

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ITALO ROBERTO PEREIRA CARVALHO**

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO REGIONAL: uma análise do setor criativo no estado do Maranhão.**

São Luís

2021

**ITALO ROBERTO PEREIRA CARVALHO**

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO REGIONAL: uma análise do setor criativo no estado do Maranhão.**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Orientador: Prof. Dr. Hélio Trindade de Matos

São Luís

2021

Carvalho, Ítalo Roberto Pereira.

Economia criativa como estratégia para o desenvolvimento econômico regional: uma análise do setor criativo no estado do Maranhão / Ítalo Roberto Pereira Carvalho. – 2021.

19 f.

Orientador(a): Hélio Trindade de Matos.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

1. Economia Criativa. 2. Desenvolvimento econômico. 3. Maranhão.  
I. Matos, Hélio Trindade de. II. Título.

**ITALO ROBERTO PEREIRA CARVALHO**

**ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO REGIONAL: uma análise do setor criativo no estado do Maranhão.**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 17/09/2021.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Hélio Trindade de Matos (orientador)

Dr. em Administração de Empresas

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ricardo André Barbosa Carreira

Me. em Gestão Empresarial

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Nilson Costa Santos

Dr. em Engenharia Elétrica

Universidade Federal do Maranhão

## RESUMO

A ausência bate à porta do mundo, e é a causa do desequilíbrio em diversos segmentos e regiões pelo planeta. A economia criativa nasce para valorizar a criatividade como estratégia para o alcance de um maior desenvolvimento econômico, bem como a possibilidade de uma produção mais sustentável que utilize uma matéria prima que não se esgota: a criatividade. O mundo anseia por alternativas sustentáveis de produção e consumo, e a economia criativa tratada neste trabalho é considerada um dos pontos chaves para o alcance desta meta, porém é necessário conhecer e reconhecer a área como potência. Este trabalho concentrou-se na explanação sobre definição, origem e área de abrangência do setor criativo, utilizando como objeto de análise o estado do Maranhão, e que visa entender as potencialidades econômicas proporcionadas pelo desenvolvimento do setor criativo do território e a necessidade de maiores investimentos. Destaca-se como resultado o reconhecimento de implantação de políticas públicas que promovam o setor criativo, e o conseqüente aumento de investimentos que podem contribuir para o desenvolvimento econômico regional, em especial, no estado do Maranhão

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Desenvolvimento econômico. Maranhão.

## **ABSTRACT**

The absence at the door of the world and is the cause of imbalance in different segments and regions around the planet. The creative economy was born to value creativity as a strategy for achieving greater economic development, as well as the possibility of a more sustainable production that uses a raw material that does not run out: creativity. The world longs for sustainable alternatives for production and consumption, and this economy discussed in this work is considered one of the key points to reach this goal, but it is necessary to know and recognize the area as a power. This work focuses on the explanation of the definition, origin and scope of the creative sector, using as object of analysis the state of Maranhão, and which aims to understand the economic potential provided by the development of the territory's creative sector and the need for greater investments. The result is the recognition of the implementation of public policies that promote the creative sector, and the consequent increase in investments that can contribute to regional economic development, especially in the state of Maranhão

**Keywords:** Creative Economy. Economic development. Maranhão.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

RAIS:	Relação Anual de Informações Sociais.
MINC:	Ministério da Cultura.
ABNT:	Associação Brasileira de Normas Técnicas.
FIRJAN:	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro.
IBGE:	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01 - Definições sobre indústrias criativas compartilhadas	10
Quadro 02 - Áreas de abrangência da economia criativa	11
Figura 01 - Dinâmicas Próprias da economia criativa	12
Figura 02 - Princípios norteadores para a economia criativa no Brasil	12
Quadro 03 - Características de empreendedores criativos	13
Gráfico 01 - Número de trabalhadores criativos e remuneração média no Brasil	13
Gráfico 02 - Número de Trabalhadores Criativos e Remuneração Média	14
Gráfico 03 - Número de atividades ocupacionais na economia criativa	15
Gráfico 04 - Remuneração média da área criativa no Maranhão e Pernambuco	15
Quadro 04 - Desafio da economia criativa como política de desenvolvimento no Brasil	16

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>Gestão, criatividade e inovação: pilares para o desenvolvimento econômico</b>	<b>9</b>
<b>2.2</b>	<b>Origens e impactos de indústrias criativas</b>	<b>10</b>
<b>2.3</b>	<b>Economia criativa e o desenvolvimento através do intangível</b>	<b>11</b>
<b>2.4</b>	<b>Avanços econômicos e percepções sobre o setor criativo brasileiro</b>	<b>12</b>
<b>2.5</b>	<b>O estado do Maranhão como potência criativa</b>	<b>14</b>
<b>2.6</b>	<b>Um futuro de desafios na era da criatividade</b>	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>CAMINHOS METODOLÓGICOS</b>	<b>17</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>17</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>18</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>18</b>

## ECONOMIA CRIATIVA COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL: uma análise do setor criativo no estado do Maranhão.

