



Textos PARA Discussão

n. 32

Setor criativo na Bahia tem
no entretenimento a sua
principal força

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA

Rui Costa

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO

Cláudio Peixoto

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA

José Acácio Ferreira

DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICAS

Armando Affonso de Castro Neto

COORDENAÇÃO DE ESTATÍSTICA

Urandi Roberto Paiva Freitas

COORDENAÇÃO DE CONTAS REGIONAIS

João Paulo Caetano Santos

DIRETORIA DE PESQUISA

Jonatas Silva do Espírito Santo

COORDENAÇÃO DE PESQUISAS SOCIOPOPULACIONAIS

Rodrigo Barbosa de Cerqueira

ELABORAÇÃO TÉCNICA

Carlota de Sousa Gottschall Silva (Autora)

Edilson de Oliveira Santos

João Paulo Caetano Santos

Silvânia Ferreira Conceição

Geraldo de Alencar Serra Neto

EDITORIA GERAL

Luzia Luna

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL

EDITORIA DE ARTE

Ludmila Nagamatsu

NORMALIZAÇÃO

Eliana Marta Gomes da Silva Sousa

Patrícia Fernanda Assis da Silva

REVISÃO

EDITORIAÇÃO

EGBA

Av. Luiz Viana Filho, 4ª avenida, 435, 2º andar, CAB, CEP 41745-002, Salvador - Bahia

Tel.: 55 (71) 3115-4733 www.sei.ba.gov.br

SETOR CRIATIVO NA BAHIA TEM NO ENTRETENIMENTO A SUA PRINCIPAL FORÇA

*Carlota Gottschall**

INTRODUÇÃO

Os efeitos multiplicadores da economia criativa ao gerar impactos socioeconômicos diversos na sociedade, principalmente, naquelas que possuem peso cultural expressivo, como é o caso da Bahia, se tornam um segmento que cria oportunidades diversas. Para a Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2014), a economia criativa se apresenta como alternativa de promoção ao desenvolvimento de países emergentes pela capacidade de proporcionar crescimento sustentável, dinamizar os serviços e reduzir o desemprego. Para tanto, é necessário que haja regulamentação das atividades por parte do poder público no sentido de garantir as singularidades regionais, o bem-estar da comunidade local e a gestão consciente do empresariado.

Tal entendimento levou a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI) a construir indicadores de economia – valor agregado (VA) ao Produto Interno Bruto (PIB) e mercado de trabalho –, com o objetivo de instrumentalizar a elaboração de políticas públicas destinadas à centralidade do segmento criativo no estado. Este estudo é uma atualização dos dados disponíveis no site da instituição.

Do ponto de vista metodológico se manteve a seleção das atividades criativas indicadas no manual metodológico da Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2014), posteriormente, referendada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019), considerando as particularidades estaduais. Assim, foram definidos três grupos de domínios culturais: Atividades Culturais (editorial, audiovisual, festas e celebrações, produção artística, equipamentos artísticos e culturais, música, artesanato); Criações Funcionais – Serviços Criativos de Base Cultural (arquitetura e design, publicidade); Atividades Relacionadas ao Segmento Criativo (comércio, gastronomia, tecnologia da informação (TI), produção industrial, pesquisa e desenvolvimento). Correspondem ao total de 62 Códigos Nacionais de Atividade Econômica (CNAEs) com abertura de informações referentes ao campo criativo, conforme pode ser visto no Anexo 1.

* Analista Técnica da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI).

