios históricos 	<ul style="list-style-type: none"> • jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção
 Audiovisual, música e mídias interativas	<ul style="list-style-type: none"> • produção e pós-produção cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão • distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão 	<ul style="list-style-type: none"> • exibição cinematográfica • gravação de som e de edição de música • rádio e televisão aberta • programas e atividades relacionadas à televisão por assinatura 	<ul style="list-style-type: none"> • telecomunicação por fio, sem fio e por satélite • operadoras de televisão • agências de notícias
 Artesanato	<ul style="list-style-type: none"> • lapidação de gemas e fabricação de artefatos e joalheria 	<ul style="list-style-type: none"> • fabricação de instrumentos musicais 	

Fonte: Unesco.

No campo da economia o dado disponível é o *Valor Agregado* da economia criativa no *Valor Adicionado Total do Estado*. Para construir esse indicador, o IBGE¹ utiliza um conjunto de pesquisas com características estruturais anuais do segmento empresarial no Brasil tomando como referência uma amostra de empresas, o que possibilita acompanhar as mudanças setoriais ao longo do tempo. A partir delas é possível levantar um sistema de informações econômicas e financeiras baseado em variáveis de pessoal ocupado, receita, custos e valor adicionado, além de indicadores como porte médio das empresas e salário médio mensal. As informações sobre atividades culturais na Indústria são extraídas da Pesquisa Industrial Anual - Empresa - PIA-Empresa; as do Comércio são provenientes da Pesquisa Anual de Comércio - PAC e as dos Serviços não financeiros derivam da Pesquisa Anual de Serviços - PAS (IBGE, 2019). Dessa forma, utilizando-se esses mesmos conceitos foi possível estimar, com base no Sistema de Contas Regionais da Bahia, a participação das atividades da economia criativa – *economia da*

1 Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro. IBGE, 2019. 263 p. - (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, ISSN 1516-3296; n. 42).



*cultura*² – no Valor Adicionado total da Bahia. Ou seja, apesar de não consistirem num PIB da cultura, as estimativas realizadas guardam total correspondência com o Sistema de Contas Regionais da Bahia, que é a base para a estimativa do PIB baiano.

No Sistema de Informações e Indicadores Culturais - SIIC, a definição do escopo de atividades classificadas como culturais foi baseada no nível de classe da CNAE 2.0, a quatro dígitos, a fim de que os objetivos de detalhamento e maior precisão fossem alcançados. Entretanto, dada à estrutura do plano amostral original das pesquisas, foram necessários ajustes para atender o nível de abertura desejado. No caso da PIA-Empresa, foram contempladas no plano amostral todas as classes da CNAE 2.0 definidas como atividades industriais culturais. Na PAS e na PAC, algumas classes de atividades culturais comerciais e de serviços não estavam contempladas nos planos amostrais das duas pesquisas nesse nível de detalhamento, sendo necessário realizar uma estimação por domínios. E mais, optou-se por realizar o agrupamento de algumas atividades a quatro dígitos consideradas culturais para a PAC e a PAS, enquanto no caso da PIA-Empresa se preferiu considerar as classes (quatro dígitos) originais da CNAE 2.0. Tais agrupamentos buscaram atender a requisitos de precisão estatística (IBGE, 2019).

Para observar a relação da economia da cultura com o mercado de trabalho baiano, se utilizou a pesquisa RAIS/MTE, que mede o estoque de emprego formal. A RAIS é um registro administrativo, de periodicidade anual, criado para suprir a necessidade de controle, de estatísticas e de informações das entidades governamentais na área social. A base de dados da RAIS resulta de um processo de análise das declarações originais das empresas. As principais variáveis se referem aos empregos existentes em 31 de dezembro e admitidos e desligados segundo gênero, faixa etária, grau de escolaridade, tempo de serviço e rendimentos, desagregados em níveis ocupacional, geográfico e setorial (Ministério da Economia, 2015)³.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do IBGE investiga as condições do mercado de trabalho do País a partir de uma amostra com mais de 210 mil domicílios distribuídos por cerca de 3.500 municípios, a cada trimestre. Essa pesquisa levanta informações sobre o universo dos trabalhadores: aqueles com ou sem vínculo de trabalho formal; os desocupados, isto é, aquelas que não têm emprego e estão em busca de uma ocupação, e as diversas formas de subutilização da força de trabalho, os que atuam em diferentes formas de situações precárias, incluindo os subocupados por insuficiência de horas trabalhadas e, ainda, aqueles que necessitam e gostariam de poder buscar um emprego, mas não conseguem por terem que cuidar de crianças ou de pessoas idosas, por exemplo, e os chamados desalentados, aqueles que desistiram de buscar uma ocupação (IBGE, 2019)⁴.

A periodicidade de coleta da PNAD Contínua é trimestral, entretanto, em função da representatividade estatística do setor cultural, a sistematização dos dados é anual ou semestral.

2 É importante destacar que a SEI realiza, de forma independente deste trabalho, a estimativa das Atividades Correlatas do Turismo – ACTs. Isso implica que algumas atividades econômicas, dado o seu caráter transversal, podem estar presentes tanto na estimativa das ACTs quando da economia da cultura e, devido a essa característica, as participações obtidas em ambas as estimativas não devem, em qualquer hipótese, serem somadas, mas apenas comparadas quando em termos de participação na atividade econômica total da Bahia.