Ítalo Roberto Pereira Carvalho <sup>1</sup>  
Hélio Trindade Matos <sup>2</sup>

**Resumo:** A ausência bate à porta do mundo, e é a causa do desequilíbrio em diversos segmentos e regiões pelo planeta. A economia criativa nasce para valorizar a criatividade como estratégia para o alcance de um maior desenvolvimento econômico, bem como a possibilidade de uma produção mais sustentável que utilize uma matéria prima que não se esgota: a criatividade. O mundo anseia por alternativas sustentáveis de produção e consumo, e a economia criativa tratada neste trabalho é considerada um dos pontos chaves para o alcance desta meta, porém é necessário conhecer e reconhecer a área como potência. Este trabalho concentrou-se na explanação sobre definição, origem e área de abrangência do setor criativo, utilizando como objeto de análise o estado do Maranhão, e que visa entender as potencialidades econômicas proporcionadas pelo desenvolvimento do setor criativo do território e a necessidade de maiores investimentos. Destaca-se como resultado o reconhecimento de implantação de políticas públicas que promovam o setor criativo, e o conseqüente aumento de investimentos que podem contribuir para o desenvolvimento econômico regional, em especial, no estado do Maranhão

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Desenvolvimento econômico. Maranhão.

**Abstract:** The absence at the door of the world and is the cause of imbalance in different segments and regions around the planet. The creative economy was born to value creativity as a strategy for achieving greater economic development, as well as the possibility of a more sustainable production that uses a raw material that does not run out: creativity. The world longs for sustainable alternatives for production and consumption, and this economy discussed in this work is considered one of the key points to reach this goal, but it is necessary to know and recognize the area as a power. This work focuses on the explanation of the definition, origin and scope of the creative sector, using as object of analysis the state of Maranhão, and which aims to understand the economic potential provided by the development of the territory's creative sector and the need for greater investments. The result is the recognition of the implementation of public policies that promote the creative sector, and the consequent increase in investments that can contribute to regional economic development, especially in the state of Maranhão

**Keywords:** Creative Economy. Economic development. Maranhão.

### 1 INTRODUÇÃO

A expressão economia criativa tem sua origem na Inglaterra, em meados da década de 1990. A área surgiu e se compôs organicamente como alternativa sustentável para o desenvolvimento econômico, abrangendo a atuação de indústrias criativas responsáveis pela execução de produtos e serviços.

No Brasil, a área é relevante possuindo significativa contribuição no PIB nacional. Dados da FIRJAN explicitam que a área é composta por 4 subáreas: consumo, cultura, mídias e tecnologia, englobando atividades que geram em média 837.206 mil empregos formais com salário médio de R \$6.801.

Como uma área nova, desafios e problematizações tangem as atividades do setor, assim como o interesse para com as pautas de investimento e criações de políticas para o ramo da criatividade. A relevância da temática no Brasil e no mundo, está associada ao estímulo à criatividade e inovação, de grande importância para o desenvolvimento de qualquer empresa, ou país, pois a criatividade e a inovação contínua em produtos e serviços se mostram necessárias em qualquer organização e carreira, mas para prosseguirmos na conquista de

---

<sup>1</sup> Aluno do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 17/09/2021, na cidade de São Luís/MA. Contato: italo.carvalho@discente.ufma.br;

<sup>2</sup> Professor(a) Orientador(a). Dr. em Administração de Empresas. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: helio.matos@ufma.br.

maior investimento para a área é preciso entender como a economia criativa contribui para o desenvolvimento econômico de localidades, estados e nações.

O presente estudo se debruçou no conhecimento que define a área criativa para justificar as potencialidades presentes nas atividades do setor, tendo como objeto o estado do Maranhão foi analisado a partir dos dados da área criativa disponibilizados pela plataforma da RAIS.

O objetivo da pesquisa se pauta no entendimento de como esta nova economia contribui para o desenvolvimento do estado, apresentando um panorama do setor criativo do estado do Maranhão, assim como a mensuração das ocupações ativas do setor e das rendas que as mesmas geram.

O documento possui referencial teórico organizado em seis seções, sendo primeira voltada para a apresentação da criatividade e inovação como novas moedas para o alcance de um desenvolvimento econômico sustentável. A seção seguinte destina-se ao entendimento das origens e impactos das indústrias criativas que são responsáveis pelas atividades do setor e consequentemente pela geração de renda, impactos intangíveis e formativos.

A terceira seção volta-se para a exposição da economia criativa na sua essência, ratificando a relevância da área, suas definições, áreas de abrangência e dinâmica de funcionamento. Na quarta seção do referencial teórico, é possível observar a exposição de dados econômicos e avanços no Brasil, reflexos da atuação da área criativa, a quantificação monetária da área é exposta assim como os campos de impacto no desenvolvimento do setor. A seção seguinte, considerada de crucial importância para o desenvolvimento da pesquisa, visto que se trata da exposição de dados e referências sobre o estado do Maranhão, objeto central do estudo e que se relaciona com a questão norteadora do trabalho.

Na última seção do referencial, mostra-se o futuro de possibilidades que a área da economia criativa possui a partir dos desafios vivenciados pelo setor e percebidos pelos interessados na área, e que servem para indicar quais caminhos precisam ser resolvidos com o intuito atribuir maiores investimentos para o setor, e assim contribuir cada vez mais para o desenvolvimento dos estados brasileiros. Por fim, em seguida apresenta-se os tópicos relacionados à metodologia da pesquisa, resultados e discussões, considerações finais e as referências.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Gestão, criatividade e inovação: pilares para o desenvolvimento econômico**

Percebendo as novas transformações sociais, especificamente neste período, em que o mundo se encontra imerso em uma pandemia, é possível perceber que estas novas configurações afetam a dinâmica organizacional em diversos segmentos.

Segundo Afonso (2020), a pandemia obrigou a sociedade a desenvolver novos hábitos na rotina de trabalho, em casa, e principalmente na forma de consumo. Estas obrigações ainda irão se perpetuar por mais algum tempo, porém é preciso que se eleja, de forma rápida, novas formas de reconstrução econômica, e a criatividade se mostra como uma excelente possibilidade para este exercício, sabendo que a mesma é constantemente vista e ressignificada por economistas como propulsora do desenvolvimento e do crescimento econômico (BOTELHO, 2011).