A partir dessa seleção de CNAEs, se executou o cálculo do VA¹ do PIB utilizando a fonte de dados do Sistema de Contas Regionais (SCR), calculado e divulgado pela SEI para o período 2011-2019 (Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, 2021). Já para obter as informações sobre mercado de trabalho, foram usadas duas bases de dados do Ministério da Economia: registro administrativo das empresas – RAIS (2011-2020), referente aos empregos formais, e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (PNAD Contínua) 2.0 do IBGE, que abrange o conjunto da população ocupada (Brasil, 2021; Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral, 2022). Nesse caso, a extração de dados esteve limitada ao nível de agregação do CNAE e à representatividade estatística das atividades pesquisadas. Restrição que não chega a comprometer a validade dos resultados apresentados, visto que os dados retratam parcela expressiva do mercado criativo na Bahia, dando pistas consistentes para análise e definição de ações públicas ou privadas.

Vale ressaltar que o segmento criativo na Bahia, principalmente, concentrado em Salvador, tem na gastronomia e nas festas/celebrações a sua principal expressão. Nos anos 1980-90, o sucesso do movimento musical denominado *axé music* favoreceu a consolidação do projeto turístico para a Bahia, concebido pelos políticos e técnicos em planejamento, desde os anos 1950, sem nunca ter saído do papel. Também a poderosa indústria fonográfica, à época, favejou no movimento musical do samba reggae, de origem popular, a possibilidade de aumentar o seu faturamento. Os dois propósitos se realizaram e juntos protagonizaram a transformação da cidade em um espaço de entretenimento vendável.

A base de organização do segmento criativo através da integração da cultura tradicional aos instrumentos de geração de riqueza concentrada e criação de postos de trabalho, nem sempre formais, não alterou a característica estrutural de desigualdade de acesso que marca a ordem econômica, social e política do estado, sobretudo para os negros e para as mulheres. Alvissareiro será trilhar outros rumos.

Em 2019, por exemplo, as subatividades de festas/celebrações e de gastronomia contribuíram com 60% do valor agregado gerado pelo segmento criativo e para formação de 62% do estoque de empregos formais. E mais, 69% do total de pessoas ocupadas estiveram atuando em atividades relacionadas à gastronomia. Tudo muito concentrado.

Por outro lado, esse resultado também expressa o significado simbólico e organizador da arte culinária na comunidade baiana, principalmente no recôncavo e nos sertões, onde ocorreram as primeiras ocupações no estado.

A gastronomia, cada vez mais, vem sendo estudada como componente cultural associado a rituais religiosos, hábitos sociais e dietas de uma sociedade. Por aqui, desde o início do século passado, Querino (2006) defende a ideia de que a arte culinária na Bahia faz parte da formação étnica do Brasil, por representar a fusão do português, do indígena e do africano:

É notório que a Bahia encerra a superioridade, a excelência, a primazia, na arte culinária do país, pois o elemento africano, com sua condimentação requintada de exóticos adubos,

¹ Valor Agregado de um segmento é o seu produto, deduzidos os insumos e serviços na sua produção, ou seja, é o Valor da Produção, subtraindo o Consumo Intermediário. $VA = VBP - CI$. Em que: corresponde ao Valor Agregado; é o Valor Bruto da Produção; e é o Consumo Intermediário, que corresponde ao valor dos insumos.

Seguindo estes princípios, a estimativa de participação da economia criativa no Valor Adicionado do estado é calculada pelo Valor Bruto de Produção (VBP) dos grandes grupos compostos pelos respectivos CNAEs. Desse valor bruto é subtraído o Consumo Intermediário (CI), ou seja, o cálculo dos custos envolvidos no processo de geração do Valor Bruto para se chegar ao Valor Adicionado.

alterou profundamente as iguarias portuguesas, resultando dali um produto todo nacional, saboroso, agradável ao paladar mais exigente, o que exerce a justificativa fama que procede a cozinha baiana. (QUERINO, 2006, p. 21).

A internacionalização da oferta alimentar decorrente da diversificação de produtos, confluência de empresas multinacionais e ampliação da rede de contatos dos indivíduos resultado do reordenamento da economia baiana modificou significativamente o hábito de comer da população.