3 www.rais.gov.br/sitio/index

4 www.ibge.gov.br/comunicados



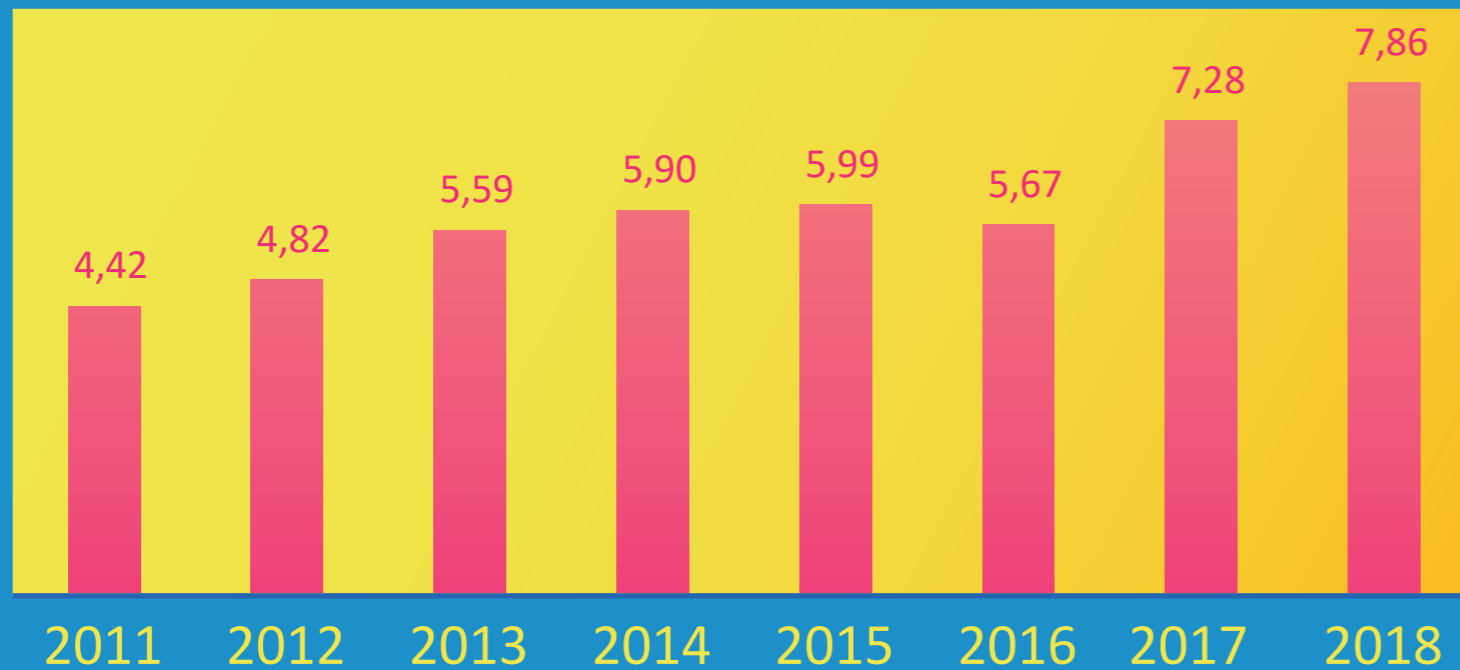
GRÁFICOS

Economia



Gráfico 1

Valor Agregado (VA) da Economia Criativa no PIB (Bilhões de Reais) – Bahia – 2011-2018



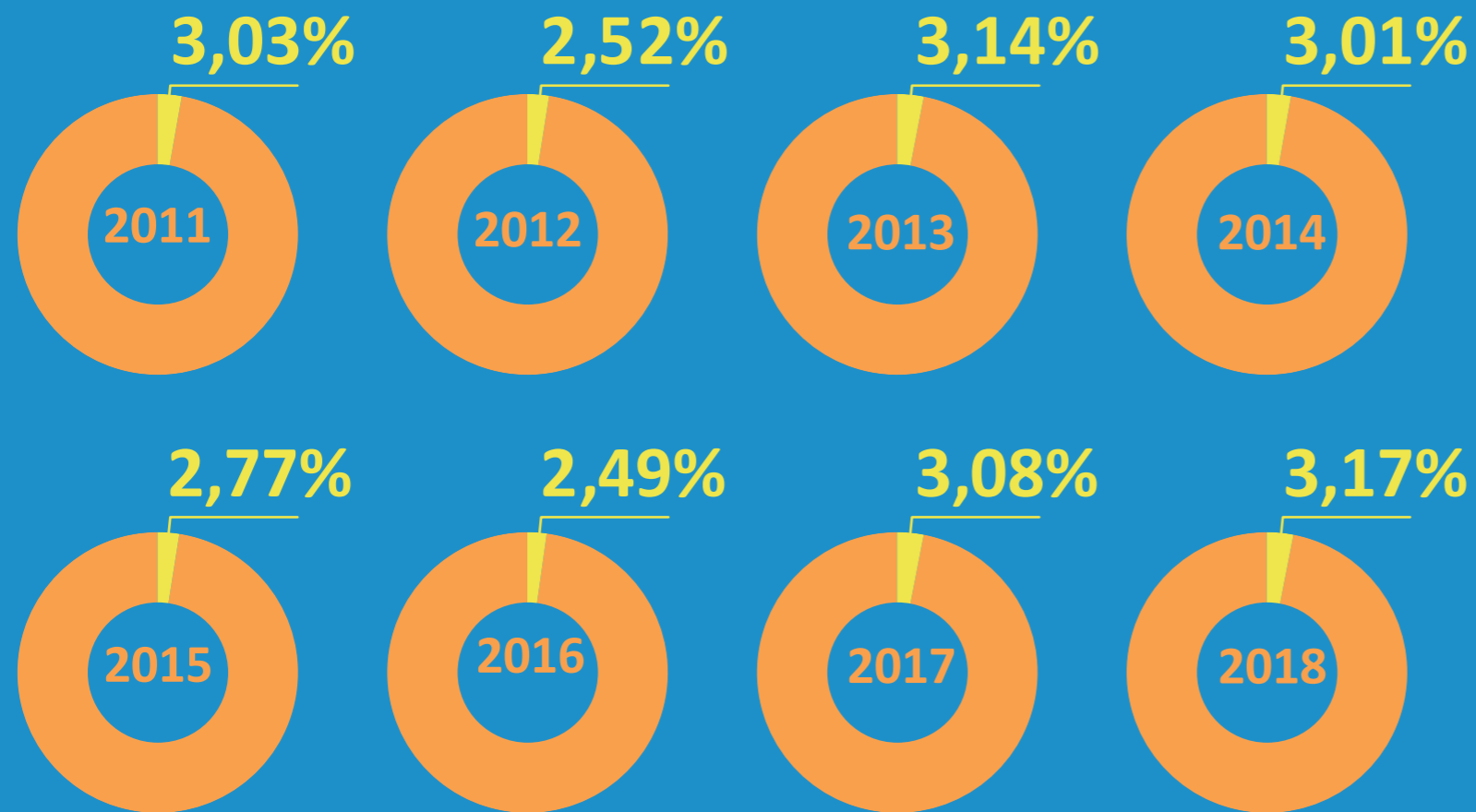
Fonte: IBGE, SEI.