Segundo Rocha e Santos (2020), a criatividade pode ser classificada em três grandes áreas: a criatividade artística, a criatividade científica e a criatividade econômica, ambas associadas paralelamente à gestão da inovação. Depreende-se, assim, dos estudos realizados por Chibás, Pantaleon e Rocha (2013), que a criatividade é entendida como algo bastante

psicológico, e que ampliando o escopo de atuação de cada uma destas áreas pode-se encontrar: a criatividade na área artística, que se utiliza de uma criatividade mais imaginativa, expressões diferentes, interpretações dos fatos do mundo de forma original; na área científica que envolve um maior senso de busca, curiosidade, resoluções de problemas existentes ou em que ainda podem surgir; já na área econômica é um pouco mais dinâmica, com a utilização de ferramentas que com foco em desenvolvimento, em vantagens competitivas, busca a agregação da tecnologia, da inovação, entre outras práticas empresariais, com foco econômico. (AMARAL E PEDROSA, 2019).

Inferre-se, portanto, a necessidade de ligação entre os dois tipos de gestão, citados anteriormente, para a garantia do desenvolvimento organizacional, entendendo que a gestão da criatividade se refere aos processos internos de criação, elaboração de ideias e projetos, em resumo, refere-se a causas, enquanto a gestão da inovação relaciona-se com os produtos, os efeitos da criatividade e os resultados.

Produzir conteúdos relacionados a criatividade, a inovação ou a economia não é algo novo, porém o que se mostra como novidade é a natureza e extensão do relacionamento entre essas áreas, que culminam e enfatizam a necessidade de explorar novas ferramentas para o desenvolvimento econômico de um país, região ou localidade (HOWKINS, 2001). A combinação destas áreas cria um extraordinário valor e riqueza, que irão compor as características centrais da economia criativa, que se encontra como uma área de profundo interesse para o desenvolvimento econômico, definido por Bresser (2008), como um processo de acúmulo de capital e que está comumente incorporado ao progresso técnico de trabalho e capital, resultando no aumento de produtividade, salários, e do padrão médio de vida da população.

Nesse contexto, para Bresser (2008), o desenvolvimento econômico, base também para o êxito da atuação de indústrias criativas, supõe uma sociedade capitalista onde há empresários e trabalhadores, lucros e salários, acumulação de capital, progresso técnico, um mercado coordenando o sistema econômico e um estado regulando esse mercado e complementando sua ação coordenadora.

## 2.2 Origens e impactos de indústrias criativas

As indústrias criativas possuem suas origens, primeiras montagens e discussões sobre suas atuações na Inglaterra, por volta dos anos 1990 (BENDASSOLLI, 2008). Foi construída com o intuito de designar os setores em que a criatividade era uma dimensão essencial para a existência de determinados negócios, compreendendo um leque extenso e diversificado de atividades relacionadas, como apresentado no Quadro 01.

Quadro 01 - Definições sobre indústrias criativas compartilhadas

<b>DEFINIÇÃO 1</b>	“As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).”
<b>DEFINIÇÃO 2</b>	“Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.”
<b>DEFINIÇÃO 3</b>	“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento.”

Fonte: Adaptado de Bendassolli (2008)

De acordo Bendassolli (2008), o contexto do surgimento de indústrias focadas na criatividade advém de mudanças sociais e econômicas que deslocaram a concentração das atividades industriais para exercícios intensivos na área do conhecimento, relacionada a passagem da sociedade industrial para a sociedade pós-industrial, culminando na virada cultural, movimento que combinou a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas, ratificando a passagem de uma economia fundada no uso intensivo de capital, trabalho e produção em massa, para uma economia baseada no capital intelectual, centrada nas pessoas, em suas capacidades intelectuais, de formação de redes e trocas de conhecimento.

### 2.3 Economia criativa e o desenvolvimento através do intangível

Segundo o Relatório de Economia Criativa (2010), investir em processos de inovação é uma opção encontrada por muitas empresas que vivenciam cenários competitivos, de crises e até mesmo em momentos de reorganização. A economia criativa é considerada desta forma como o centro das indústrias criativas, quando se compreende as suas formas de atuação para além do sentido teórico, percebendo-se os impactos que possuem, que movem e o que geram. A área é considerada promissora e apresenta diversos benefícios, tais como: geração de emprego e renda, exportação, inclusão social, diversidade cultural, inovação, e mesclagem de aspectos sociais, culturais e econômicos.

Para Pedrosa e Amaral (2019), a forma diferenciada de atuação que a economia criativa possui tem sido o ponto relevante que chama a atenção de países ao redor do mundo, que utilizam a criatividade como ferramenta estratégica para criar cenários econômicos mais favoráveis. Compreende-se, portanto, que a atuação nesta nova economia consiste nas transações de serviços e produtos criativos, e segundo Howkins (2013, p. 17), “cada transação feita pode ter dois valores complementares: o valor da propriedade intelectual intangível e o valor de suporte ou plataforma física”.

Segundo o mapeamento pela FIRJAN (2019), as indústrias criativas, cerne para a atuação da economia criativa, podem ser divididas em quatro grandes áreas de abrangência que contribuem para o desenvolvimento econômico de países, objetivando o desenvolvimento sustentável, ou seja, priorizando englobar o social, o econômico e o ambiental, desta forma apresentados no Quadro 02.