Os dados de gastronomia aqui apresentados incluem restaurantes, bares e ambulantes que vendem quitutes e especiarias da culinária tradicional baiana, aquela que guarda nossos valores simbólicos e nos singulariza no mercado mundial, não é sem razão, que o Ofício das Baianas de Acarajé é registrado como patrimônio imaterial da Bahia, mas não somente. Os diversos tipos de arte culinária, ao guardarem a memória cultural de outros povos contêm componentes criativos, portanto, são considerados nesse estudo.

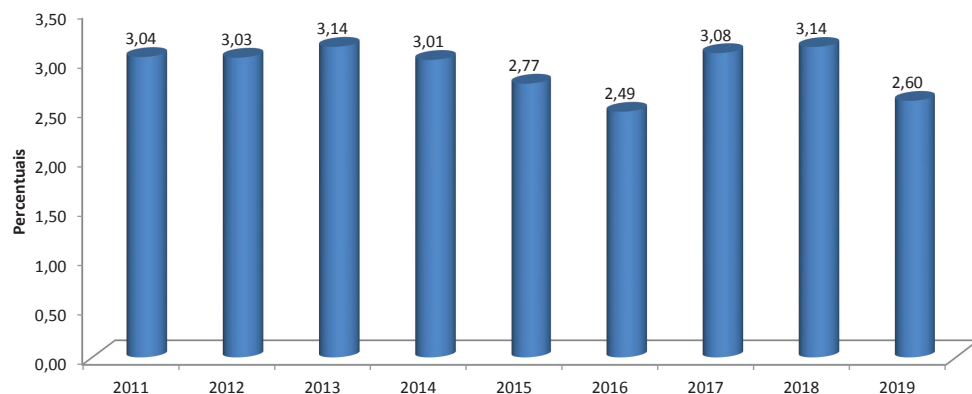
Se de um lado, os indicadores reafirmam a importância das atividades tradicionais, de outro, indicam potencialidades para ampliar e diversificar o mercado criativo na Bahia.

EM 2019, O VALOR ADICIONADO PELO SETOR CRIATIVO BAIANO ALCANÇA R\$ 6,6 BILHÕES

Ao longo da série histórica pesquisada (2011-2019), o segmento criativo se manteve relativamente estável, com a participação média de 2,88% do valor agregado do PIB estadual (Gráfico 1).

Gráfico 1

Participação Percentual do VA da Cultura no VA Total – Bahia – 2011-2019



Fonte: SEI/Distat/Coref.

Nota: Elaborado com base nas contas regionais da Bahia.

As atividades relacionadas ao segmento criativo (62%) são a grande representação desse mercado na Bahia (ver Gráfico 2). Como dito, a subatividade de gastronomia² é a principal condutora desse domínio. A tecnologia da informação, com ênfase em desenvolvimento e licenciamento de programas, também merece destaque. Entre 2011-2019, o valor agregado em TI dobrou demonstrando ser esta uma subatividade potente.

Apostar em segmentos que agregam valor tecnológico em um mundo cada vez mais digital é promissor, dentre outros fatores, pela demanda em desenvolvimento e pesquisa, contratação de mão de obra especializada e melhor remunerada, sem falar na inserção qualitativa no mercado global.

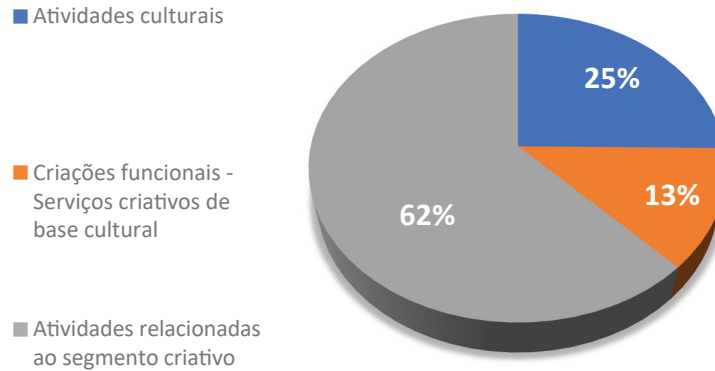
As subatividades que compõem o domínio Atividades Culturais (25%) se mantiveram relativamente estáveis no período analisado (ver Gráfico 2). As festas/celebrações lideram a geração de valor agregado. E vejam que esses dados se referem às empresas que operam em infraestrutura³. Infelizmente, não dispomos de informações que permitam quantificar os ganhos relativos à execução dos eventos. O ano de 2019 foi ótimo para os festejos.