Em 2018, a Economia Criativa movimentou R\$ 7,9 bilhões representando 3,2% do valor agregado do PIB



Gráfico 2

Participação do VA Economia Criativa no VA Total – Bahia – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 3

Participação média dos Domínios Culturais no VA do PIB – Bahia – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

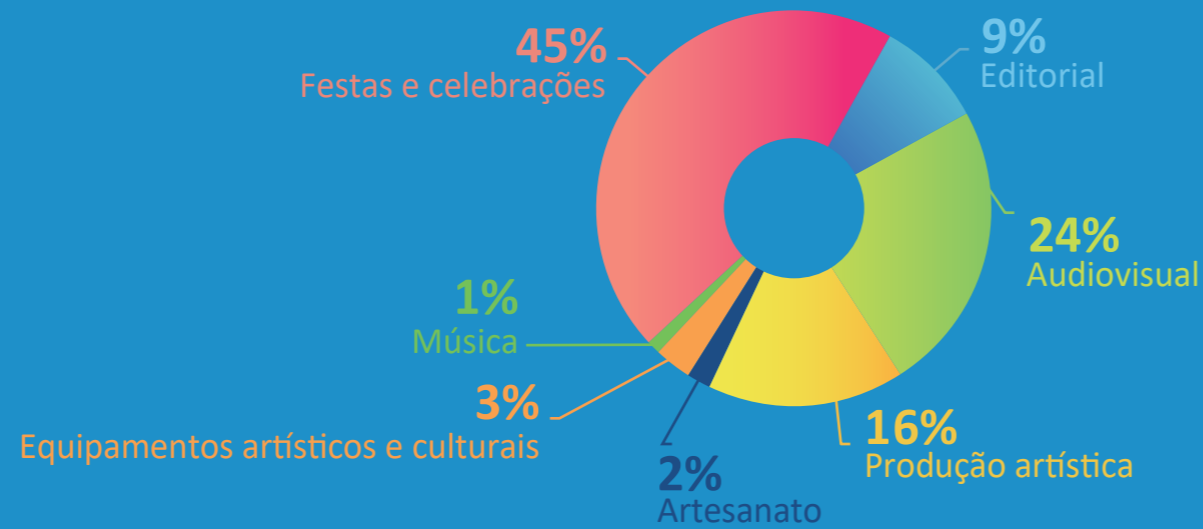


É no Domínio das Atividades Culturais que o poder público aloca mais recursos financeiros e de gestão



Gráfico 4

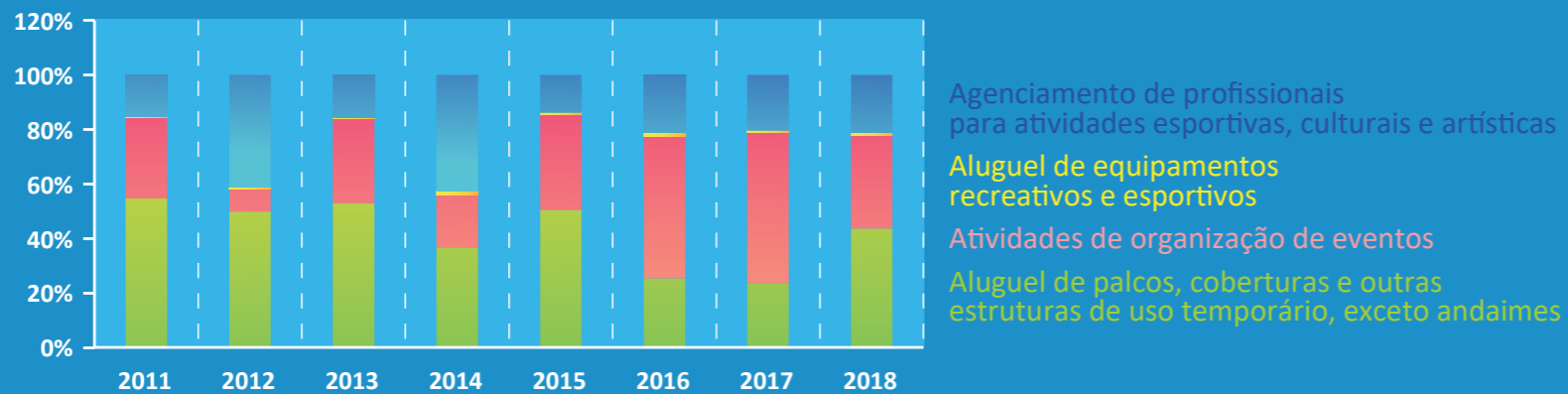
Participação média do Domínio Atividades Culturais, por segmento no VA do PIB – Bahia – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 5

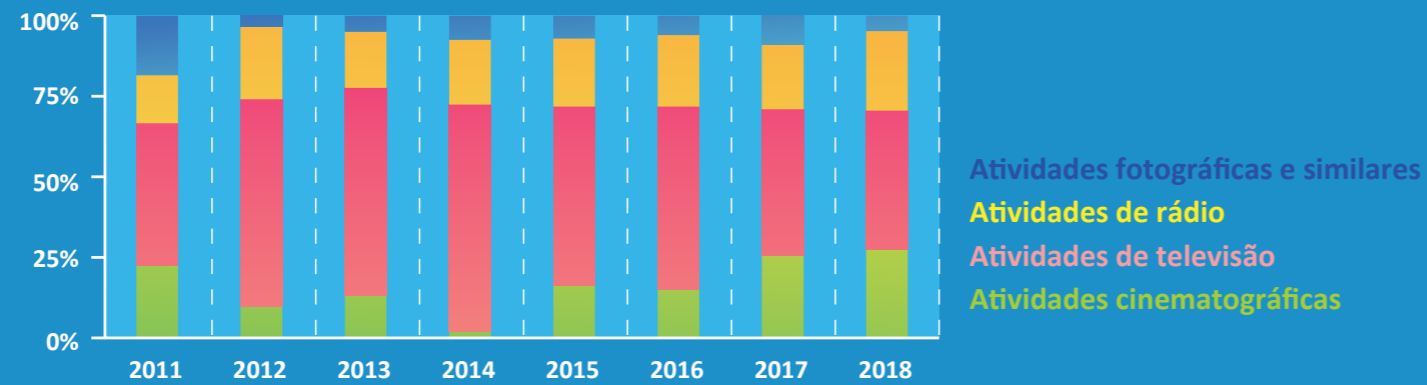
Evolução das subatividades de Festas e celebrações no VA do PIB – Bahia – 2011-2018 (Em %)



Fonte: IBGE, SEI.