Quadro 02 - Áreas de abrangência da economia criativa

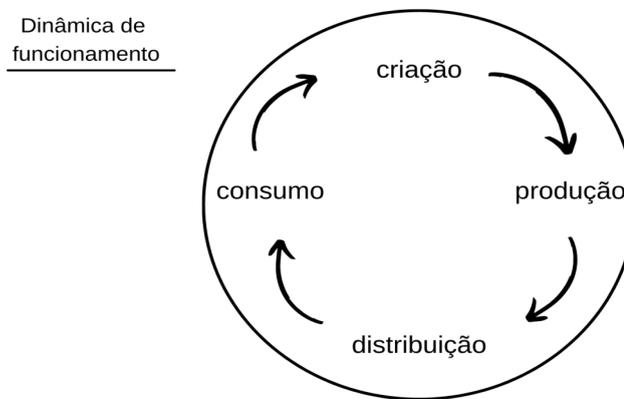
CONSUMO	CULTURA	MÍDIAS	TECNOLOGIA
Publicidade & Marketing: Atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos	Expressões Culturais: Artesanato, folclore, gastronomia	Editorial: Edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital	P&D: Desenvolvimento experimental e pesquisa em geral exceto biologia
Arquitetura: Design e projeto de edificações paisagens e ambientes. Planejamento e conservação	Patrimônio & Artes: Serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.	Audiovisual: Desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão	Biotecnologia: Bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais
Design: Design gráfico, multimídia e de móveis	Música: Gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical		TIC: Desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica

Moda: Desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas	Artes Cênicas: Atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança		
---	---	--	--

Fonte: Adaptado de FIRJAN (2019)

Autores como Rocha e Santos (2020), consideram que a economia criativa também compreende áreas de responsabilidade política e de administração pública, sendo muitas das ações canceladas pela criação de um ministério com o objetivo de priorizar as ações de departamentos especializados. Assim, por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a economia criativa, suas atividades, redes construídas e bens e serviços gerados, dialogam com dinâmicas próprias, como é possível ser observado na Figura 01.

Figura 01 - Dinâmicas Próprias da economia criativa



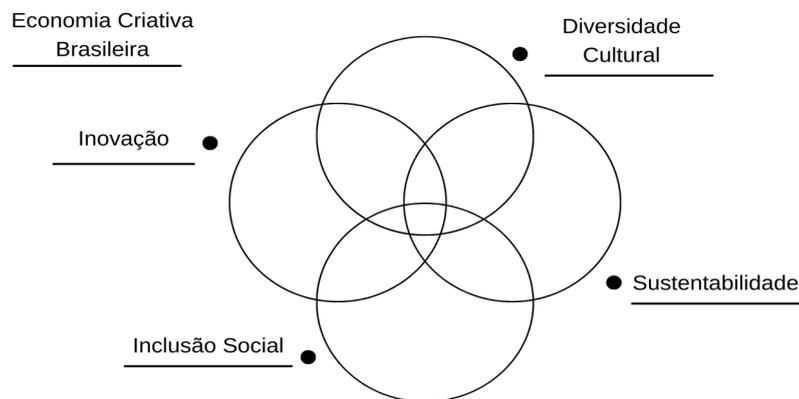
Fonte: Adaptado de MinC (2011)

## 2.4 Avanços econômicos e percepções sobre o setor criativo brasileiro

O Brasil, sendo um país detentor de muitas manifestações culturais, diversidade e pluralidade no que tange a criatividade e a tecnologia social possui uma significativa contribuição dos setores da criatividade na composição do produto interno bruto (PIB) nacional. Sendo possível destacar que, de acordo com a Firjan (2019), as atividades do setor criativo foram responsáveis por gerar R\$ 171 bilhões, ou 2,61% do total de todo o PIB brasileiro produzido em 2017, frente a 2,1% em 2004.

A área tem potencial para ser vetor de um desenvolvimento econômico mais rápido e com maior qualidade proporcionando valores como a inclusão social, e o respeito à diversidade cultural encontrada na sociedade brasileira e mundial. O Plano de Economia Criativa desenvolvida pelo Ministério da Cultura (Minc,2011), apresentou os princípios norteadores para a área, que podem ser observados na Figura 02:

Figura 02 - Princípios norteadores para a economia criativa no Brasil



Fonte: Adaptado de Minc (2011)

Pedrosa e Amaral (2019) explicitam que os trabalhos desempenhados na área da economia criativa são chamados também de atuações criativas, possuindo a oportunidade de desenvolvimento de capacidades intelectuais, bem como a obtenção de uma remuneração para a realização desta.

Os empreendedores criativos, assim chamados os trabalhadores da área da economia criativa, e que segundo Howkins (2013), usam a criatividade para liberar a riqueza que se encontra dentro deles, acreditando que se bem administrada, gera mais riqueza, possuindo singularidades nos métodos de execução de seus trabalhos, pois as suas necessidades vão além do capital, da geração de riqueza, ou monetização de seus serviços e produtos, possuindo íntima ligação com suas realizações individuais nesta classe econômica, ação esta que, de acordo com Pedrosa e Amaral (2019), auxilia no aperfeiçoamento de capacidades intelectuais, assim como o apoio ao desenvolvimento da força de trabalho de um país pela geração de bens e serviços.

Howkins (2013), elenca cinco características comuns ao empreendedor criativo, conforme pode ser observado no Quadro 03.