² Inclui as empresas relacionadas a restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação de alimentação e bebidas; serviços ambulantes de alimentação; serviços de catering, bufê e outros serviços de alimentação preparada.

³ Aluguel de palco, coberturas e outras estruturas; atividades de organização de eventos; agenciamento de profissionais; aluguel de equipamentos recreativos; atividades de organizações associativas ligadas a cultura e arte.

Também merece destaque a subatividade de audiovisual, com ênfase para a televisão aberta e o rádio. A produção cinematográfica e de vídeo foi crescente entre 2017-2018. O que é um bom indicativo, visto que agrega valor criativo, tecnológico, econômico e social por seus efeitos multiplicadores. Também se mostrou ativo o mercado artístico e editorial.

Gráfico 2 – Participação (%) dos Domínios Culturais no Valor Agregado do PIB da Cultura Bahia – 2019



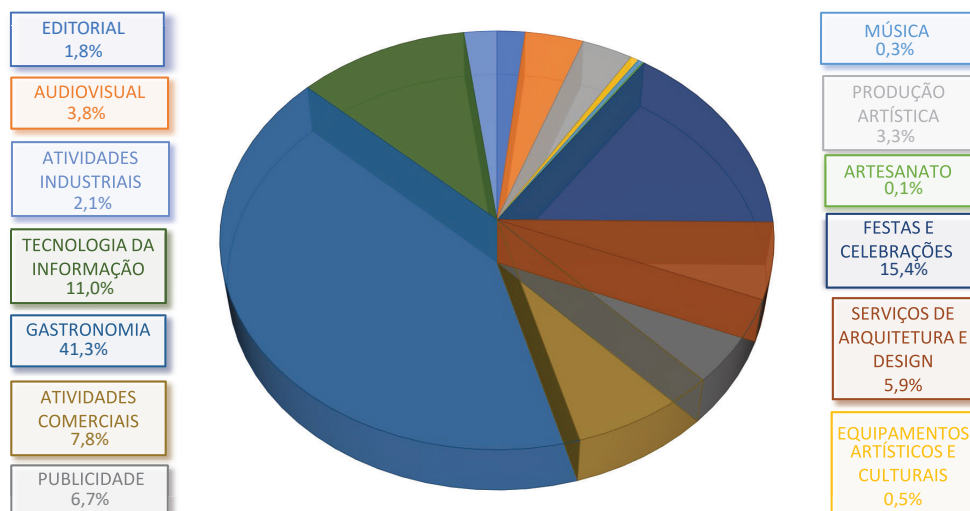
Fonte: SEI/Distat/Coref.

Nota: Elaborado com base nas contas regionais da Bahia.

O domínio de Serviços Criativos de Base Cultural (13%) apresentou uma tendência de crescimento desde 2016. Nos dois últimos anos, o destaque ficou por conta da publicidade, que representou em média 60,0% do VA total desse subgrupo.

Como dito, o desempenho observado nos anos de 2017-2018 indicava a retomada das atividades criativas ao patamar alcançado entre 2011-2013, quando vários fatores conjunturais favoreceram o crescimento desse mercado. Entretanto, não foi o que ocorreu. Já em 2019, houve um recuo relativamente ao ano de 2018 em algumas áreas, ainda que se mantivesse a distribuição geral. A liderança da gastronomia (41,3%) foi mantida com um leve recuo. As atividades que apresentaram expansão na participação do VA foram: tecnologia da informação, festas/celebrações, serviços de arquitetura e design, publicidade. As que tiveram declínio foram: gastronomia, audiovisual, produção artística, equipamentos culturais, atividades comerciais, atividades industriais, artesanato, editorial e música.