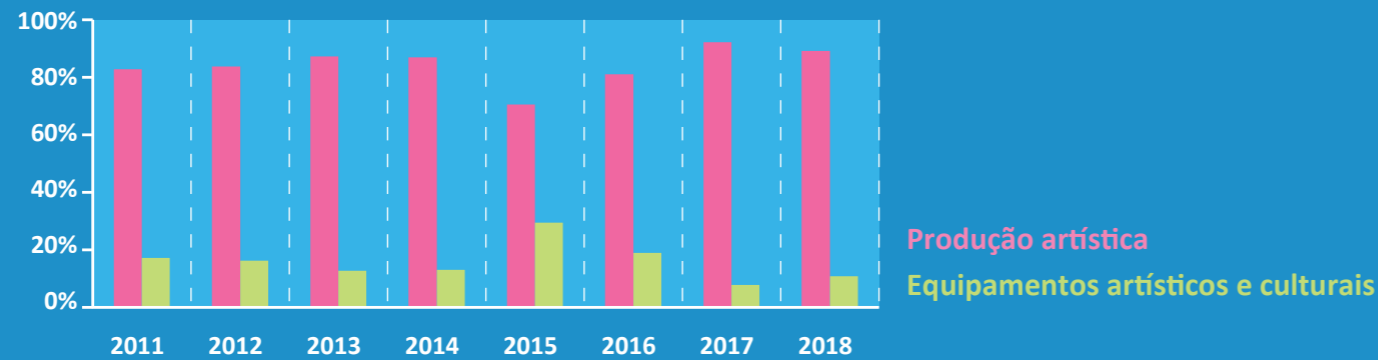


Gráfico 6
Evolução das subatividades de Audiovisual no VA do PIB – Bahia – 2011-2018



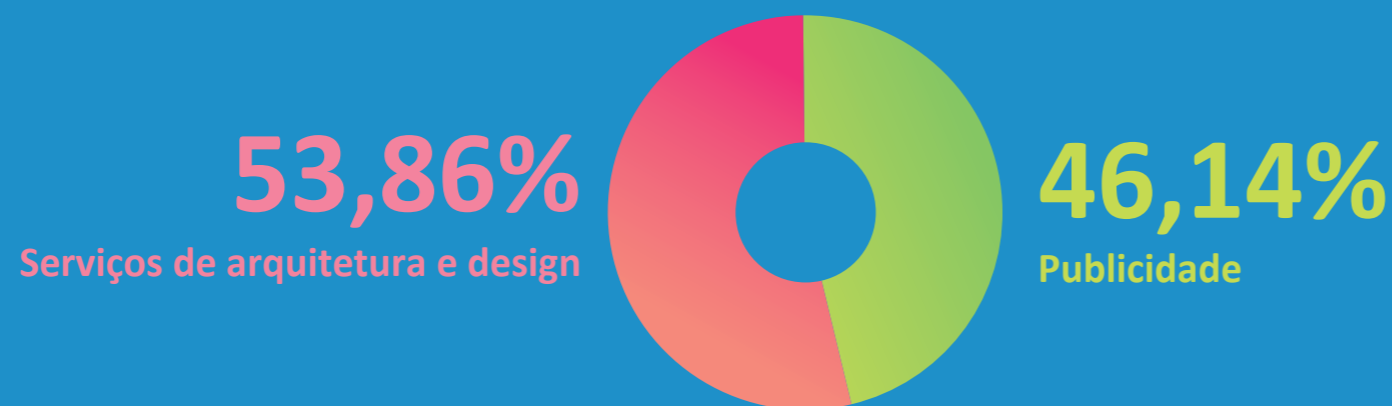
Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 7
Evolução dos segmentos de Produção artística e Equipamentos artísticos e culturais de Atividades Culturais no VA do PIB – Bahia 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 8
Participação média das Criações Funcionais - Serviços Criativos de Base Cultural no VA do PIB – Bahia – 2011-2018

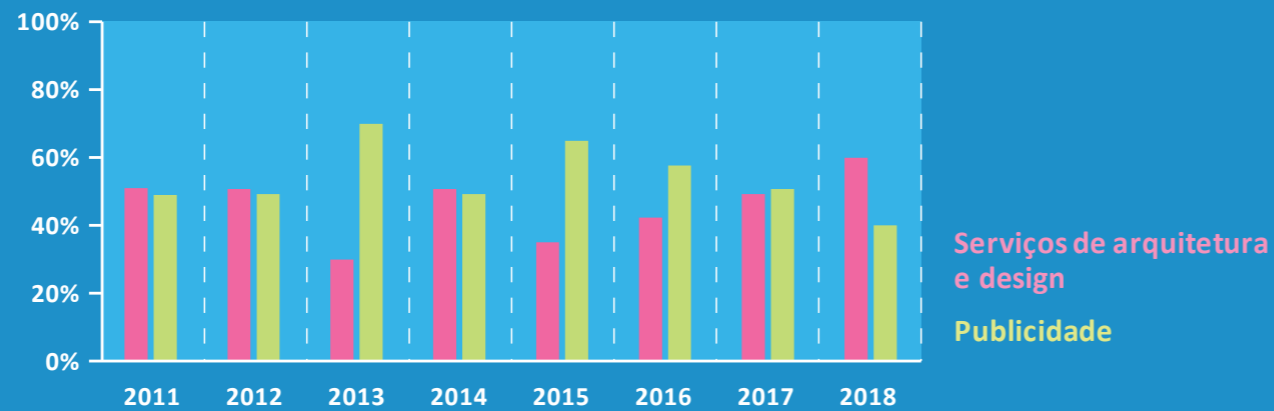


Fonte: IBGE, SEI.