Quadro 03 - Características de empreendedores criativos

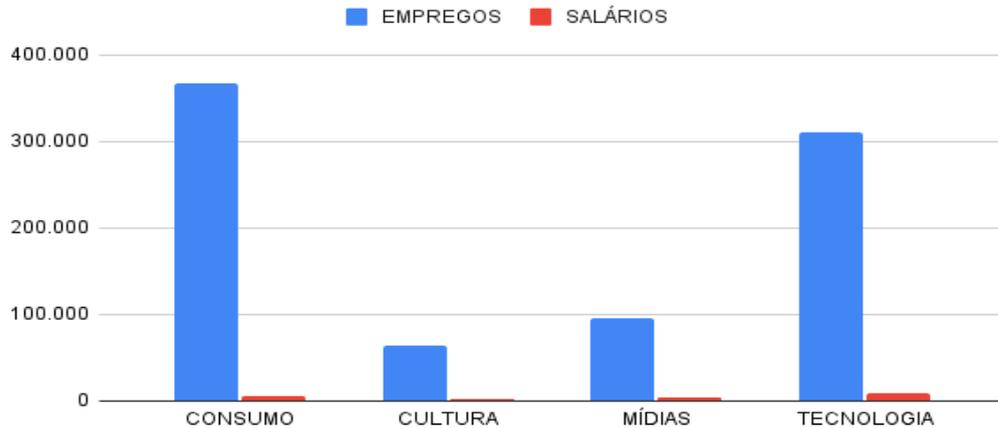
<b>Visão</b>	O empreendedor tem um sonho e quer transformá-lo em realidade.
<b>Foco</b>	O empreendedor é obstinado pela realização deste sonho.
<b>Perspicácia financeira</b>	O foco deste empreendedor em construir e desenvolver seu negócio está aliado ao desenvolvimento de suas habilidades financeiras.
<b>Orgulho</b>	Estes empreendedores acreditam não só que suas ideias funcionarão como na singularidade destas no quesito execução.
<b>Urgência</b>	Os criativos possuem pressa na execução de suas atividades, principalmente por razões competitivas ligadas à rotatividade do mercado.

Fonte: Adaptado de Howkins (2013)

Para os autores Pedrosa e Amaral (2019), pode-se perceber também a presença de traços mais específicos se tratando do perfil de trabalhadores criativos, sendo pessoas mais jovens, ocupando grande parte das funções, e possuindo, em sua maioria, mais de um emprego, visto que é um mercado onde é possível este tipo de flexibilidade, optando, muitas das vezes, por um trabalho de origem vocacional, possuindo vínculos de afeto nesta escolha.

Quanto a importância da economia criativa, dados da Firjan (2019) ratificam o desenvolvimento econômico da área criativa, expondo informações relativas a 837.206 mil empregados formais com salário médio de R\$ 6.801,00. O Gráfico 01 permite a visualização destes dados.

Gráfico 01 - Número de trabalhadores criativos e remuneração média no Brasil



Fonte: Dados da FIRJAN (2019)

## 2.5 O estado do Maranhão como potência criativa

O estado do Maranhão, possui, segundo dados do IBGE uma população estimada de 7.114.598 de pessoas, e é detentor de um rendimento mensal, per capita, de R\$ 636,00, com cerca de 26,8% de pessoas ocupadas formalmente.

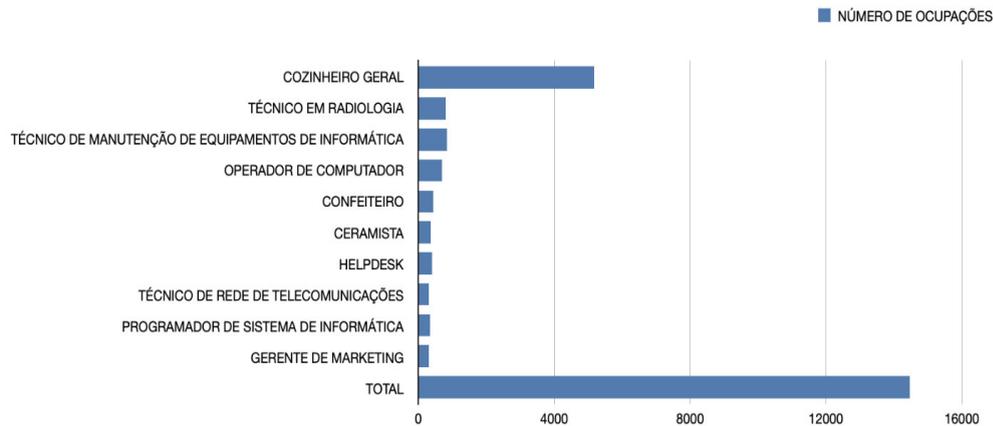
A potência criativa do estado é indiscutível, desde cultivo, extração e plantio de babaçu até o exercício de manifestações culturais e artísticas reflexos da história que embasa a construção do estado, mas a discussão sobre o diferencial competitivo cresce à medida que temáticas, como a economia criativa, se tornam pautas nas construções de diálogos.

Diante da análise da geração de capital do estado do Maranhão, é possível inferir a necessidade de destaque e revisão dos produtos e serviços criativos que são originados em territorialidade maranhense. Carvalho, Cutrim e Costa (2017), afirmam que as terras maranhenses são detentoras de atrativos culturais e ricas manifestações populares, o que favorece grandes indústrias criativas presentes, bem como o turismo, mas é necessário maiores condições para elevar a competitividade destes produtos e serviços à nível mercadológico.

Dessa forma, Carvalho, Cutrim e Costa (2017) defendem que é preciso configurar as indústrias criativas em moldes mais atuais, focados no desenvolvimento das sociedades, associando a arte, economia, cultura, lazer, entretenimento e tecnologia, que servirão de base para a ampliação das condições de empregabilidade empreendedorismo, criatividade e inovação.

Segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS,2020), o estado do Maranhão conta com 162 atividades formais ativas distribuídas em 179 municípios. O estado é detentor de aproximadamente 14.458 ocupações na área da economia criativa, difundindo produtos e serviços da área. Visualizando o gráfico 02 é possível identificar as atividades que mais possuem profissionais contratados no estado.