Gráfico 3 – Participação (%) das Subatividades Culturais no Valor Agregado do PIB da Cultura – Bahia – 2019



Fonte: SEI/Distat/Coref.

Nota: Elaborado com base nas contas regionais da Bahia.

Desde 2015, o mercado criativo brasileiro passa por reveses, sobretudo as atividades culturais, que são muito pautadas nos programas governamentais. Impactadas pela descontinuidade das políticas federais de incentivo e fomento à cultura, decorrente do desmonte do Ministério da Cultura, o ensaio de retomada anunciado entre 2017-2018, não se configurou sustentável. Situação agravada pelos efeitos da crise sanitária da Covid 19 em 2020-2021, que paralisou boa parte das atividades, seguindo-se outras dificuldades: inflação, elevada taxa de desemprego, instabilidade internacional do petróleo e da política entre as nações. Os dados do VA referentes ao período 2020-2022, certamente, irão retratar o desenrolar do cenário no estado da Bahia.

TRABALHADOR CRIATIVO RESPONDE POR 7,5% DA POPULAÇÃO DE OCUPADOS NA BAHIA EM 2021

Segundo o IBGE, define-se ocupação como sendo a função, cargo, profissão ou ofício exercido pelo indivíduo (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019). A criatividade artística⁴ é o elemento chave na atividade laboral criativa. Portanto, trata-se de indivíduos cuja profissão se relaciona com a geração de bens com conteúdo simbólico cultural.

Em 2014, uma parceria firmada entre a SEI e a Secretaria da Cultura (SecultBA) executou um importante estudo sobre o mercado de trabalho criativo na Bahia com base nos dados do IBGE do censo demográfico do Brasil (INFOCULTURA, 2014). Esse recenseamento, ainda que nos traga informações de 2010, tempo em que ocorreram mudanças no país, serve como balizador do perfil dos trabalhadores criativos, como se verá a seguir.

Começamos pelo rendimento. De maneira geral, o mercado de trabalho na Bahia é marcado por rendimentos moderados. Com os ocupados criativos a situação não é diferente, em que pese esses trabalhadores possuam um grau de escolaridade mais elevado do que a média estadual. Em 2010, quando se comparou o rendimento dos ocupados criativos na Bahia aos de outras capitais do Nordeste, Pernambuco registrou rendimento médio superior ao percebido na Bahia. São Paulo, seguido pelo Rio de Janeiro são os estados que melhor pagam, oferecem mais oportunidades e melhores condições de trabalho. Ainda assim, na Bahia, o percentual de ocupados criativos que contribuíram para a previdência é superior aos de não contribuintes. Quanto à escolaridade, como dito, esses apresentaram mais tempo de estudo do que a média estadual, com o predomínio de pessoas com nível médio (45%) de ensino.

Quando se observa os dados da PNAD Contínua trimestral entre 2018-2021, a população ocupada no segmento criativo⁵ respondeu em média por 7,8% do total de ocupados na Bahia (ver Gráfico 4), demonstrando a importância dessas ocupações em um mercado pouco diversificado e de oportunidades restritas. Certamente, os empregos criativos têm peso maior, visto que estamos tratando neste estudo tão somente de pessoas ocupadas nas atividades criativas, não se incluindo aqueles que operam em outras atividades, a exemplo de um jornalista que atua em empresa petroquímica.