Os mercados de arquitetura, design e publicidade são relativamente equivalentes

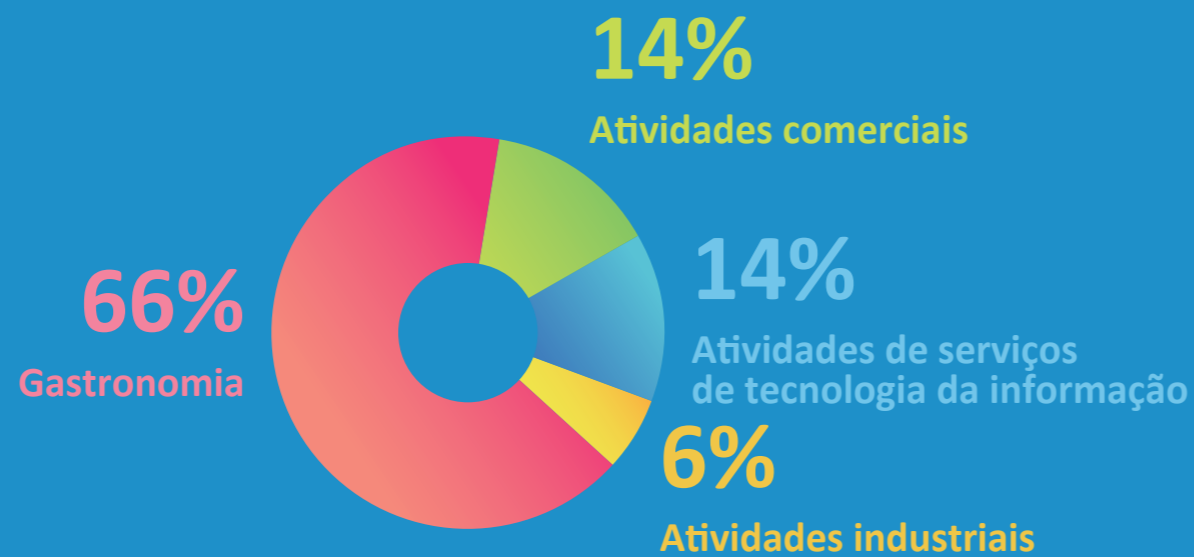


Gráfico 9
Evolução das Criações Funcionais - Serviços Criativos de Base Cultural no VA do PIB – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 10
Participação média das Atividades Relacionadas ao Segmento Criativo no VA do PIB – 2011-2018

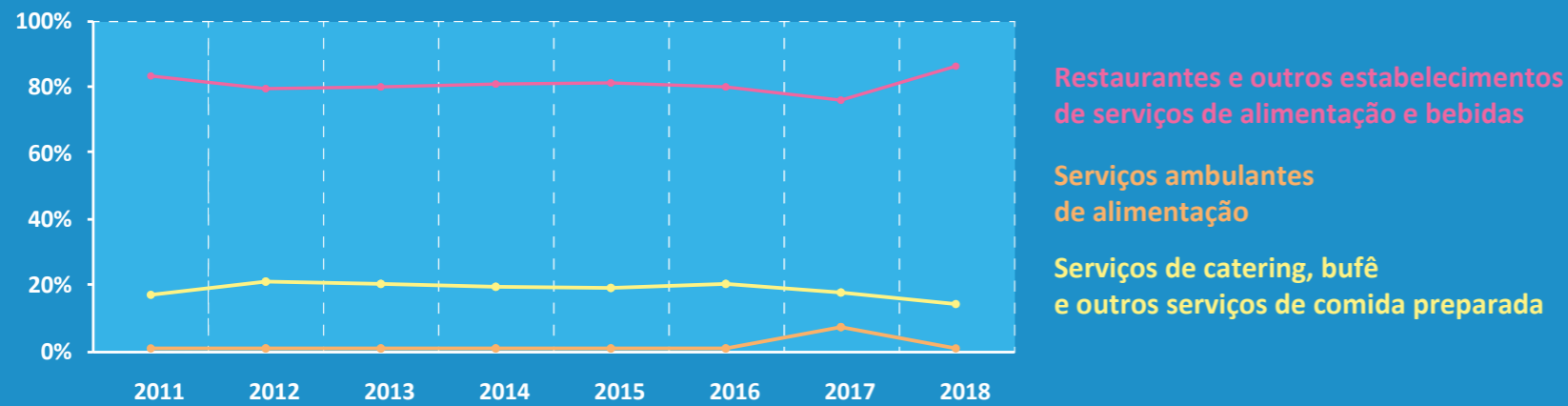


Fonte: IBGE, SEI.