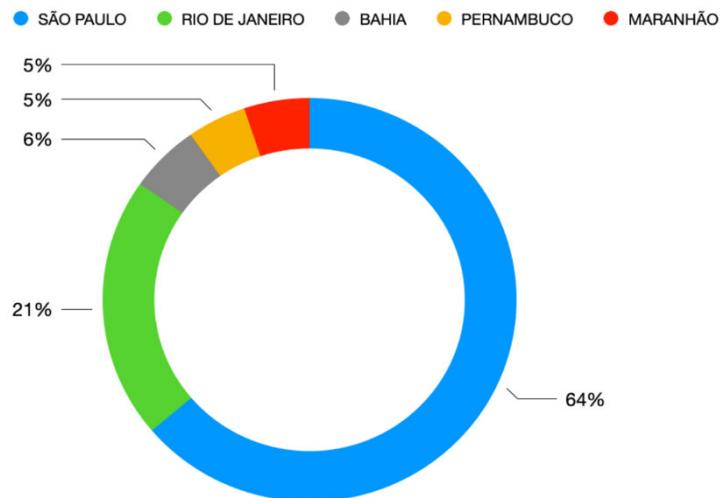
Gráfico 02 - Número de Trabalhadores Criativos e Remuneração Média



Fonte: RAIS (2020)

A área é promissora e possui grande perspectivas para os próximos anos, contribuindo para o desenvolvimento econômico de países, entre eles o Maranhão que contribui com a geração de renda e aprendizado formacional das localidades. É possível inferir, segundo as especificidades da UNCTAD (2010), a diferença de setores nas ocupações do estado, perpassando desde patrimônios culturais, serviços criativos, até novas mídias. No Gráfico 03, é possível inferir informações sobre a mensuração das atividades criativas em alguns estados.

Gráfico 03 - Número de atividades ocupacionais na economia criativa



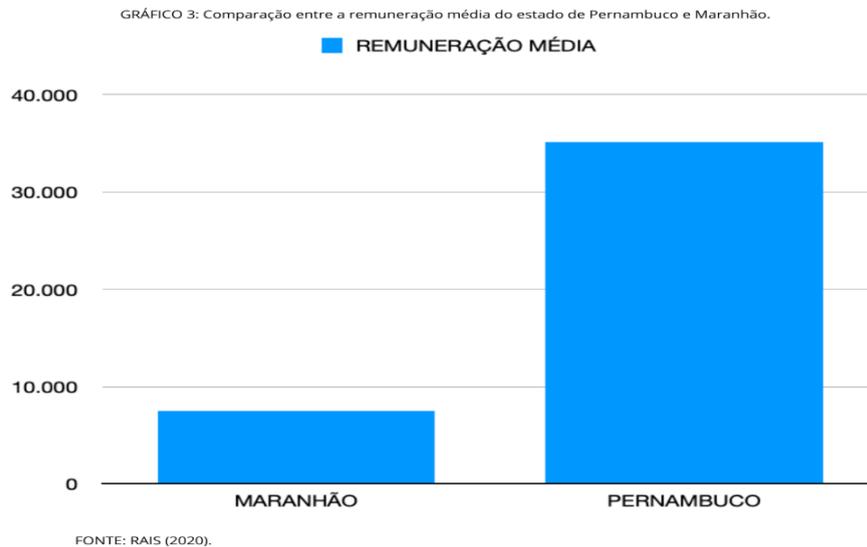
Fonte: RAIS (2020)

Faz-se necessário analisar também os indicadores de desempenho presentes em outros estados do Brasil que possuem um grau maior de desenvolvimento econômico das indústrias criativas.

Depreende-se do gráfico, que o estado de São Paulo possui o maior grau de desenvolvimento e possui 180.055 funções ativas na área criativa, como remuneração média de R\$ 796.605, o que equivale à soma média dos salários dos trabalhadores criativos. Em seguida, o estado do Rio de Janeiro e Bahia se apresentam como grandes potenciais criativas nacionais, quando se pensa em desenvolvimento, possuindo, respectivamente, 59.150 e 15.577 de atividades ocupadas, e 289.746,72 e 38.388,36 de remuneração média.

Um fator importante neste processo de análise é que o estado de Pernambuco tem o mesmo percentual do estado do Maranhão no gráfico exposto, contando com um número de ocupação em atividades equivalente a 13.074. Este número é inferior a quantia existente no Maranhão, visto que o território possui 14.458 ocupações ativas, porém quando se depara com a remuneração média de cada estado é possível se atentar para a disparidade de valores, informadas no Gráfico 04.

Gráfico 04 - Remuneração média da área criativa no Maranhão e Pernambuco



Fonte: RAIS (2020)

Nota-se que há uma considerável distância da remuneração de um estado para outro. Especificamente, segundo os dados coletados na RAIS, o estado do Maranhão possui uma remuneração média de R\$ 7.517,85, enquanto o estado de Pernambuco detém uma remuneração média de R\$ 35.084,76, mesmo possuindo um número de atividades ocupadas inferior ao Maranhão.

Este panorama comparativo da área criativa do Maranhão para com outros estados, oferece uma reflexão relevante acerca de como cada estado, ou localidade, no Brasil e no mundo, entende o grandioso poder de investir nas novas economias, acreditando principalmente que o capital intelectual servirá de base para geração de novos empregos.