A gastronomia é a atividade que mais ocupou as pessoas no período em questão. Em 2018, quando os criativos responderam por 8,6% do total de ocupados, 70,4% das ocupações foram em gastronomia. Em 2021, a despeito da continuidade da crise sanitária foi possível observar algum nível de recuperação na população de ocupados (Gráfico 4) relativamente ao ano anterior. A gastronomia participou com 66% do conjunto dos ocupados em dois anos (2020/2021).

4 A criatividade artística envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressar em texto, som e imagem (NAÇÕES UNIDAS, 2012).

5 Banco de dados da PNAD contínua – IBGE se considerou os CNAEs que apresentaram representatividade estatística.

Em 2020, os efeitos da pandemia ecoaram sobre a economia e o mercado de trabalho, agravando ainda mais o concentrado mercado de trabalho criativo na Bahia. Os dados da PNAD Contínua indicaram o recuo de 25% na população ocupada e a RAIS apontou queda de 15% no estoque de trabalho formal em relação a 2019 (BRASIL, 2021; PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA TRIMESTRAL, 2022).

Gráfico 4 – Participação (%) da população ocupada em atividades criativas em relação ao total da população ocupada – Bahia – 2018-2021



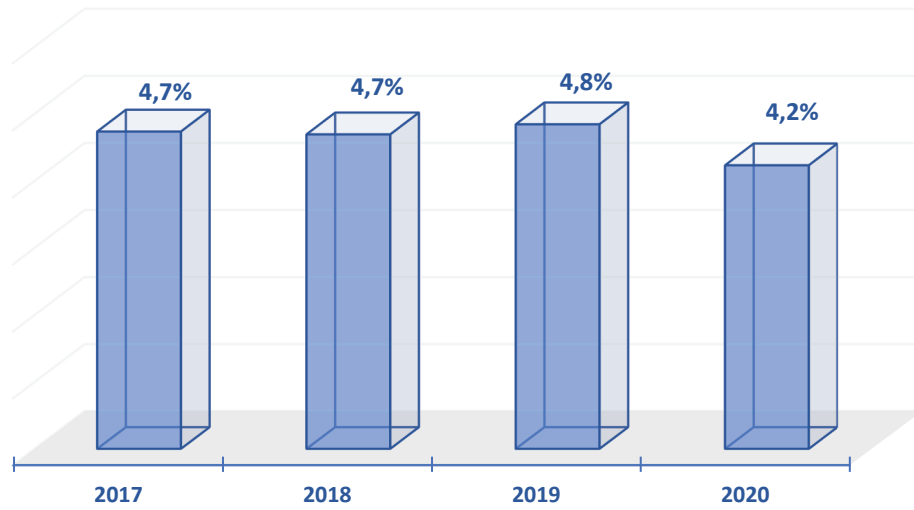
Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2018-2021).

Os dados de estoque de trabalho formal retratam o conjunto de contratos definido com base na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), garantindo ao trabalhador seguridade social. No período entre 2017-2020, em média, o estoque de emprego formal criativo representou 4,6% do total na Bahia.

Observando a série histórica (2011-2020), segundo os dados da RAIS (BRASIL, 2021) disponibilizados pelas empresas, 2013-2014 foram os anos mais promissores para o trabalho criativo formal. Desde 2017, à exceção de 2019, quando se recuperou o patamar de 2016 (108 mil postos), a tendência de queda era prevalente neste universo.

O estoque formal de trabalho criativo se ancora no domínio de subatividades relacionadas ao segmento criativo, que responde em média a mais de 80% do total do mercado criativo sob a liderança da gastronomia. Entre 2019-2020, esse domínio respondeu por 83% e 81% do estoque de trabalho formal, respectivamente. Em 2020, a gastronomia participou com 55%. Já o domínio atividades culturais representou 9,8% do conjunto criativo, as principais empregadoras foram as empresas de audiovisual e festas/celebrações.