O mercado turístico é o principal consumidor dos serviços de gastronomia

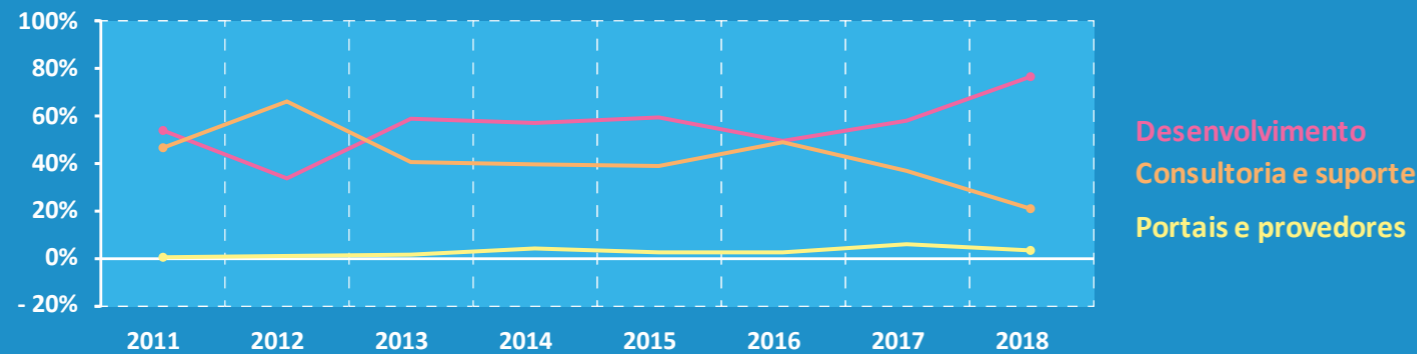


Gráfico 11
Evolução da subatividade de Gastronomia no VA do PIB – 2011-2018



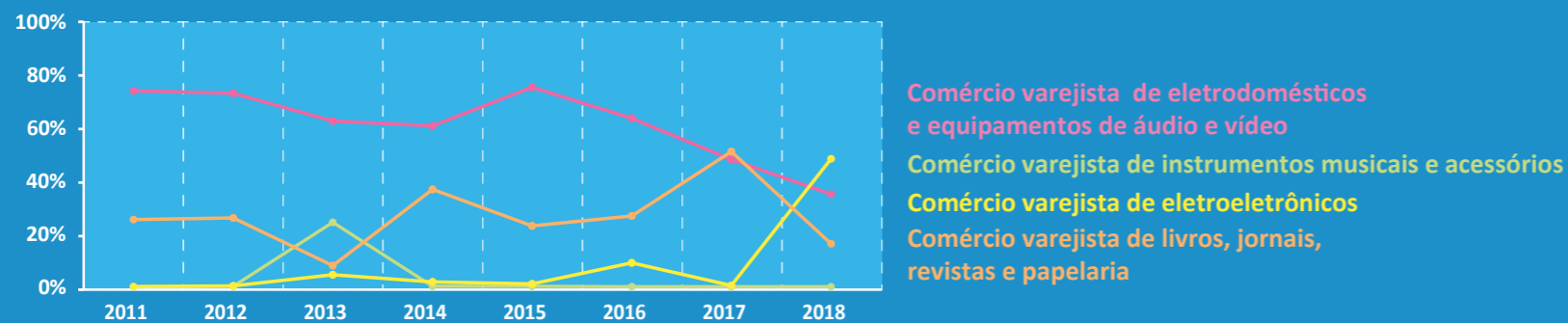
Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 12
Evolução da subatividade Tecnologia da Informação no VA do PIB – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 13
Evolução da subatividade Comercial no VA do PIB – 2011-2018



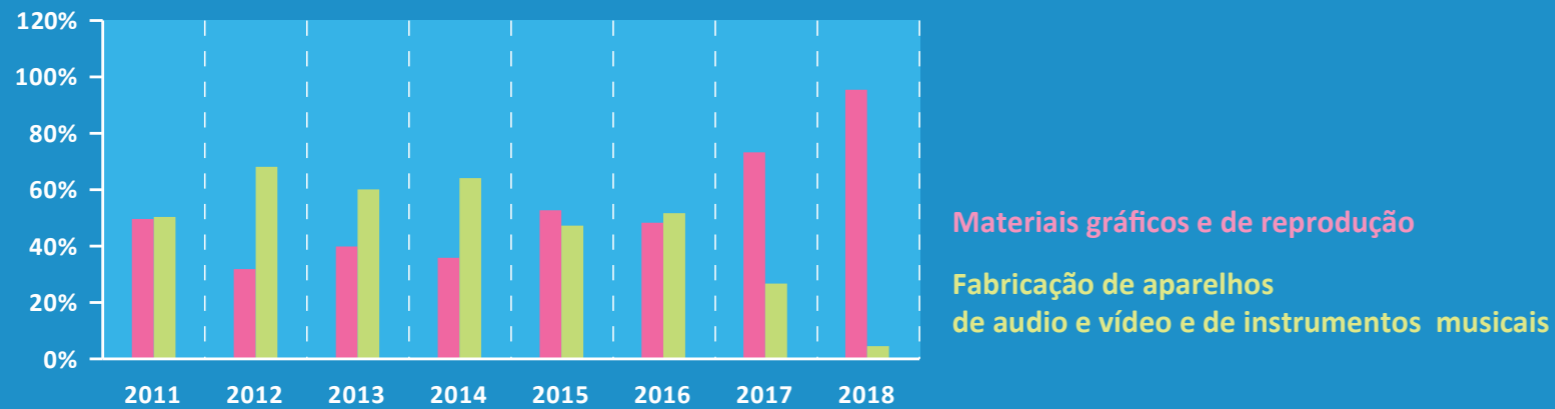
Fonte: IBGE, SEI.



Atividade de TI
vem se mostrando
crescente, sobretudo
no desenvolvimento de
programas, portais e
servidores

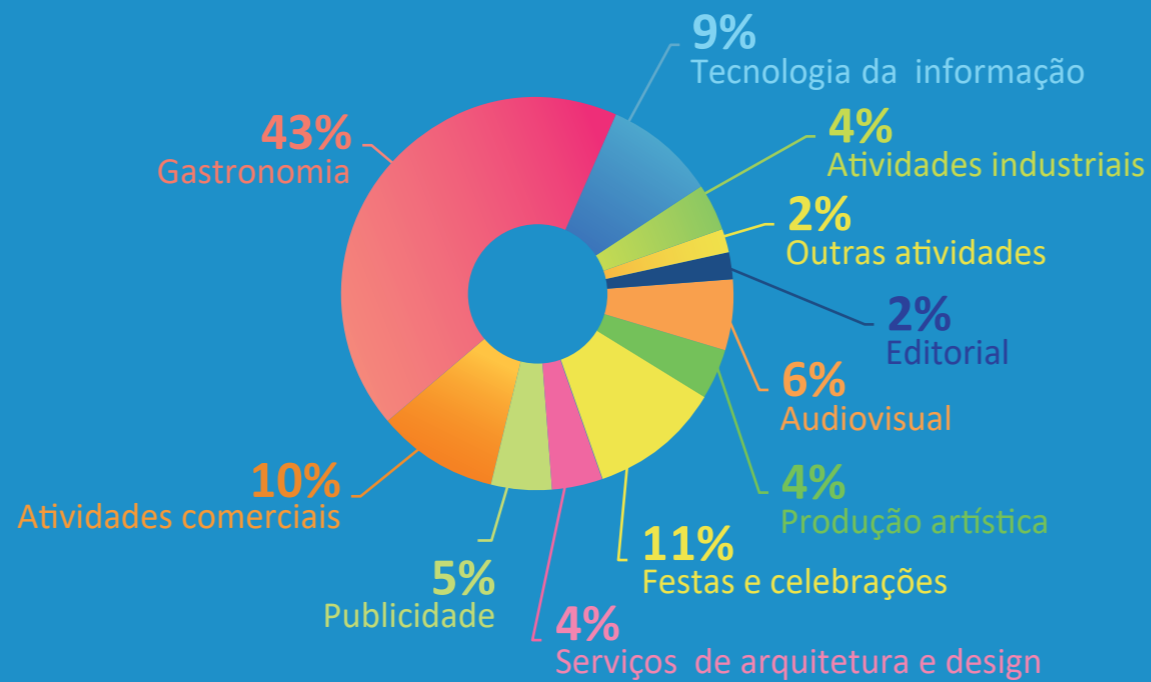


Gráfico 14
Evolução da subatividade Industrial no VA do PIB – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 15
Participação média das subatividades culturais no VA do PIB – Bahia – 2011-2018



Fonte: IBGE, SEI.
Nota: O Agrupamento outras atividades refere-se a participação média das atividades de música, artesanato e dos equipamentos artísticos e culturais.