## 2.6 Um futuro de desafios na era da criatividade

Segundo o a UNCTAD (2010), o início do século XXI, foi um espaço importante para o surgimento e desenvolvimento das atividades da economia criativa, mais rapidamente até do que setores de fabricação e serviços mais tradicionais. Um fator influenciador deste crescimento foi as significativas e extraordinárias mudanças tecnológicas na área de mídias e comunicações, o que influenciou nos novos modelos de consumo a partir de tecnologias digitais. A revolução móvel foi porta de entrada para novas mídias e serviços ampliando a rede de consumidores que se deleitam com uma quantidade cada vez maior de produtos e serviços com origem nas atividades da economia criativa.

Porém, mesmo com todo um aparato de consumo presente na atualidade, e um estímulo cada vez maior à geração de emprego, inovação, e desenvolvimento econômico, trabalhadores da área criativa ainda se deparam diariamente com grandes e complexos desafios que dificultam que a economia criativa seja amplamente reconhecida como política

de desenvolvimento em todo o território brasileiro, sendo elencado pelo Minc (2011) os principais desafios da área, que são apresentados no Quadro 04.

Quadro 04 - Desafio da economia criativa como política de desenvolvimento no Brasil

Levantamento de informações e dados da Economia Criativa	Atualmente, os dados levantados na área são insuficientes para garantir o entendimento das características e potenciais da área.
Articulação e estímulo ao fomento de empreendedores criativos	Empreendedores criativos, assim como os empreendedores tradicionais, necessitam de recursos financeiros para a realização de seus objetivos, logo é necessário políticas mais efetivas que incentivem a garantia de créditos para os mesmos.
Educação para competências criativas	Os agentes que movimentam a área devem possuir um complexo leque formativo para suas atuações, e no mercado há um grande déficit neste sentido, por isso faz-se necessário o desenvolvimento de competências para o setor que possam ir além do ferramental técnico, mas que dialogue com o universo empreendedor, impulsionando habilidades de negociação e construção de redes.
Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos	É necessário o fortalecimento de uma metodologia que entenda a singularidade e especificidades dos negócios da área, visto que é impossível padronizar o setor acreditando que os direcionamentos dados para a etapa de criação e produção de um negócio será usado para todos os outros.
Criação/Adequação de Marcos Legais para os setores criativos	Precisa-se de um arcabouço jurídico favorável ao desenvolvimento de setores criativos e que assegurem leis, direitos e tributos para o setor.

Fonte: Adaptado de Minc (2011)

É inegável as contribuições da economia criativa para o desenvolvimento econômico do país, porém a mensuração da mesma é complexa e exige comprometimento, principalmente dos poderes públicos, para a criação de caminhos e estratégias que possam impulsionar o crescimento da área.

### 3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

A pesquisa consiste em uma revisão bibliográfica, quantitativa e exploratória tendo como tema a economia criativa com a abordagem na mensuração de ocupações, desafios e o desenvolvimento econômico proporcionado pelas ações presentes no setor. A economia criativa tem como matéria prima a criatividade, e mescla-se à inovação e criatividade em seu exercício valorizando não apenas o tangível, mas principalmente o processo para se chegar ao físico, às ideias e ao que é intangível. Políticas públicas entenderam o desempenho significativo da área e o fomento à pauta se faz constantemente presente.

Toma-se como base estudos e relatórios nacionais e internacionais que chancelam a área a nível global, evidenciando suas potencialidades, pontos que merecem maior desenvolvimento e o que arrecada para garantir o impacto econômico discutido nestes textos.

Para desenvolver o estudo, obedeceu-se às seguintes etapas: primeiramente, foi realizado um levantamento bibliográfico, com o objetivo de garantir aproximação para com a temática da economia criativa, ação esta que serviria de base para o desenvolvimento analítico sobre o tema.

Posteriormente, analisou-se dados secundários publicados na área da economia criativa através de órgãos como o Ministério da Cultura (MinC), a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), UNCTAD e RAIS, além de pesquisas em web, livros, artigos, revistas e outros.

Por fim, após a revisão de literatura, a base de dados RAIS foi explorada para garantir indicadores de performance e desenvolvimento do estado do Maranhão. Explanar conceitos da economia criativa, contextualizando o leitor, bem como tratar os dados e atividades e áreas da economia criativa que estão ativas, foram, juntamente com a discussão sobre as formas de como a economia criativa contribui para o desenvolvimento do econômico do estado, as principais atividades desencadeadas pela pesquisa. Essa exposição serviu principalmente para mensuração da quantidade de criativos existentes formalmente no estado, discussão e análise.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Entender economia criativa é mais do que apenas acreditar no surgimento de novas formas de geração de renda e trabalho, mas principalmente valorizar a condição criativa dos profissionais da área, que segundo Bendassolli (2006), é matéria prima para a construção de novos negócios, resultando de capacidades intangíveis, o que irá constituir mais valor econômico, competitividade bem como indústrias criativas com maior qualificação. A UNCTAD (2010), indica que a temática está em um processo de evolução rumo a construção de uma identidade mais bem definida, porém já é perceptível o impacto da mesma, assim como as áreas que compõem esta indústria.

Atualmente, a economia criativa gera diretamente 3.763.271 de empregos, com em média R\$ 2,293,64, o que representa cerca de 8,54% do total de empregos formais dispostos no território nacional (OLIVEIRA, 2016). Em 2006, no Brasil, segundo a RAIS, cerca de 35.155 trabalhadores ocuparam empregos formais na área da criatividade, situação que está sofrendo um aumento positivo, percebido em todos os estados do Brasil.

No Maranhão, a economia criativa é reflexo, principalmente, das manifestações artísticas e culturais, presentes na efervescência turística do estado. Fatos inferidos dos dados dispostos pela RAIS, afirmam que o estado possui 14.458 ocupações formais, e ativas, com remuneração média de R\$ 7.517,85. Um fator que impressiona é a condição do estado do Maranhão de possuir a remuneração média inferior ao estado de Pernambuco, que arrecada R\$ 35.084,76, mesmo possuindo 13.074 ocupações no setor criativo.