Gráfico 5 – Participação (%) do estoque formal de trabalho criativo em relação ao estoque total de trabalho formal – Bahia – 2017-2020



Fonte: Brasil (2021).
Elaboração: SEI.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados aqui apresentados reafirmam a importância das atividades criativas para a economia baiana. Seja em termos do valor adicionado ou da geração de empregos, a economia criativa, por seus efeitos multiplicadores simbólicos, econômicos e sociais, é um importante vetor de desenvolvimento para a Bahia, com potencial para ampliar espaço na economia estadual. A subatividade de gastronomia merece uma especial atenção do poder público por sua importância simbólica e estratégica, de igual maneira, as subatividades que agregam elevado valor tecnológico devem ser apoiadas visando a assumirem melhor posicionamento no mercado criativo estadual.

Pesquisadores, planejadores e elaboradores de políticas públicas, ao disporem de uma plataforma de dados sobre os segmentos criativos, poderão avaliar e planejar ações destinadas aos transbordamentos de políticas de incentivo à atividade criativa no estado da Bahia.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Trabalho. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho. *Rais*: 2011-2020. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/rais>. Acesso em: 1 dez. 2021.

INFOCULTURA: ocupação e trabalho na economia criativa do estado da Bahia, 2010. Salvador: Secult, n. 7, 2014. Disponível em: https://issuu.com/secultba/docs/infocultura_def. Acesso em: 6 mar. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Sistema de informações e indicadores culturais*: 2007-2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, 42). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101687.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2022.

NAÇÕES UNIDAS. *Relatório de economia criativa 2010*: economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria de Economia Criativa/MINC; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*: manual metodológico. Paris: UNESCO, 2014. Disponível em: https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf. Acesso em: 30 abr. 2021.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA TRIMESTRAL: 2018-2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=72421>. Acesso em: 7 mar. 2022.

QUERINO, Manuel. *A arte culinária na Bahia*. Salvador: Martins Fontes, 2006.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. *PIB e estudos correlatos*: PIB estadual anual, 2010 – 2019. Disponível em: https://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2133&Itemid=299. Acesso em: 30 nov. 2021.

ANEXO 1

(Continua)

Quadro 1

Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais – Bahia

Código CNAE	Descrição CNAE 2.0
1629	Fabricação de artefatos de madeira, palha, cortiça, vime e material trançado não especificados anteriormente, exceto móveis
1811	Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas
1812	Impressão de material de segurança
1813	Impressão de materiais para outros usos
1821	Serviços de pré-impressão
1822	Serviços de acabamentos gráficos
1830	Reprodução de materiais gravados em qualquer suporte
2349	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente
2640	Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo
3211	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
3212	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
3220	Fabricação de instrumentos musicais
4753	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo
4756	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
4757	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação
4761	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
4762	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
5611	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas
5612	Serviços ambulantes de alimentação
5620	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
5811	Edição de livros
5812	Edição de jornais
5813	Edição de revistas
5819	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos
5821	Edição integrada à impressão de livros
5822	Edição integrada à impressão de jornais
5823	Edição integrada à impressão de revistas
5911	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
5912	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
5913	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
5914	Atividades de exibição cinematográfica
5920	Atividades de gravação de som e de edição de música
6010	Atividades de rádio
6021	Atividades de televisão aberta
6022	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
6201	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
6202	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
6203	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
6204	Consultoria em tecnologia da informação
6209	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
6319	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
6391	Agências de notícias
7111	Serviços de arquitetura
7119	Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia
7210	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais
7311	Agências de publicidade
7312	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
7319	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente
7410	Design e decoração de interiores
7420	Atividades fotográficas e similares

(Conclusão)**Quadro 1****Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAEs) para as atividades culturais – Bahia**

Código CNAE	Descrição CNAE 2.0
7490	Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
7721	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos
7722	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
7739	Aluguel de máquinas e equipamentos não especificados anteriormente
8130	Atividades paisagísticas
8230	Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos
9001	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
9002	Criação artística
9003	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
9101	Atividades de bibliotecas e arquivos
9102	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
9103	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019.