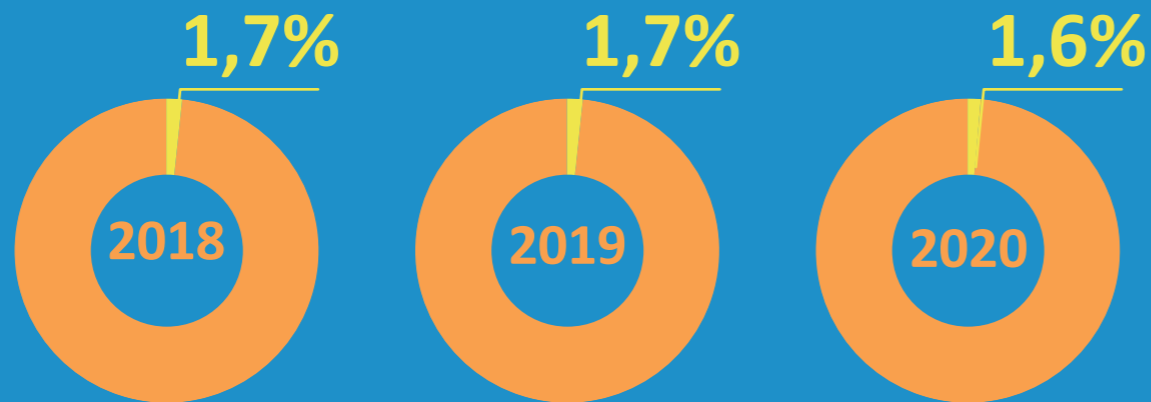
Festas e celebrações, TI, audiovisual, produção artística despontam como mercados potenciais



Trabalho

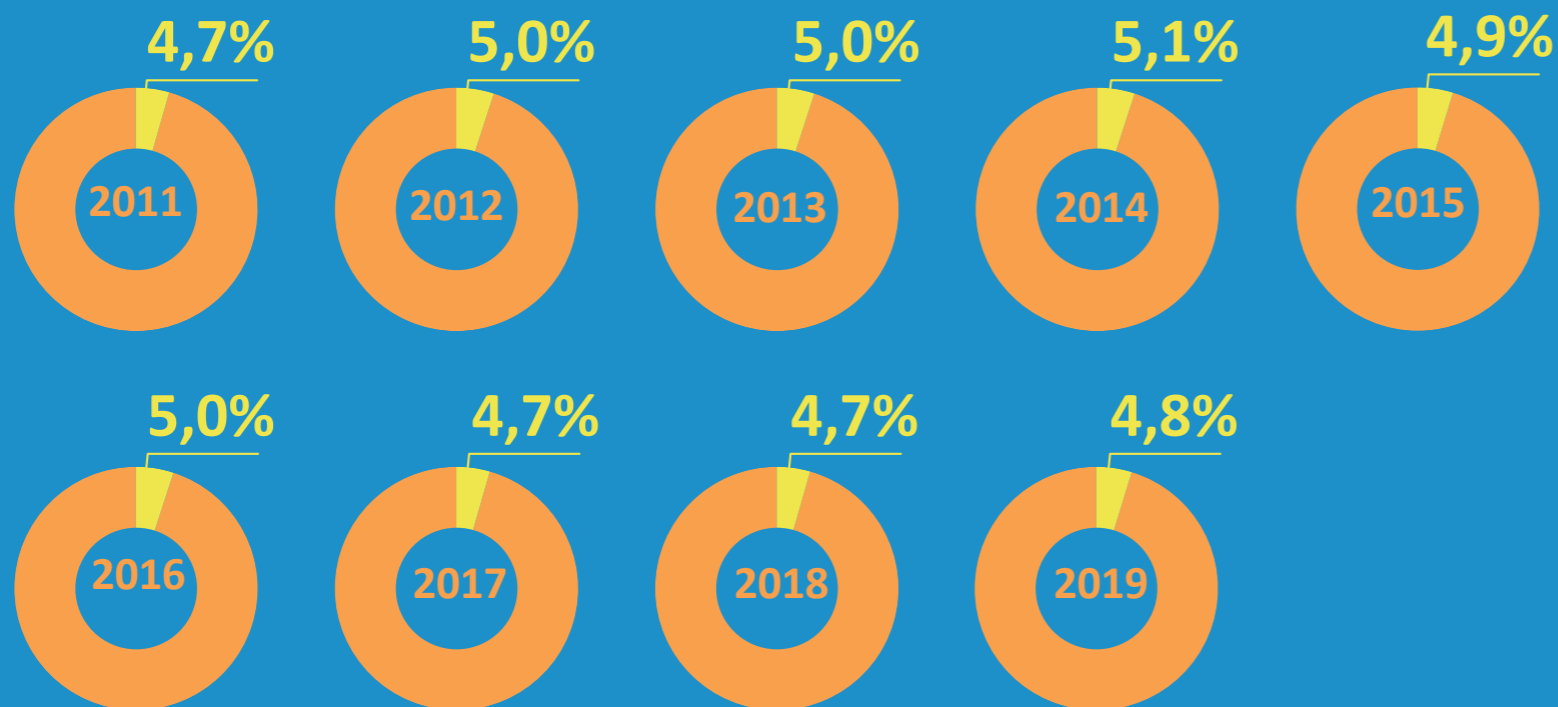


Gráfico 16
Participação (%) das Pessoas Ocupadas(1) em Economia Criativa em relação ao total de ocupados – Bahia – 2018-2020 (2)



Fonte: IBGE, SEI.
Notas: Dados sistematizados pela SEI/Dipeq/Copes, 2021.
(1) Ocupados na semana de referência para pessoas de 14 anos ou mais de idade.
(2) Resultados parciais para três trimestres.