Criação de políticas públicas, discussões, e principalmente investimento na área da criatividade podem ser grandes quesitos para explicar o melhor desenvolvimento do setor no território Pernambucano. Olhar com atenção para os estabelecimentos e profissionais dessa área é um ponto que também irá servir para a competitividade dos produtos criativos do estado no mercado nacional e mundial. Acreditar que o estado do Maranhão deve seguir pelos mesmos caminhos de impulsionamento e estudo, se faz cada vez mais necessário para valorizar os produtos e serviços, de base criativa, que o estado possui.

#### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A economia criativa como área de estudo garante notoriedade, assim como as outras, a partir da análise de dados, para isso faz-se necessário o entendimento da área como relevante para o desenvolvimento econômico de estados, e o investimento no setor, não apenas em pesquisa, mas principalmente no desenvolvimento da potência profissional e empreendedora que a mesma possui.

Potencialidades estas que colaboram para as respostas ao questionamento central desta pesquisa. Para identificar como a área da economia criativa é responsável pelo desenvolvimento econômico do país foi preciso estudar e inferir cenários através de referenciais teóricos e bases de dados, obtendo valores significativos movimentados pela área, e áreas de abrangência do impacto que a área possui.

Toma-se como conclusão do trabalho a exposição de um panorama promissor para área, mas como uma quantidade relevante de desafios a serem superados. A mensuração da renda, e das funções de trabalho em atividade foram expostas, e justificaram a condição de uma área significativa para o desenvolvimento da economia de um município, estado ou país.

Um ponto relevante que precisa ser citado é a importância dada à área como não apenas um gerador de riqueza monetária, mas uma área com um propósito de desenvolvimento formativo e emocional, ou seja, Howkins (2013) estava certo quando em sua obra citou que é possível gerar riqueza através das ideias, através do que não se percebe fisicamente.

## REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, ano 2009, v. 49, n. 1, p. 10-18, 13 nov. 2008. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/36013>. Acesso em: 10 jun. 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho. **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://bi.mte.gov.br/bgcaged/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

BRESSER, Luiz Carlos. **Desenvolvimento, progresso e crescimento econômico.** Lua Nova: Revista de Cultura e Política, São Paulo, p. 33-60, 1 dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-64452014000300003>. Acesso em: 9 ago. 2021.

CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de; CUTRIM, Kláutenys Dellene Guedes; COSTA, Sarany Rodrigues da. **Empreendedorismo Cultural E Turismo: Perspectivas Para Desenvolvimento Das Indústrias Criativas No Bairro Da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil)**. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, Belém, ano 2017, v. 12, n. 2, p. 629-646, 1 maio 2017. DOI <http://dx.doi.org/10.1590/1981.81222017000200020>. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-81222017000200629&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-81222017000200629&script=sci_abstract&tlng=pt). Acesso em: 7 set. 2020.

CHIBÁS, F. O.; PANTALEÓN, E. M.; ROCHA, T. A. **Gestão da inovação e da criatividade hoje:: apontes e reflexões.** HOLOS, [S. l.], ano 29, v. 3, p. 15-26, 12 ago. 2013. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/1082/678>. Acesso em: 21 jul. 2021.

FIRJAN: **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro: [s. n.], 2019- . Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 3 ago. 2021.

HOWKINS, John. **Economia Criativa: Como Ganhar Dinheiro Com Ideias Criativas**. 1. ed. Brasil: M.Books, 2013. 272 p. ISBN 978-8576802068.

MINC: **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: [s. n.], 2011- . Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 1 ago. 2021.

OLIVEIRA, Patrícia *et al.* **Economia criativa na produção científica brasileira em administração: mapeamento bibliométrico nas bases ANPAD, CAPES E SPELL**. Revista GEINTEC: Gestão, Inovação e tecnologia., São Cristóvão/SE, v. 6, ed. 1, p. 2966-2981, 2016. DOI 10.7198/S2237-0722201600010018. Disponível em: <http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/841>. Acesso em: 3 mar. 2020.

PEDROSA, Camila da Silva; AMARAL, Brenda Moraes do. **A economia criativa no Brasil: emprego e renda**. Caderno Discente ESUDA, Recife, ano 2019, v. 4, n. 1, 26 ago. 2019. Artigos Livres, p. 1-22. Disponível em: <https://revistas.esuda.edu.br/index.php/Discente/article/view/699/247>. Acesso em: 9 ago. 2021.

SANTOS, Fabiana Arcanja; ROCHA, José Cláudio. **Economia criativa: Salvador na rota dos distritos criativos**. Brazilian Journal of Development, Curitiba, v. 6, n. 11, p. 84803-84814, 4 nov. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n11-045>. Acesso em: 11 ago. 2021.

UNCTAD: **relatório de economia criativa**. São Paulo: Itaú Cultural, 2012- . ISSN 978-85-7979-035-5. Anual. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_pt.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf). Acesso em: 16 jun. 2021.

WECHSLER, Solange Muglia. **Criatividade na cultura brasileira: uma década de estudos**. Revista portuguesa de Psicologia: teoria , investigação e prática, São Paulo, p. 215-227, 10 jul. 2001. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/242612713\\_Criatividade\\_na\\_cultura\\_brasileira\\_uma\\_decada\\_de\\_estudos](https://www.researchgate.net/publication/242612713_Criatividade_na_cultura_brasileira_uma_decada_de_estudos). Acesso em: 4 ago. 2021.