Gráfico 17
Participação do emprego formal criativo no estoque total – Bahia – 2011 -2019

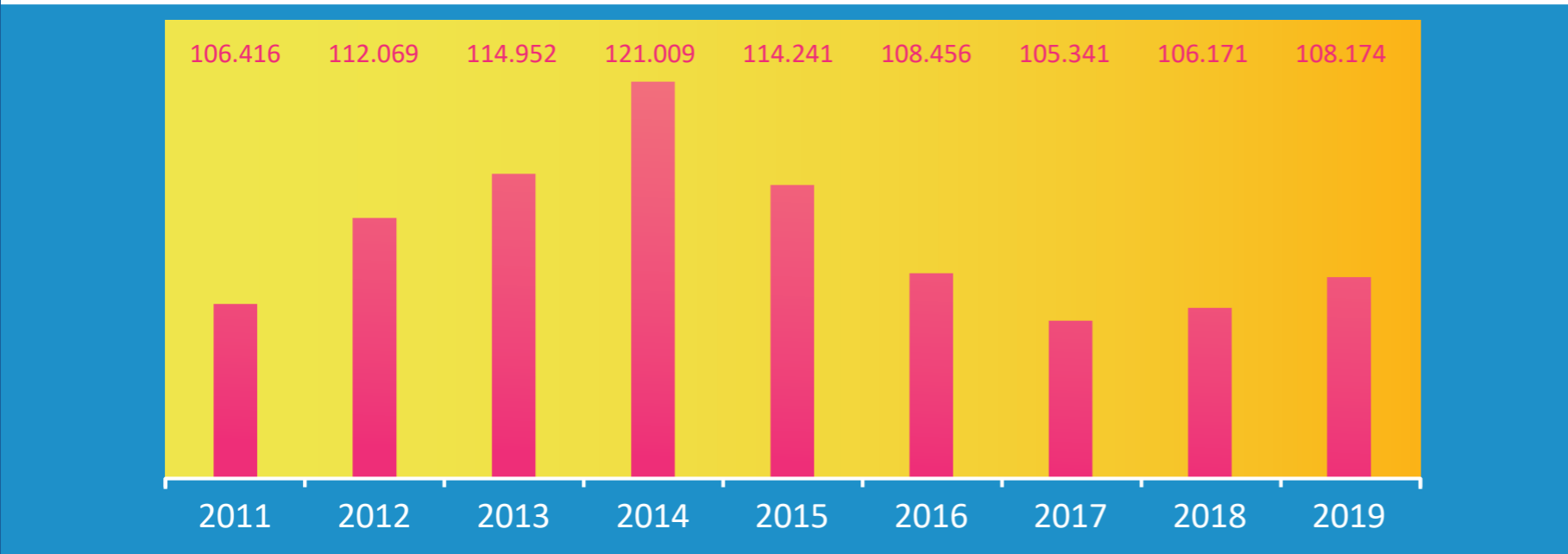


Fonte: IBGE, SEI.

Os trabalhadores criativos representam em média 1,7% das ocupações existentes no mercado de trabalho baiano

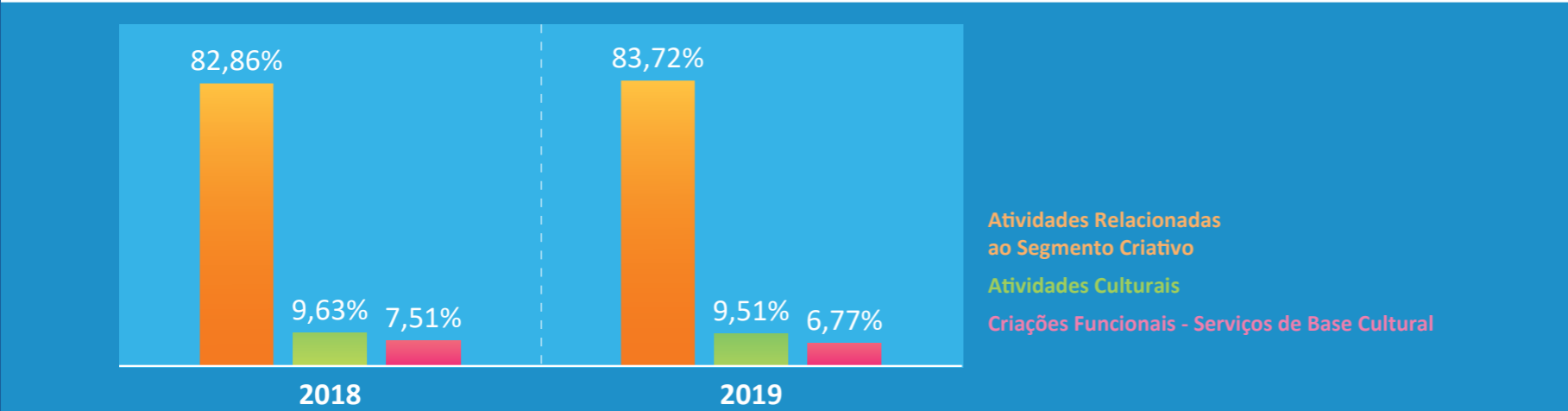


Gráfico 18
Evolução do estoque de empregos formais de Economia Criativa – Bahia – 2011-2019



Fonte: IBGE, SEI.

Gráfico 19
Participação (%) dos domínios culturais no estoque de emprego formal da Economia Criativa – Bahia – 2018/2019



Fonte: IBGE, SEI.



Atividades culturais de TV aberta, rádio, artes cênicas, espetáculos e fabricação de artefatos são as que mais geraram estoque de empregos formais



REFERÊNCIAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sistema de Contas Regionais do Brasil 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IINSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro. IBGE, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua 2020.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. Economia criativa no Espírito Santo. Painel de Indicadores. Vitória, ES, 2016.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA - UNESCO. *Culture for Development Indicators: Methodology Manual/UNESCO. Publicado en 2014 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y Oficina fuera de la sede de la UNESCO.*

